



Финансовая грамотность как тема массового интереса в СМИ



Методические рекомендации по информированию граждан РФ о проблематике финансовой грамотности с использованием опыта проекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд».¹



Содержание методических рекомендаций

Содержание методических рекомендаций	2
О проекте «Финансовая грамотность: личный опыт звезд»	3
Результаты, на которые можете опираться вы	4
Кредиты и еще 10 тематик финансовой грамотности	8
<i>Тема 0. Психологические особенности принятия финансовых решений</i>	8
<i>Тема 1. Отношение к расходам: виды, типы, природа, последствия, планирование</i>	9
<i>Тема 2. Доходы различных видов, типов и форм</i>	9
<i>Тема 3. Личный бюджет и финансовое планирование</i>	10
<i>Тема 4. Расчеты и платежи. Электронные и наличные деньги, современные платежные инструменты и связанными с ними риски</i>	10
<i>Тема 5. Сбережения: риски и возможности</i>	12
<i>Тема 6. Кредиты и займы</i>	12
<i>Тема 7. Фондовые рынки, ценные бумаги, риски и доходность. Валюта. Криптовалюта</i>	14
<i>Тема 8. Страхование как способ управления рисками</i>	15
<i>Тема 9. Защита прав потребителей товаров и услуг</i>	15
<i>Тема 10. Разделение имущества в процессе развода, наследование имущества</i>	15
<i>Рейтинг тематик финансовой грамотности по поисковому спросу</i>	16
<i>Место финансовой грамотности среди тематик массового интереса</i>	18
Популярные медиагерои готовы говорить о финансовой грамотности	20
Как сделать интервью о финансовой грамотности интересным	31
<i>Отсутствие идентификации тематики</i>	31
<i>Отсутствие личного опыта в области финансовой грамотности</i>	33
<i>Предубежденность против журналистов</i>	34
<i>Чистый финансовый лист</i>	35
<i>Задача героя против задачи автора</i>	36
<i>Вирусный эффект</i>	36
Разбор: резонансный эффект	38
Заключение: советы, которые хотели бы получить мы, но дадим вам	42

О проекте «Финансовая грамотность: личный опыт звезд»

Проблематика финансовой грамотности — перспективная для интернет-СМИ тема так называемого массового интереса и может быть эффективным средством привлечения аудитории. Однако в медиапространстве существуют барьеры (мифы) для развития темы финансовой грамотности как темы массового интереса. Для развенчания мифов и снижения барьеров реализован проект «Финансовая грамотность: личный опыт звезд». Можно ли говорить о финансовой грамотности со звездами? Доказано, что можно. В рубрике «Звездные истории» на портале «Друзи с финансами» (<https://vashifinancy.ru/stars/>) мы опубликовали портфель эксклюзивных интервью со звездами театра, кино, журналистики и литературы. И сейчас можем с уверенностью заявить: если у медиагероя можно взять интервью, значит можно взять интервью о финансовой грамотности как одном из факторов личной жизни, используя тематику финансовой грамотности в качестве одного из ракурсов, раскрывающих личность героя публикации. Материалы рубрики могут использоваться для тиражирования опыта проекта в интернет-СМИ массового интереса и на тематических медиаресурсах, посвященных проектам по финансовой грамотности, а также в качестве кейсов при обучении финансовой грамотности взрослого населения и студентов, стимулируя тем самым переход к практическому применению полученных знаний. Среди героев рубрики «Звездные истории» — народная артистка РСФСР *Валентина Талызина*, главный редактор журнала «Искусство кино» *Антон Долин*, лауреат Государственной премии РФ актер *Сергей Фролов*, зоолог и телеведущий *Иван Затевахин*, кулинарный блогер *Елена Чекалова*, музыкант *Роман Рябцев*, актриса *Глафира Тарханова*, ведущий «Своей игры» *Петр Кулешов*, режиссер «Не родись красивой» *Александр Назаров*, автор и ведущий программ «Еда живая и мертвая» и «Чудо техники» *Сергей Малоземов*, профессор МГИМО и ведущий телепередачи «Умники и умницы» *Юрий Вяземский*, писатель и телеведущий *Александр Архангельский*, звезда КВН и актер *Игорь Ознобихин*, актриса и блогер *Юлия Ауг* и другие. Кто-то из героев рассказал о трагическом опыте в области финансовой грамотности, а кто-то просто поделился опытом в области кредитования, сбережений, инвестиций, ведения семейного бюджета, контроля расходов и других, включая — и это, пожалуй, самое важное в нашем формате — психологические аспекты принятия финансовых решений.

Результаты, на которые можете опираться вы

Начиная проект, мы столкнулись с целым рядом убеждений, мифов и барьеров на пути к развитию тематик финансовой грамотности как тем массового интереса в интернет-СМИ.

Как продемонстрировать, что финансовая грамотность интересна широкой аудитории?

Действительно, само понятие «финансовая грамотность» не столь популярно, как отдельные тематики, которые принято включать в это понятие: кредиты, валюта и другие тематики. Далее мы покажем, что суммарно тематики финансовой грамотности могут превосходить по поисковому спросу признанные темы массового интереса.

Если декомпозировать финансовую грамотность до отдельных тем, возможно ли по каждой из них получить контент, связанный с личным опытом звезд? Да, возможно. Для каждой из классических тематик финансовой грамотности на портале «Друзи с финансами» найдется пример личного интервью с медиагероем.

Если звезды и будут готовы говорить о финансах, то либо однократно, «по случаю» (и этот опыт невозможно тиражировать), либо только в ситуации острой проблемы, для решения которой требуется общественная поддержка? Большинство героев рубрики «Звездные истории» на момент интервью не имеют актуальной острой проблемы, но с готовностью поделились ранее полученным опытом и размышлениями по различным тематикам финансовой грамотности. После публикации в рубрике герои продемонстрировали готовность повторных интервью с новыми элементами контента и даже повторные интервью для нашей рубрики. Далее приведем примеры и расскажем подробности.

Если о финансовой грамотности (особенно вне привычного для звезд и популярного у массовой аудитории интернет-СМИ) и будут говорить медиагерои, то это будут не востребованные, не популярные, а начинающие медиагерои. Это убеждение нам тоже удалось преодолеть: востребованность героев рубрики продемонстрируем на цифрах.

Кроме формата большого интервью для интернет-СМИ, сложно будет использовать тему в других форматах? Резонансные публикации по материалам рубрики вышли в самых разных форматах, в том числе новости, репортажи, обзоры и даже ток-шоу.

Работа со звездами по тематикам финансовой грамотности возможна только в привычном для них, популярном интернет-СМИ, но журналисты, пишущие о финансах, там не работают. Тут все просто: сам факт существования рубрики «Звездные истории» на портале о финансах, подготовленной авторами, не имеющими отношения ни к финансам, ни к звездам, демонстрирует бесконечные возможности развития формата «звезды и финансовая грамотность».

«Спрашивать у звезд о личном бюджете невозможно, потому что невозможно никогда», — говорили нам редакторы изданий о звездах. Сейчас на подобные возражения ответить легко — просто продемонстрировав рубрику «Звездные истории», материалы которой цитируются даже информационными агентствами, например:

«Как пояснил актер portalу [«Друзи с финансами»](#), квартира, в которой он сейчас живет, принадлежала его умершей матери. Некоторое время назад выяснилось, что женщина взяла кредит на 600 тысяч рублей под 28% годовых. Она не смогла погасить долг и взяла новый под залог квартиры — уже на 1,2 миллиона. Через два месяца после подписания договора она умерла», — РИА «Новости», <https://ria.ru/20190307/1551611585.html>.

Основываясь на результатах проекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд», можно говорить о снижении барьеров на пути продвижения финансовой грамотности в российских медиа. *Несформированность потребности* (россияне не воспринимают личные финансы как фактор личной жизни и как возможный предмет обучения) и *неприоритетность проблемы* (в массовой культуре финансовая стабильность не является важной, что подтверждается данными исследований M³Index от MediaScope, согласно которым главная ценность россиян — счастливая семейная жизнь) мешают развитию финансовой грамотности, а личный опыт медиагероев демонстрирует: счастливая семейная жизнь — это финансово грамотная семейная жизнь, а несчастья в семейной жизни иногда являются причиной, а иногда и следствием нерационального финансового поведения. И это не только трагические истории (как истории *Юлии Ауг, Сергея Фролова, Антона Демуря, Яны Поплавской*), но и позитивные примеры рационального финансового поведения различных типов личности (как *Антон Долин, Елена Чекалова, Глафира Тарханова*). В любой жизненной истории, где есть место и успеху, и неудаче, можно найти финансовую грамотность (как в интервью с *Валентиной Талызиной, Игорем Ознобихиным, Александром Архангельским*), а иногда осознание важности финансовой грамотности происходит до наступления разрушительных последствий нерациональных решений (*Юрий Вяземский, Светлана Камынина, Андрей Туманов, Сергей Малоземов*).

Методические рекомендации, которые мы предлагаем вашему вниманию, посвящены протестированным на практике механизмам и технологиям преодоления барьеров на пути к широкому освещению тематики финансовой грамотности как темы массового интереса и фактора личной жизни звезд. Вместе с медиагероями, журналистами и читателями мы прошли путь от отсутствия идентификации проблемы героя как связанной с финансовой грамотностью до обсуждения деталей, от знания о самом факте существования финансовой грамотности до освещения на примерах конкретных историй медиагероев из рубрики «Звездные истории» и в интернет-СМИ на основе форматов, разработанных для рубрики. Благодаря интересу к медиагерою читатель может легче пройти путь от знания и понимания к умению и поведению. Учиться на чужих примерах и выбирать эффективные решения для себя смогут и ваши читатели, если вы решите применить на практике наши методические рекомендации, которые с учетом практического опыта подпроекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд» позволят сделать переход на более высокую стадию вовлеченности (см. Таблицу 1) проще и эффективнее.

Таблица 1. Система элементов методологии подпроекта.

целевые аудитории подпроекта	стадии вовлеченности в тематику подпроекта			
	стадия 1	стадия 2	стадия 3	стадия 4
медиагерои	отсутствие идентификации	идентификация проблематики	готовность к обсуждению	обсуждение деталей
редакторы СМИ	знание о тематике	интерес по качеству	интерес по количеству	использование в публикации
потребители	интерес к герою	ассоциирование с историей героя	осознание потребности	изучение тематики
уровни компетенции в тематике по степени вовлеченности				
все читатели	знание	понимание	умение	поведение
коммуникационная идея собственных публикаций подпроекта				
все читатели	<i>истории есть у каждого</i>	<i>жизнь через призму тематики</i>	<i>учиться на чужих примерах</i>	<i>эффективные решения для себя</i>
требования к элементам методологии				
тематики	самые простые	простые	несложные	любой сложности
медиагерои	любые популярные	с опытом в тематике	с историей в тематике	с историями в тематике
редакторы СМИ	знание о проекте	опыт изучения	опыт применения	опыт успеха
редакционная концепция	важен герой, а не история	герой важнее истории	история важнее героя	важна история, а не герой

Подробнее о технологии поговорим ниже, а пока предлагаем вам окунуться в формат и прочитать интервью, наиболее ярко демонстрирующие подход к теме финансовой грамотности через призму психологических аспектов принятия финансовых решений. Рекомендуем прочитать эти интервью, прежде чем перейти к первому разделу практических советов — о позиционировании тематик финансовой грамотности как темы массового интереса.

История о том, как актриса *Юлия Ауг* потеряла мужа и дом в результате залогового кредита, а потом все же восстановила доходы и решилась на ипотеку, — наша любимая не только потому, что демонстрирует рост финансовой грамотности звезды в динамике, но и в связи с тем, что именно с этой историей и начался наш проект (подробнее — в обзоре «От редакции»).

История актера *Сергея Фролова* трагична, поучительна и имела широкий резонанс в СМИ, а

признания актера *Антон Демур* — яркая иллюстрация связи между личной жизнью и финансовой грамотностью, демонстрирующая, какие разрушительные последствия для финансового статуса может иметь зависимое поведение, пусть даже не связанное с вредными привычками.

Предлагаем вам свой личный опыт тиражирования результатов подпроекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд» начать с прочтения следующих четырех ключевых публикаций в рубрике «Звездные истории» на портале «Друзи с финансами»:

- *Юлия Ауг «Ипотека создала перспективу»*
<https://vashifinancy.ru/stars/yuliya-aug-ipoteka-sozdala-perspektivu/>;
- *Антон Демура: «Это был финансовый суицид»*
<https://vashifinancy.ru/stars/anton-demura-eto-byl-finansovyy-suitsid/>;
- *Сергей Фролов: «Сумма»*
<https://vashifinancy.ru/stars/sergey-frolov-summa-nachalo/>;
<https://vashifinancy.ru/stars/sergey-frolov-summa-prodolzhenie/>
- *Вопросы о финансовой грамотности — способ лучше понять личность героя*
<https://vashifinancy.ru/stars/ot-redaksii-voprosy-o-finansovoy-gramotnosti-sposob-luchshe-ponyat-lichnost-geroya/>.

Обратите внимание, что интервью с Сергеем Фроловым опубликовано в двух частях. Это сделано не только для того, чтобы продемонстрировать читателю (в том числе и профессиональному — журналисту, редактору) «бесконечность» темы финансовой грамотности, но и из чисто практических соображений — для достижения максимального резонансного эффекта. При появлении оперативного новостного повода у журналистов не так много времени, чтобы вникнуть в тему, и вторая часть позволяет начать с фактуры, игнорируя предысторию, которая важна, но не столь оперативно представлена в первой части. Подробнее о механизмах формирования резонансного эффекта поговорим позже, а сейчас, воспользовавшись тем, что вы уже познакомились с редакцией и форматом рубрики «Звездных истории», перейдем к обсуждению тематик финансовой грамотности в ракурсе тематик массового интереса, одна из которых, как известно, — личная жизнь звезд. Мы убедились, что истории о финансовой грамотности есть у каждого медиагероя, но герой чаще всего не идентифицирует их с темой. Так какие вопросы задавать героям, чтобы получить ответы о финансовой грамотности, или как задать рамки темы журналистам, не имеющим опыта в тематике, но желающим его получить? Забегая вперед, скажем, что по нашему опыту авторам и героям нужна «шпаргалка» по тематикам финансовой грамотности хотя бы для того, чтобы не путать финансовую грамотность героя как физического лица с предпринимательской деятельностью, например. Далее рассмотрим десять основных тем финансовой грамотности и продемонстрируем на примере рубрики «Звездные истории» на портале «Друзи с финансами», что каждая из тем может быть раскрыта в интервью со звездой вне зависимости от того, есть ли у героя актуальный новостной повод в области финансовой грамотности.

Кредиты и еще 10 тематик финансовой грамотности

Большинство наших героев на момент интервью не имели опыта идентификации финансовой грамотности как фактора собственной личной жизни, поэтому первая задача продюсера — сфокусировать и героя, и автора на тематиках, которые позволят обнаружить историю в неохватимой нам области. И поиск этой области опирается на психологию: все наши медиагерои имели тот или иной опыт интервью о личной жизни, об установках, о психологических аспектах принятия тех или иных решений. Многие наши герои говорят о том, что нерациональные решения принимали чаще всего в каком-то особом психологическом состоянии, и как следствие рекомендуют читателю при принятии финансово значимых решений выдерживать паузу, подумать, привлечь экспертов, хотя сами так делали не всегда. Поэтому тема с номером 0 — «Психологические особенности принятия финансовых решений» — основа нашего подхода. Любое событие в жизни, любая финансовая драма или гармония имеют психологическую подоплеку, и эта подоплека — способ вовлечения читателя в тематику финансовой грамотности.

Тема 0. Психологические особенности принятия финансовых решений

Как «знания и понимание» преобразовать в «умение и поведение», как личные характеристики и установки влияют на финансовые решения? Эмоционально наполненная история привлечет больше читателей, чем сухая и рациональная, состоящая из советов и инструкций. На примере личного опыта звезды читатель может получить собственный эмоциональный опыт, приближаясь от знания к поведению, что является одной из целей обучения финансовой грамотности. Это тот самый *behavior placement*, о котором напомнил герой нашей рубрики — режиссер Александр Назаров:

- *Александр Назаров: «Не родись красивой, родись служить!»*

[https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-nazarov-ne-rodis-krasivoy-rodis-sluzhit-/](https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-nazarov-ne-rodis-krasivoy-rodis-sluzhit/)

Мы тоже считаем, что поведению можно научить через наблюдение за поведением героя и анализ психологических причин этого поведения, поэтому во время интервью важно не только задавать вопросы «Почему вы поступили так?», но и «Что вы почувствовали в этот момент?», «Какие события, страхи или установки, иллюзии или ожидания предшествовали событиям?». Вы уже прочитали истории Юлии Ауг, Сергея Фролова и Антона Демуря и можете соотнести тезис о важности использования психологических аспектов с его практическим применением. И этот подход работает. Если история Антона Демуря — наш полный эксклюзив, а первая история Юлии Ауг, на момент первой публикации также эксклюзивная, легла в основу нашего проекта (речь об интервью на портале «Сравни.Ру», упоминается в тексте от редакции, который вы уже прочитали), то о потере квартиры актером Сергеем Фроловым было известно, но именно наша публикация стала основой для резонансного эффекта и десятков публикаций, включая прямые эфиры в рейтинговых программах федеральных каналов

именно потому, что написана через призму психологических особенностей принятия решений и реакции на внешние обстоятельства, что вызывает сочувствие зрителя. Теперь продемонстрируем возможности освещения каждой из основных тематик финансовой грамотности. Перефразируя известный анекдот, нет такой темы в области финансовой грамотности, которую невозможно было бы затронуть на примере личного опыта медиагероев.

Тема 1. Отношение к расходам: виды, типы, природа, последствия, планирование

Обязательные и необязательные расходы, невозвратные траты; краткосрочные и долгосрочные потребности; ликвидность и полезность товаров; спонтанные покупки; расходы, ведущие к расходам, и расходы, ведущие к доходам; инвестиции в себя, альтернативная стоимость денег, планирование расходов, мотивация на улучшение материального положения. Место в рейтинге по поисковому спросу² — 4. Примеры разработки:

- «— А что может нанести наибольший удар по семейному бюджету? — Да глупость собственная прежде всего. Если ты хочешь сделать хороший ремонт, как видела в журнале, и будешь страшно переживать, что у тебя нет денег на мраморную ванную... Понимаете, о чем я говорю? Нужно понимать, как оборудовать и декорировать квартиру, исходя из своего бюджета...» — кулинарный блогер *Елена Чекалова* о рациональном ведении семейного бюджета, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/elena-chekalova-ya-ochen-dazheschitayu-dengi/>;
- «У меня все есть. В магазины одежды я не ходил три года. Хотя нет, вру. Две пары джинсов я год назад купил.. Мне плевать на бренды и марки. Одежда должна быть одеждой» — актер *Денис Рожков* об отношении к расходам, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/denis-rozhkov-zhivu-ot-poluchki-do-poluchki/>;
- «Я ребенок войны. И все свое детство я прожила в нищете. И в студенческие годы я тоже жила в нищете. Я не трясусь над деньгами — когда надо заплатить, я плачу. Но я их не трачу. Мне жалко их тратить ... На фирменную одежду тратиться жалко. Я платья себе не покупаю» — народная артистка РСФСР *Валентина Талызина* об отношении к расходам, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/valentina-talyzina-svecha-goryashchaya-v-grudi-prodolzhenie/>.

Тема 2. Доходы различных видов, типов и форм

Регулярные и нерегулярные источники доходов, права и обязанности сторон по трудовому и гражданско-правовому договору, доходы от малого предпринимательства, социальные пособия, выплаты и льготы, рентные доходы. Место в рейтинге по поисковому спросу — 8. Пример разработки:

- Актер *Игорь Ознобихин* признался, что диверсифицирует свои доходы и разделяет регулярный и нерегулярный доход: «И сейчас я не только снимаюсь в «Реальных пацанах», но и координирую рекламные проекты в Good Story Media. Съёмки гораздо более высоко оплачиваются, чем офисная работа, но они нестабильны. А у меня есть две работы, регулярный и нерегулярный доход», подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/igor-oznobikhin-my-s-zhenoy-zakryvaem-odnu-ipoteku-i-berem-sleduyushchuyu-eto-protsess-beskonechnyy/>.

Тема 3. Личный бюджет и финансовое планирование

Опыт ведения личного и семейного бюджета, методы управления его сбалансированностью; финансовые цели на различных этапах жизненного цикла. Место в рейтинге по поисковому запросу — 10. Примеры разработки:

- Свою первую финансовую цель актер *Игорь Ознобихин* поставил и реализовал еще в студенческие годы, вот как он рассказывает об этом опыте: «Как раз когда поступил в Пермский юридический, в институте денег не хватало, все подрабатывали охранниками. И я охранял какую-то заброшенную больницу. И быстро понял, что здесь и хорошо не заработаешь, и это путь в никуда. Прямо то же самое, что прополка. Но мне очень хотелось музыкальный центр. И пока на него не заработал, не уходил с той работы. Держала как раз конкретная цель», подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/igor-oznobikhin-my-s-zhenoy-zakryvaem-odnu-ipoteku-i-berem-sleduyushchuyu-eto-protsess-beskonechnyy/>;
- «В нашей семье бухгалтерией (и семейным бюджетом) заведует жена. У нее это отлично получается», — актер *Александр Якин* о планировании бюджета, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-yakin-kogda-nastya-idet-ko-mne-mne-uzhe-plevat-na-dengi/>.

Тема 4. Расчеты и платежи. Электронные и наличные деньги, современные платежные инструменты и связанными с ними риски

Достоинства и недостатки различных средств платежей, отношение к теме денег и жизненные установки, контроль доходов и расходов при использовании различных средств платежей. Место в рейтинге по поисковому запросу — 1. Примеры разработки:

- «Я не пользуюсь кошельком. Пару раз друзья пытались мне его дарить, но мне некомфортно носить деньги в сумке. А в карман кошелек не помещается. Поэтому я ношу деньги просто в кармане, столько, чтобы хватило на обед. Вот так мои деньги выглядят всегда, *(вынимает из кармана мятые купюры)* а вот так выглядит мой проездной на метро *(достаёт из другого кармана вместе с картой, проездной почти не помялся)*», — *Антон Доллин* о наличных и безналичных деньгах, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/anton-dolinnе-mogu-ponyat-zachem-lyudi-menyayut-mashinu-esli-predydushchaya-eshche-ezdit-/>;
- «Искусил. Он у меня уже занял до того какую-то небольшую сумму. Позвонил мне через два-три месяца и говорит: «Да-да, я помню, что занимал у тебя. А ты не мог бы одолжить мне еще денег?» — актер *Павел Галич* об искушении деньгами, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/pavel-galich-kredit-eto-dolg-chesti/>;

- «Пять тысяч рублей гонорара, выданные купюрой на лапу, — это совсем другая денежка. Я ее никому не отдам, *(прижимает нежно руку к груди, в которой держит воображаемую купюру.)* я на нее куплю себе что-нибудь и буду рад», — журналист *Андрей Туманов* о разнице в ощущениях от наличных и безналичных денег, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/andrey-tumanov-zachem-millioneru-kartofelnye-ochistki-okonchanie/>;
- «Прихожу покупать сандалии, подношу телефон к терминалу, а продавец говорит: «Вы можете оплатить полпокупки бонусами». Какая прелесть — у меня есть бонусы!» — телеведущий *Петр Кулешов* о дисконтных программах, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/petr-kuleshov-lyudi-moego-vozrasta-pozhaluysta-sledite-za-vashimi-roditelyami-/>;
- «Просто я поняла, что самое надежное: если ты идешь в магазин, то надо просто брать фиксированную сумму, с небольшим плюсом», — актриса *Марина Кондратьева* о секретах контроля расходов на повседневные покупки, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/marina-kondrateva-esli-by-u-menya-bylo-mnogo-deneg-ya-by-usynovila-mnogo-detey/>;
- «Тут действует очень простой закон: перед тем как что-то решить, сделай паузу. Подумай. Это очень просто», — режиссер *Александр Назаров* о своей теории принятия финансовых решений, основанной на контроле гордыни, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-nazarov-ne-rodish-krasivoy-rodish-sluzhit-/>;
- «Физически раскладываю в конвертики, у меня есть такая коробочка, в которой лежат деньги. Иногда я покупаю евро, и они там лежат», — актриса *Юлия Ауг* о предпочтении наличных иным формами денег, подробнее об отношениях актрисы с деньгами: <https://vashifinancy.ru/stars/yuliya-aug-ipoteka-sozdala-perspektivu/>;
- «У меня какая-то внутренняя бессознательная уверенность, что на халяву денег не бывает. А если и бывают, то это не мой вариант. Может, для кого-то он и работает, а я предпочитаю не рисковать», — актриса *Светлана Камынина* о своем отношении к риску, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/svetlana-kamynina-vygodno-investirovat-v-sebya/>;
- «Я больше всего на свете любил свою собственную свободу, и чтобы мне только не заниматься бизнесом никаким, никакими деньгами. Но я понял, что надо создавать собственную студию», — телеведущий *Юрий Вяземский* о том, как изменилось его отношение к деньгам, после того как выяснилось, что осел (вместе с погонщиком) получают гонорары больше профессора, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/yuriy-vyazemskiy-seychas-menya-ochen-interesuet-byudzhet/>;
- «Люблю, чтобы были деньги, но не готов подминать под них замысел... Опять же злом являются не деньги и не их количество, а твое качество — твоя жадность и твоя неумеренность, твоя невозможность остановиться», — телеведущий *Александр Архангельский*, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-arkhangel'skiy-literatura-i-finansovaya-gramotnost/>;

- «Может быть, сейчас я скажу не очень корректно, но... есть какая-то психологическая свобода в том, что каждый сам себе зарабатывает. Это только у российских женщин — он мой мужик, он должен меня одевать и обувать», — актриса *Дарья Фекленко* об установках в головах женщин, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/daryya-feklenko-perekhodnyu-vozrast/>;
- «Мне кажется, что это ужасно оскорбительно. Я такого не спускаю никогда. Потом я спросила у сына и дочки: «А вы обращаете внимание на счета, которые вам приходят за такси?» Там ведь все расписано — столько-то за поездку, столько-то за ожидание, столько-то за загруженность». Они ответили: «Теперь будем», — блогер *Елена Чекалова* о контроле безналичных расходов, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/elena-chekalova-ya-ochen-dazheschitayu-dengi/>;
- «Я два раза нажимаю на часики, и появляется моя банковская карта... несколько моих карт (*показывает банковские карты на экране часов*). Я выбираю ту, которая нужна мне сейчас, в нужной сейчас валюте, прикладываю часы к терминалу и оплачиваю...» — телеведущий *Сергей Малоземов* использует современные технологии, в том числе — современные средства платежей, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-malozemov-osoznannost-zhizni-i-finansovaya-gramotnost-prodolzhenie/>.

Тема 5. Сбережения: риски и возможности

Зачем и сколько сберегать, чем различаются номинальная и реальная процентные ставки, кому доверить свои сбережения в России. Место в рейтинге по поисковому спросу — 6. Примеры разработки:

- «— Вы с женой откладывали 3/4 зарплаты. Это же очень много! — Смотря какая зарплата. (*Улыбается.*) Мы на протяжении нескольких лет довольствовались необходимым, а наше необходимое — крайне скромное», — кинокритик *Антон Долин* о сбережениях, подробнее о том, как семья Антона купила квартиру без ипотеки: <https://vashifinancy.ru/stars/anton-dolin-ne-mogu-ponyat-zachem-lyudi-menyayut-mashinu-esli-predydushchaya-eshche-ezdit-/>;
- «Ничего я не понял. Я обиделся. И мне мой внутренний голос сказал: «Там что-то не так». Я забрал деньги, и через неделю этот банк обрушился, и никто не смог вывести деньги оттуда. А я вывел все...» — журналист и садовод *Андрей Туманов* о косвенных признаках, позволяющих определить наличие рисков потери сбережений, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/andrey-tumanov-zachem-millioneru-kartofelnye-ochistki-nachalo/>.

Тема 6. Кредиты и займы

Рациональные и иррациональные факторы в принятии решений, целевые и нецелевые кредиты, обслуживание и рефинансирование кредитов, недобросовестные кредитные организации и мошенники, займы у физических и юридических лиц. Место в рейтинге по поисковому спросу — 2. Примеры разработки:

- «У меня была кредитная карта, и ее надо было закрыть. Я взял кредит в другом банке, чтобы закрыть кредитную карту. А потом выплачивал по этому кредиту деньги», — актер *Павел Галич* о своем опыте в области перекредитования, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/pavel-galich-kredit-eto-dolg-chesti/>;
- «Если у меня этих денег нету, то значит, извините, они мне не нужны», — телеведущий и зоолог *Иван Затевахин* о кредитах, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/ivan-zatevakhin-menya-kusali-sobaki-za-dengi/>;
- «В период общения с этими людьми она и пошла в это кредитное бюро и якобы взяла эти 600 000 рублей. Когда я познакомился с другими пострадавшими от микрокредитов, они мне сказали: «Сережа, если бы мы, как твоя мама, умерли бы, с нашими сыновьями сейчас происходило бы то же, что происходит с тобой», — актер *Сергей Фролов* потерял квартиру из-за займа в МФО, взятого его покойной мамой перед смертью, эта публикация имела существенный резонанс: <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-frolov-summa-nachalo/>;
- «— Вы когда-нибудь попадали в жесткую финансовую ситуацию? — Угу... С одним банком. Он активно раздавал свои банковские карточки и чуть ли не умолял: «Ну возьмите... возьмите!» Ну вот я и взял...» — музыкант *Роман Рябцев* о кредитной карте, которую долго не мог закрыть, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/roman-ryabtsev-tekhnologiya-sberezheniy/>;
- «Она всегда брала кредиты и не знаю, на что их тратила. А я занимался ребенком и работал», — актер *Антон Демур* лишился квартир из-за взаимозависимых отношений с бывшей женой, злоупотреблявшей кредитами, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/anton-demura-eto-byl-finansovyy-suitsid/>;
- «Кто-то говорит, что ипотека — не полезная штука, потому что вообще это давление, которое опускает тебя вниз... Но мне кажется, что я уже не ощущаю давления. Большая часть отдана. Но мы будем отмечать тот день, когда погасим ипотеку полностью», — актриса *Глафира Тарханова* об опыте ипотечного кредитования, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/glafira-tarkhanova-kogda-my-ipoteku-brali-ne-planirovali-vyplachivat-ee-vsyu-zhizn/>;
- «С одной стороны, дом было сложно снять. С другой стороны, я посчитала, сколько денег отдала за аренду съемного дома за пять лет: 5 лет умножаем на 12 месяцев, а полученную сумму — на стоимость ежемесячной аренды. Добавим к этому расходы на ремонт, которым все равно занимаешься, живя в чужом доме», — актриса *Юлия Ауг* о том, как несмотря на потерю дома и оставшиеся после смерти мужа кредиты решила на ипотеку, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/yuliya-aug-ipoteka-sozdala-perspektivu/>;
- «...Могу поделиться с вами своими сожалениями. Я могла бы взять больше. Но я настолько не предрасположена к риску, что взяла меньше. А если бы взяла больше, то у меня могла бы быть квартира чуть лучше», — актриса *Светлана Камынина* об ипотеке, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/svetlana-kamynina-vygodno-investirovat-v-sebya/>;

- «Я взял ипотеку тогда, когда никто из моего круга ее брать не решался. Ипотека была безумно дорогой, еще дороже, чем сейчас. Двенадцать процентов в долларах, а не в рублях. Мы решили взять и не прогадали», — телеведущий *Александр Архангельский* об успешном опыте ипотечного кредитования, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-arkhangel'skiy-literatura-i-finansovaya-gramotnost-prodolzhenie/>.

Тема 7. Фондовые рынки, ценные бумаги, риски и доходность. Валюта. Криптовалюта

Инвестирование в финансовые инструменты и иностранную валюту. Место в рейтинге по поисковому спросу — 3. Примеры разработки:

- «Никаких ненужных финансовых продуктов не покупаю, и даже выезжая за границу, мы с женой страховок не оформляем: если что-то и случится, лучше пойдём в больницу и заплатим», — *Антон Долин* о своем отношении к инвестированию в финансовые продукты, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/anton-dolin-ne-mogu-ponyat-zachem-lyudi-menyayut-mashinu-esli-predydushchaya-eshche-ezdit-/>;
- «Были неприятности, недополученные средства. Когда я выбирал между разными отраслями промышленности, думая, на какие акции поставить, я анализировал экономику с точки зрения науки. Наука мне подсказывала, что на этом рынке самое главное — энергетика... Так что акций у меня стало гораздо больше, но стоили они натурально копейки. И журналисты Forbes, не сообразив, что весь пакет может стоить около миллиона рублей, причислили меня к крупнейшим олигархам», — журналист *Андрей Туманов* о негативном опыте инвестирования в ценные бумаги, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/andrey-tumanov-zachem-millioneru-kartofelnye-ochistki-okonchanie/>;
- «— Вы никогда не попадали в финансовые переделки. Из этого я делаю вывод: вы все же финансово грамотный человек. — Ничего подобного. Это значит только то, что я использую тактику панголина. Смотрите... Я — панголин. Я живу в мире, где полно опасностей. Когда их нет, то я иду куда-то, допустим, на речку, ем в свое удовольствие, встречаюсь с друзьями-панголинами. Залез на ветку, погрелся, и тут — опасность! И я — хоп! — свернулся в шар», — так телеведущий и зоолог *Иван Затевахин* проиллюстрировал свое отношение к рискованным финансовым операциям, больше примеров поведенческих стратегий из мира животных: <https://vashifinancy.ru/stars/ivan-zatevakhin-menya-kusali-sobaki-za-dengi/>;
- «Когда я позвонила моей бабулечке в Черкесск, вся в слезах, оттого что потеряла деньги на ваучерах «МММ», она мне еще кое-что важное сказала: «Самые верные деньги — заработанные», — актриса *Яна Поплавская* о переживании опыта, связанного с потерей денег в финансовой пирамиде, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/yana-poplavskaya-69-tysyachili-kak-vyzhit-posle-razvoda/>.

Тема 8. Страхование как способ управления рисками

Какие риски могут быть снижены посредством страхования, а какие нет. Медицинское страхование и платные медицинские услуги. Место в рейтинге по поисковому запросу — 7. Примеры разработки:

- Актер *Антон Демур* на какое-то время стал бомжом, его история скорее об управлении рисками, которое в состоянии зависимости выходит за рамки рациональности, но риски обманутых дольщиков теперь страхует государство, одна из самых драматичных историй в рубрике, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/anton-demura-eto-byl-finansovyy-suitsid/>;
- Когда речь зашла о существенном риске для здоровья, телеведущий *Сергей Малоземов* предпочел платные медицинские услуги, несмотря на наличие страховки, и считает этот выбор рациональным: «У меня стандартная страховка от НТВ, полис добровольного медицинского страхования. И если случается простуда, то я иду лечиться по этой страховке. Но я отказался от лечения перелома по страховке и выбрал операцию за свои деньги, но у лучшего в этой области специалиста, который не будет отрезать поломанную кость», Подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-malozemov-osoznannost-zhizni-i-finansovaya-gramotnost/>.

Тема 9. Защита прав потребителей товаров и услуг

Психологические и институциональные барьеры на пути защиты прав потребителей, как защищать свои права на практике. Место в рейтинге по поисковому запросу — 9. Примеры разработки:

- «...В России всего две общественные организации, которые давно работают и соблюдают это правило. Это Союз потребителей РФ и Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП)», — один из основателей потребительского движения в России журналист *Андрей Туманов* о защите прав потребителей, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/andrey-tumanov-istorii-o-zashchite-prav-potrebiteley/>.

Тема 10. Разделение имущества в процессе развода, наследование имущества

Стоит ли оформлять завещание и брачный контракт, к каким последствиям может привести их отсутствие. Место в рейтинге по поисковому запросу — 5. Примеры разработки:

- «— Раз уж вспомнили о бывших женах... Как вы относитесь к брачным контрактам? — Ни с одной из бывших жен я их не составлял. Но, в принципе, положительно отношусь. Беда с нашим менталитетом, который их не воспринимает, видит в них что-то постыдное — если составляешь контракт, значит, думаешь о разводе. Но на самом деле брачный контракт помогает избежать многих щекотливых ситуаций», — музыкант *Роман Рябцев* о необходимости подписания брачного контракта, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/roman-ryabtsev-tekhnologiya-sberezheniy/>;

- «Он снял все. Оставил 69 тысяч рублей нам с сыновьями. Ни я не могла понять, ни мои дети, почему шестьдесят девять тысяч, а не, скажем, шестьдесят? Но он мне потом объяснил, что «ты же Рак по зодиаку, а это астрологическое число Рака», — актриса *Яна Поплавская* о последствиях развода в отсутствие брачного договора, подробнее: <https://vashifinancy.ru/stars/yana-poplavskaya-69-tysyach-ili-kak-vyzhit-posle-razvoda/>.

Как видите, нет такой темы в области финансовой грамотности, о которой нельзя было бы поговорить со звездами. Но все ли темы одинаково интересны читателю? Рассмотрим рейтинг по поисковому спросу, на основе которого и определялось число примеров разработки.

Рейтинг тематик финансовой грамотности по поисковому спросу

Структура упоминаний в примерах разработки по каждой из приведенных выше тематик финансовой грамотности, как видите, неоднородна — по одним темам примеров больше, по другим меньше. К такой же структуре упоминаний мы стремились и при подготовке материалов в рубрику «Звездные истории» на портале «Друзи с финансами». Это связано с относительно высокой популярностью в интернете одних тем и меньшей популярностью других, что дает возможность «вытаскивать» наименее популярные темы за счет относительно более популярных. И если мы не решаем узких прикладных задач в рамках отдельной темы, а работаем с финансовой грамотностью в целом, будет полезно сбалансировать контент в соответствии с интересами интернет-аудитории. Для того, чтобы дать оценку относительной популярности одних тем по сравнению с другими, можно использовать рейтинг на основе анализа поискового спроса. Вы можете использовать и другие способы ранжирования, главное — подходить к выбору тематик осознано и опираясь на статистические данные.

Итак, в качестве основного критерия ранжирования возьмем рейтинг тематик финансовой грамотности по поисковому спросу, а лейтмотивом формата — *тему 0. Психологические особенности принятия финансовых решений* оставим за рамками рейтинга. Получим следующую картину (см. *Таблицу 2*). Аналогичный подход можно использовать и внутри каждой темы, изучая различные варианты подачи, в том числе используя так называемые похожие запросы. Например, со словом «деньги» (*Тема 4. Расчеты и платежи. Электронные и наличные деньги, современные платежные инструменты и связанными с ними риски*) сочетается поисковый спрос не только на «сбербанк карта» и «киви кошелек», которые относятся к данной теме, но и «наличный кредит», «банк хоум кредит», «срочный заем» и т.п., которые демонстрируют, что для существенной части интернет-аудитории деньги — это прежде всего «кредит» (*Тема 6. Кредиты и займы*). И несмотря на то что тема кредитов оказалась второй в рейтинге, мы понимаем, что тема кредитов — основная для нас. Тема валюты (*Тема 7. Фондовые рынки, ценные бумаги, риски и доходность. Валюта. Криптовалюта*) достаточно обширна, и даже если сократить в поиске до слова «валюта», этого уже окажется достаточно для выхода на третье место. Отдельного внимания заслуживает «кредитная карта», которая выдается в похожих запросах на поиск слова «валюта». Наблюдается также связь между темой кредитов и темой сбережений (*Тема 5. Сбережения: риски и возможности*). «Взять кре-

дит» выдается также и в запросах, похожих на запрос «доход» в теме доходов (*Тема 2. Доходы различных типов и форм*). Иными словами, если у вас нет задачи сформировать сбалансированный редакционный план на тему финансовой грамотности, предлагайте звездам поговорить о кредитах, поисковый спрос (и не только) делает эту тему одной из ключевых тем финансовой грамотности, да и самим медиагероям говорить о понятии «кредит» проще, чем о малознакомом для них понятии «финансовая грамотность». Далее, и это вы видите на примерах в разрезе тематик, зацепившись за тему кредитования, можно продолжить разговор и на другие темы, связанные с финансовой грамотностью.

Предлагаем к результатам анализа поискового спроса отнестись творчески, а полученные данные воспринимать как один из вариантов системы координат, не забывая, что россиянам необходимо прививать культуру финансовой грамотности по всем тематикам данного вопроса. Невзирая на почти полное отсутствие поискового спроса по темам личного бюджета или защиты прав потребителей, мы с героями рубрики «Звездные истории» обсудили и их. При подготовке публикаций для региональных СМИ рекомендуем посмотреть статистику по вашему региону и сравнить данные как со средними по стране, так и в динамике. Сделать это можно, зайдя в сервис «Яндекса» по ссылке:

- *Яндекс WordStat: <https://wordstat.yandex.ru/>*

Введите интересующие вас параметры поиска и выберите регион (справа под строкой поиска), также любопытно будет проанализировать историю запросов и структуру запросов по городам. Например, в процессе анализа поискового спроса по слову «кредит» по регионам можно заметить, что по данным на сентябрь 2019 года пользователи из *Екатеринбурга* и *Новосибирска*, например, относительно меньше интересуются кредитами (региональная популярность — 88%, то есть на 12% меньше, чем в среднем по стране), а вот пользователей из *Курской области* кредиты очень интересуют (по данным на ту же дату, 129% от среднего). При подготовке плана публикаций, ориентированных на жителей вашего **региона**, рекомендуем составить свой рейтинг, используя предложенные алгоритмы. Рейтинг тематик по России в целом по состоянию на сентябрь 2019 года выглядит следующим образом:

Таблица 2. Рейтинг наиболее перспективных тем из области финансовой грамотности и ответственного финансового поведения (все регионы).³

номер темы	Тема	основной запрос	показов в месяц	примеры похожих запросов по указанному основному запросу
Тема 4.	Расчеты и платежи. Электронные и наличные деньги, современные платежные инструменты и связанными с ними риски.	деньги	11 355 439	сбербанк карта, взять кредит, киви кошелек, наличный кредит, под залог, кредит под кредит, срочный заем
Тема 6.	Кредиты и займы	кредит	7 941 020	калькулятор онлайн, кредитная карта, карта заем, кредитная история, первоначальный взнос
Тема 7.	Фондовые рынки, ценные бумаги. Валюта. Криптовалюта.	валюта	3 700 511	курс сегодня, доллар курс, рубль курс, курс евро, банк сегодня
Тема 1.	Отношение к расходам	расходы	2 845 255	нет релевантных
Тема 10.	Разделение имущества в процессе развода, наследование имущества.	(развод), (наследство)	2 073 524	заявление исковое, алименты ребенок, через суд, алименты заявление
Тема 5.	Сбережения: риски и возможности	вклады	1 891 172	кредитная карта
Тема 8.	Страхование как способ управления рисками	страхование	1 474 562	полис ОСАГО, полис ОМС
Тема 2.	Доходы различных видов, типов и форм	доход	1 223 984	взять кредит, доход без справки
Тема 9.	Защита прав потребителей товаров и услуг	права потребителя	297 960	защита право, товар возврат
Тема 3.	Личный бюджет и финансовое планирование.	семейный бюджет	36 756	личные финансы, домашняя бухгалтерия
итого			32 840 183	

Место финансовой грамотности среди тематик массового интереса

Суммарно поисковый спрос по тематикам финансовой грамотности составил почти 33 миллиона запросов в месяц, много это или мало? Сможем ли мы при таком потенциале трафика конкурировать с другими темами массового интереса и как убедить медиагероев и журналистов в привлекательности тематики? Тематики финансовой грамотности действительно интересны пользователям сети, в *Таблице 3* приведены оценки поискового спроса по популярным темам массового интереса в сравнении с тематиками финансовой грамотности. И тут есть один важный нюанс: поисковый спрос на само понятие финансовой грамотности практически отсутствует, как и понимание его со стороны звезд. Поэтому когда мы предлагаем тему журналистам и медиагероям, мы предлагаем поговорить не о финансовой грамотности в целом, а о конкретных тематиках: кредитах, деньгах, валюте и т.д., тем более что суммарно эти тематики превышают поисковый спрос на медиагероев — например, поисковый спрос по слову «актер» (что уж там говорить о конкретных фамилиях) почти в два раза меньше суммарного поискового спроса по темам финансовой грамотности.

Таблица 3. Поисковый спрос по темам массового интереса в сравнении с темой «финансовая грамотность» (все регионы).⁴

Тема	текст поиска	показов в месяц
Кино, сериалы	фильм	178 163 360
Кулинария	рецепты	35 063 101
Тематики финансовой грамотности	см. таблицу 2	32 840 183
Музыка	музыка	32 007 209
Телевидение	ТВ	17 365 825
Актеры	актер	13 280 885
Здоровье	лечение	8 943 086
Животные	животные	7 754 155
Спортивные мероприятия	спорт	6 935 206
Семейные отношения	семья	6 012 342
Юмор	комедия	4 076 169
Приусадебное хозяйство	дача	4 462 586
Театр	театр	3 160 752
Финансовая грамотность	финансовая грамотность	90 785

Популярные медиагерои готовы говорить о финансовой грамотности

Итак, мы с уверенностью можем говорить о финансовой грамотности как сумме тематик, от денег и кредитов до раздела имущества и страхования, как о теме массового интереса, перспективной для освещения различными СМИ. Но готовы ли медиагерои поддержать тему? Наш опыт подтверждает, что действительно популярные, значимые и востребованные звезды вне зависимости от актуального новостного повода могут говорить на темы, связанные с финансовой грамотностью, даже на площадке, не привычной для освещения личной жизни звезд и не известной среди медиагероев. Список медиагероев проекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд» сформирован, исходя из двух параметров: из личного медийного потенциала героя и из актуальности его истории в области финансовой грамотности для широкой аудитории конечных потребителей. Также в нашем портфеле есть герои, до личного интервью с ними представлявшиеся «не говорящими» (такой неудачный опыт публикаций они имели в интернет-СМИ). И тем ценнее интервью с ними — почти любая опубликованная информация о них эксклюзив. Поэтому при выборе медиагероев для тиражирования нашего проекта не стоит ограничиваться мониторингом открытых источников, а лучше исходить из простых и прозрачных количественных параметров, не обязательно связанных с наличием опыта не только в области финансовой грамотности, но и в области участия в публикациях о собственной личной жизни в целом. С точки зрения вовлеченности в тематику финансовой грамотности (вспомним *Таблицу 1*), все герои, вне зависимости от наличия/отсутствия информации об их личном опыте в области финансовой грамотности в интернет-СМИ и на лентах новостных агентств, перспективны. Более того, в нашей рубрике большинство героев о проблемах финансовой грамотности ранее не задумывались, а в ходе подготовки публикации идентифицировали проблематику и с высокой вероятностью будут готовы продолжать тему в общении со СМИ (а сторонние журналисты скорее будут готовы задать вопросы о финансовой грамотности герою, опыт которого в этой области уже опубликован).

При формировании подхода к отбору медиагероев мы ориентировались на массового читателя — активного и потенциального потребителя финансовых услуг, но не забывали и о журналистах, для которых значимость героя также во многом определяется количественными показателями его медийного потенциала. Совокупно две эти целевые аудитории означают, что для популяризации финансовой грамотности на основе личного опыта медиагероев необходимо отобрать лидеров мнений — звезд *знакомых* (конкретному пользователю, читателю публикации — здесь не столь важно, идентифицирует ли его пользователь по фамилии, по конкретной роли в кино или театре или по публикациям в социальных сетях и СМИ), *известных* (читатель внутренне согласен с тезисом, что это известный человек, не важно, ассоциирует ли он себя с героем, его ролями, позитивно или негативно относится к персоне), *активных* (читателю известно, что герой имеет активную социальную позицию, которой делится, например, в социальных сетях, не важно знакома ли читателю сама позиция и разделяет ли он мнение героя, потому как антигерой с негативным опытом в области финансовой грамотности может повлиять на желание изучить тематику с позиций «нет, я не такой» ничуть не хуже,

чем положительный герой с позитивным опытом) и *значимых* (читатель считает героя значимым для страны, для социальной группы, для профессии героя, основываясь как на субъективных, так и на объективных показателях признания). Знакомая вам *Таблица 1* для медиагероев может быть интерпретирована следующим образом (см. *Таблицу 4*):

Таблица 4. Подход к оценке медийного потенциала медиагероев в интересах подпроекта.

целевые аудитории подпроекта	стадии вовлеченности в тематику подпроекта			
	стадия 1	стадия 2	стадия 3	стадия 4
медиагерои	отсутствие идентификации	идентификация проблематики	готовность к обсуждению	обсуждение деталей
редакторы СМИ	знание о тематике	интерес по качеству	интерес по количеству	использование в публикации
потребители	интерес к герою	ассоциирование с историей героя	осознание потребности	изучение тематики
оценка медийного потенциала героя целевыми аудиториями				
медиагерои	приятное соседство	у героя есть история по теме	у меня тоже есть история по теме	моя история по теме интереснее
редакторы СМИ	трафик	трафик	цитирование	резонанс
потребители	герой знаком и интересен	история героя интересна	тематика не отпугивает	тематика интересна
итога	знакомый	известный	активный	значимый

С точки зрения сочетания тематик массового интереса (среди которых не только личная жизнь звезд, но и различные хобби, в том числе кулинария, дача и т.п.), наиболее перспективны для массовой аудитории следующие категории медиагероев:

(1) *театр и кино, телефильмы и сериалы* (включая актеров, сценаристов, режиссеров, продюсеров, художественных руководителей и директоров);

(2) *журналистика, литература и ТВ* (включая блогеров, иллюстраторов, мультипликаторов, поэтов и писателей, телеведущих, ведущих и участников популярных шоу);

(3) *другое (музыка, кулинария, дача, животные, спорт и др.)*.

Выбирая героев публикаций, мы учитывали не только их способность формулировать свои мысли и анализировать поступки, в том числе с точки зрения психологии, но и старались сделать так, чтобы личности медиаперсон в проекте представляли различные типажи. Вы можете использовать и другие критерии, но и здесь снова важно не уходить в экспертные

оценки, а работать на основании системы координат, основанной на численных показателях популярности и объективных параметрах значимости. Критерии оценки медийного потенциала героев для категорий (1) и (2) рассмотрим подробно. Итак, для выбора медиагероев в категории 1 (актеры и режиссеры) мы использовали следующие критерии.

(1) театр и кино, телефильмы и сериалы

— работы в кино, телефильмах и сериалах: общее число работ не менее двадцати, для актеров 1988 года рождения и моложе — не менее пяти;

— работы в телефильмах и сериалах, занявших лидирующие позиции по телесмотрению или по поисковому спросу на название проекта;

— работы в кинофильмах, занявших лидерские позиции по кассовым сборам в России или поисковому спросу по названию проекта;

— наличие российских или международных профессиональных наград и премий за работы в театре, кино, телефильмах или сериалах вне зависимости от даты присвоения (включая награды, присвоенные проекту в целом);

— наличие званий «народный артист» или «заслуженный артист» России или субъекта федерации (либо СССР или РСФСР).

Среди журналистов и писателей мы выбрали в основном телеведущих или блогеров с опытом работы телеведущими в том числе и потому, что продемонстрировать известность таких героев можно, используя простые численные показатели — число подписчиков или рейтинг телепроекта (в случае с актерами рейтинги телесериалов также можно использовать, но в отличие от телеведущих сложно прозрачным образом разделить рейтинг между актерами, исполнявшими роли, особенно если речь идет не только о главных ролях).

(2) журналистика, литература и ТВ

— участие в популярных телевизионных проектах, занимающих лидирующие позиции по телесмотрению, в качестве ведущего или неоднократного героя и/или наличие успешного опыта конвертирования полученной благодаря ТВ популярности в интернет-форматы;

— наличие российских или международных профессиональных наград, званий (вне зависимости от даты получения, включая награды в отношении медиапроекта в целом);

— авторство популярных литературных произведений, вышедших тиражом более 10 тыс. экземпляров либо имевших широкий общественный резонанс (не менее 20 положительных рецензий в федеральных СМИ в ретроспективе двух лет);

— руководство влиятельным интернет-СМИ на позиции главного редактора.

Однако мы рассматриваем интернет-СМИ и поэтому дополнительный фильтр может быть связан именно с популярностью в сети. Вот наиболее простые критерии оценки привлекательности медиагероя в категории 2 с точки зрения массовой интернет-аудитории:

- поисковый спрос по фамилии медиагероя или названию его основного проекта;
- число подписчиков и «друзей» в личных или официальных аккаунтах в социальных сетях.

Наличие активной социальной позиции звезды и привычка ее высказывать также является плюсом (тут к количественным оценкам популярности в социальных медиа можем добавить качественные). Мониторинг интернет-СМИ и социальных сетей в ретроспективе одного-двух лет позволит выяснить, привык ли медиагерой делиться со своей аудиторией мнением на социально значимые темы (и соответственно, имеет ли накопленную собственную аудиторию в этом сегменте), а не просто размещает свои фотографии.

Исходя из гипотезы, что возраст во многом определяет этап жизненного цикла героя и читателя публикации (а этап жизненного цикла может означать преимущественный интерес к тем или иным проблемам финансовой грамотности), и понимая, что аудитория интернета в целом по структуре соответствует тому, что мы называем массовой аудиторией, при выборе медиагероя можно ориентироваться на поло-возрастную структуру вашей целевой аудитории с некоторым сдвигом «вниз» (возраст героя больше или равен возрасту читателя). Мы приняли гипотезу, что опыт относительно более старшего по сравнению с читателем героя (со сдвигом на 10 лет) может быть более поучителен, чем опыт ровесника и тем более героя младшего возраста. Допускаем, что в молодых возрастах это может проявляться меньше, чем в более старших, но стабильно развивающиеся звезды (не «однодневки») обычно начинают свою карьеру после получения профессионального образования и приходят к успеху в возрасте от 25 лет (они играют героев-подростков и героев, ориентированных на студенческую аудиторию). Как будет продемонстрировано ниже, данная гипотеза в целом подтвердилась.

При проектировании списка по половому составу советуем исходить из предположения, что опыт в области финансовой грамотности из уст мужчины относительно более привлекателен для женщин и наоборот, сдвинем соотношение мужской и женской аудитории в интернете в целом в пользу медиагероев мужского пола до соотношения 60–65 на 35–40 в пользу мужчин. Эта гипотеза также подтвердилась: мы получили половой состав фактической аудитории рубрики зеркальным по отношению к половому составу героев.

Теперь предлагаем убедиться, что говорить о финансовой грамотности готовы действительно популярные медиагерои. На момент подготовки настоящих методических рекомендаций в рубрике «Звездные истории» опубликованы интервью со следующими медиагероями:

Категория 1 — театр и кино, телефильмы и сериалы (включая актеров, сценаристов, режиссеров, продюсеров, художественных руководителей), ранжирован по алфавиту, указано об-

щее число кино- и телевизионных проектов с примерами⁵ и число проектов в производстве⁶, дана ссылка на интервью в рубрике «Звездные истории» на портале «Друзья с финансами»:

1. **Ауг Юлия Артуровна**, лауреат премии «Ника» за лучшую женскую роль второго плана (сериал «Екатерина»), актриса, режиссер, сценарист, работы в 86 проектах (7 в производстве), в т.ч. главные роли: «Крепостная», «Соседи» (3 сезона), «Ученик», «Личное пространство», «Екатерина». 1970 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/yuliya-aug-ipoteka-sozdala-perspektivu/>;
2. **Галич Павел Павлович**, актер, внук барда Александра Галича, 100-летие со дня рождения которого отмечалось в 2018 году; работы в 48 проектах (1 в производстве), в т.ч. «Солдаты» (17 сезонов) и «Криминальное видео» (главная роль), 1983 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/pavel-galich-kredit-eto-dolg-chesti/>;
3. **Демура Антон Антонович**, актер театра и кино, на сцене с 8 лет, в последние годы мало снимался и не играл в театре в связи с обстоятельствами, описанными в публикации; выбран за счет медийного потенциала истории, включающей несколько ключевых тематик финансовой грамотности, в том числе психологические аспекты, 1973 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/anton-demura-eto-byi-finansovyy-suitsid/>;
4. **Камынина Светлана Сергеевна**, лауреат премии «Золотой носорог», работы в 28 проектах (3 в производстве), в том числе «Интерны» (250 серий, главная роль), 1979 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/svetlana-kamynina-vygodno-investirovat-v-sebya/>;
5. **Кондратьева Марина Игоревна**, актриса, работы в 93 проектах (12 в производстве), в том числе: «Толя-робот», «Склифосовский», 1976 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/marina-kondrateva-esli-by-u-menya-bylo-mnogo-deneg-ya-by-usynovila-mnogo-detey/>;
6. **Назаров Александр Владимирович**, актер и режиссер, работы в 59 проектах (2 в производстве), в т.ч. «Не родись красивой» (режиссер), «Домашний арест» (актер), 1966 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-nazarov-ne-rodish-krasivoy-rodish-sluzhit-/>;
7. **Поплавская Яна Евгеньевна**, актриса, лауреат Государственной премии СССР за лучшую детскую роль, работы в 36 проектах, в т.ч. «Про Красную Шапочку» (главная роль), 1967 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/yana-poplavskaya-69-tysyach-ili-kak-vyzhit-posle-razvoda/>;
8. **Рожков Денис Игоревич**, актер, работы в 42 проектах (1 в производстве), в т.ч. главные роли в сериалах «Глухарь» (3 сезона), «Чужой район» (3 сезона), 1976 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/denis-rozhkov-zhivu-ot-poluchki-do-poluchki/>;

9. **Талызина Валентина Илларионовна**, народная артистка РСФСР, работы в 158 проектах (2 в производстве), в том числе: *«Новогодний папа» (главная роль)*, *«Ирония судьбы, или С легким паром!»* и *«Ирония судьбы. Продолжение» (Валя и голос Нади)*, *«Афоня» (мастер ЖЭКа)*, 1935 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/valentina-talyzina-svechagoryashchaya-v-grudi-nachalo/>;
10. **Тарханова Глафира Александровна**, актриса, работы в 60 проектах (2 в производстве), в том числе главные роли: *«Ускользающая жизнь»*, *«Третий должен уйти»*, *«Синичка» (2 сезона)*, *«Ведьма»*, 1983 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/glafira-tarkhanova-kogda-my-ipoteku-brali-ne-planirovali-vyplachivat-ee-vsyu-zhizn/>;
11. **Фекленко Дарья Владимировна**, актриса, работы в 49 проектах, в т.ч. *«Обручальное кольцо» (главная роль)*, *«Практика. Второй сезон»*, *«Звоните ДиКаприо»*, 1970 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/darya-feklenko-perekhodnyu-vozrast/>;
12. **Фролов Сергей Александрович**, актер, лауреат Государственной премии РФ, работы в 89 проектах (2 в производстве), в т.ч. *«Доктор Лиза»*, *«Пасечник-2»*, *«Папины дочери»*, *«Химик» (главная роль)*, 1974 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-frolov-summa-nachalo/>;
13. **Якин Александр Владимирович**, молодой актер, работы в 18 проектах, в т.ч. *«Восьмидесятые» (4 сезона, главная роль)*, *«Счастливы вместе» (6 сезонов, главная роль)*, 1990 г.р., <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-yakin-kogda-nastyu-idet-ko-mne-mne-uzhe-plevat-na-dengi/>;

Категория 2 — журналистика, литература и ТВ (включая блогеров, иллюстраторов, поэтов и писателей, телеведущих, участников популярных шоу), ранжирован по алфавиту, с примерами проектов и количественными оценками популярности:

14. **Архангельский Александр Михайлович**, автор и ведущий программы «Тем временем» на телеканале «Культура», лауреат премии ТЭФИ, писатель, литературовед, кандидат филологических наук, профессор НИУ «Высшая школа экономики», блогер, <https://vashifinancy.ru/stars/aleksandr-arkhangelskiy-literatura-i-finansovaya-gramotnost/>;
15. **Вяземский Юрий Павлович**, телеведущий, автор и ведущий программы «Умницы и умники» (с 1992 года, Первый канал), писатель, профессор МГИМО, <https://vashifinancy.ru/stars/yuriy-vyazemskiy-seychas-menya-ochen-interesuet-byudzhet/>;
16. **Долин Антон Владимирович**, журналист, главный редактор журнала «Искусство кино», кинокритик программы «Вечерний Ургант» на Первом канале, блогер, <https://vashifinancy.ru/stars/anton-dolin-ne-mogu-ponyat-zachem-lyudi-menyayut-mashinu-esli-predydushchaya-eshche-ezdit-/>;

17. **Затевахин Иван Игоревич**, телеведущий, автор и ведущий программы «Диалоги о животных» (ВГТРК), кандидат биологических наук, автор документальных фильмов и книг о животных, <https://vashifinancy.ru/stars/ivan-zatevakhin-menya-kusali-sobaki-za-dengi/>;
18. **Кулешов Петр Борисович**, актер, телеведущий, бессменный ведущий программы «Своя игра» (с 1994 года, НТВ), <https://vashifinancy.ru/stars/petr-kuleshov-lyudi-moe-go-vozhrasta-pozhaluysta-sledite-za-vashimi-roditelyami-/>;
19. **Малоземов Сергей Александрович**, автор и ведущий программ «Еда живая и мертвая» и «Чудо техники» (НТВ, программы — лидеры телесмотрения в своих категориях), <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-malozemov-osoznannost-zhizni-i-finansovaya-gramotnost/>;

Другие категории (музыка, спорт, мода, красота и здоровье; дом и сад, включая кулинарию и другие хобби; психология, юмор, семья, дети, животные, путешествия; наука, техника, образование и карьера):

20. **Оздобихин Игорь Сергеевич**, участник команды КВН Пермского юридического института, участковый из сериала «Реальные пацаны» (14 сезонов), <https://vashifinancy.ru/stars/igor-ozdobikhin-my-s-zhenoy-zakryvaem-odnu-ipoteku-i-berem-sleduyushchuyu-eto-protsess-beskonechnyy/>;
21. **Рябцев Роман Николаевич**, певец, экс-лидер группы «Технология», в настоящее время вернулся к сольной карьере, блогер, <https://vashifinancy.ru/stars/roman-ryabtsev-tekhnologiya-sberezheniy/>;
22. **Туманов Андрей Владимирович**, главный редактор газеты «Ваши 6 соток», эксперт по садоводству, создатель «Школы садоводов Андрея Туманова», ведущий радио- и ТВ-проектов по садоводству, <https://vashifinancy.ru/stars/andrey-tumanov-zachem-millioneru-kartofelnye-ochistki-nachalo/>, <https://vashifinancy.ru/stars/andrey-tumanov-istorii-o-zashchite-prav-potrebiteley/>;
23. **Чекалова Елена Львовна**, кулинарный блогер, автор книг по кулинарии, в прошлом телеведущая, <https://vashifinancy.ru/stars/elena-chekalova-ya-ochen-dazhe-schitayu-dengi/>.

Таким образом, в рубрике «Звездные истории» представлен портфель публикаций, основанных на личном опыте медиагероев различного пола и возраста, покрывающий широкий спектр интересов массовой аудитории (см. *Таблицу 5*). В результате мы получили аудиторию, по полу и возрасту соответствующую набору героев с той лишь оговоркой, что половой состав, как и ожидалось, зеркальный — на героев-мужчин пришла женская аудитория, также сработала гипотеза о сдвиге возраста аудитории на одну возрастную категорию по сравнению с возрастом медиагероев.

Таблица 5. Поло-возрастной и профессиональный состав героев рубрики «Звездные истории» (слева) в сравнении с аудиторией рубрики (справа, по данным Яндекс.Метрика⁷).

Вне зависимости от отношения к точности технологии оценки долгосрочных интересов «Яндексом» распределение аудитории по интересам показывает, что мы попали в массовую аудиторию, которая не концентрируется по признаку какого-либо интереса, а все указанные инте-

<i>герои рубрики</i>		<i>читатели</i>	
<i>категория</i>		<i>интересы</i>	
1 (актеры)	57 %	развлечения и досуг	26 %
2 (телеведущие)	26 %	отдых и путешествия	20 %
3 (другие)	17 %	строительство, обустройство, ремонт	18 %
		образование	17 %
		другое	0 %
<i>пол</i>		<i>пол</i>	
женский	35 %	мужской	30 %
мужской	65 %	женский	70 %
<i>возраст</i>		<i>возраст</i>	
25–34	4 %	до 25	6 %
35–44	30 %	25–34	21 %
45–54	43 %	35–44	34 %
55–64	13 %	45–54	28 %
65+	9 %	55+	11 %

ресы являются массовыми, и это полностью отвечает нашим целям и ожиданиям от использования приведенных выше критериев отбора медиагероев. Забегая вперед, отметим, что третья категория и часть второй (сгруппированная по хобби, от кулинарии до дачи) сформулирована как раз для управления интересами, и в построении своей аудитории вы можете опираться на героев, представляющих те или иные массовые хобби (темы массового интереса в буквальном смысле), снижая или повышая долю героев по признаку одной из тем массового интереса, пересекая ее с темой финансовой грамотности.

Детально рассмотрим способы оценки медийного потенциала героев на конкретных примерах по каждой из категорий в отдельности. Здесь мы не ставили своей целью изобрести уни-

версальную систему прогнозирования, однако при планировании успешного с точки зрения привлечения аудитории контента с участием звезд необходимо опираться на количественные оценки, и наши оценки — один из возможных вариантов. Рассмотрим по категориям. Первая — и самая несложная для формулировки критериев — *категория 1*. Сюда мы включили актеров, в том числе актеров, ставших режиссерами. Продемонстрируем критерии оценки медийного потенциала, которыми мы пользовались:

- (1) *суммарное число проектов* (кино-, телефильмов и сериалов), в которых звезда принимала участие (исходим из гипотезы, что более популярные и известные массовой аудитории звезды снимаются чаще, и это регулируется рынком за рамками нашего исследования, также как и их анонсирование с участием медиагероя);
- (2) *число кино- и телепроектов в производстве* с участием медиагероя (позволит спрогнозировать поисковый спрос в перспективе года-двух);
- (3) *поисковый спрос по названию основного проекта* героя (под основным проектом мы понимаем наиболее популярный или знаковый для данной медиаперсоны, на основании экспертной оценки);
- (4) *поисковый спрос по фамилии* героя может означать высокий интерес аудитории не только к его персонажам, но и к его персоне; хотя само по себе отсутствие поискового спроса, на наш взгляд, не означает отсутствие идентификации звезды по фамилии, а высокий спрос является скорее результатом работы пиарщиков;
- (5) *популярность личного аккаунта в социальной сети* может служить не только признаком наличия у героя собственной аудитории, но и источником трафика.

В результате в нашем списке (по категории 1) оказались актеры и режиссеры, имеющие награды и звания, различного пола и возраста, имеющие в среднем не менее 58 проектов в портфеле и также в среднем не менее 7 проектов в работе, многие из которых также популярны в социальных сетях. Например, у Юлии Ауг почти 32 тыс. подписчиков в фейсбуке, у Яны Поплавской почти 35 тыс. подписчиков в фейсбуке, а у Глафиры Тархановой — почти 570 тыс. подписчиков в инстаграме. Наш опыт показывает, что многие медиагерои с удовольствием делятся (или позволяют делиться нам) своими интервью о финансовой грамотности в социальных сетях, так что при отборе медиагероев можно ориентироваться и на число подписчиков в социальных сетях как способе продвижения публикации и получения дополнительной аудитории напрямую от героя.

У вас может возникнуть вопрос, зачем среди плеяды знаменитых актеров и режиссеров немедийный Антон Демура. Это был эксперимент и то самое исключение, которое подтверждает правило. Мы решили проверить, будет ли история не слишком известного актера столь же популярна среди читателей, сколь истории Валентины Талызиной или Глафиры Тархановой, и не будет ли соседство с не очень популярным (но профессиональным) актером отпугивать

медиагероев. Эксперимент оказался успешным: ни один новый герой после публикации интервью с Антоном не отказался от участия в рубрике, а само интервью (за счет высокой медийности истории, покрывающей низкую медийность героя, вкупе с накопленной за счет медийных героев собственной аудиторией рубрики) вышло на третье место в рейтинге публикаций по трафику вслед за актером Сергеем Фроловым и журналистом Андреем Тумановым, которого мы условно отнесли к третьей категории, поскольку он хоть и главный редактор, но главный редактор газеты «Ваши 6 соток», издания, посвященного одному из наиболее популярных у россиян хобби — даче.

Следующая категория медиагероев в списке — *Категория 2* — журналистика, литература и ТВ (включая блогеров, иллюстраторов, поэтов и писателей, телеведущих, участников популярных шоу). Здесь помимо популярности в социальных сетях (у героев в этой категории очень высокая планка: у *Антонна Долина* — более 95 тыс. подписчиков в фейсбуке, у *Александра Архангельского* — более 34 тыс.) можно ориентироваться на телевизионные рейтинги и длительность телевизионных проектов, особенно для не активных в социальных сетях героев. *Юрий Вяземский* с 1992 года ведет программу «Умницы и умники», Петр Кулешов — программу «Своя игра» с 1994 года, то есть накопленная за эти годы аудитория велика настолько, что у нас не хватит аналитических инструментов эту аудиторию рассчитать, но рынок устроен так, что если проект до сих пор в эфире, не обязательно смотреть рейтинги, чтобы убедиться, что он популярен. *Сергей Малоземов*, ведущий программ «Еда живая и мертвая» и «Чудо техники», пусть не так долго на экране, но обе его программы среди лидеров телесмотрения в своих категориях («Еда живая и мертвая» — №1 среди документальных программ, а «Чудо техники» — среди познавательных программ⁸), а *Иван Затевахин* помимо федерального эфира, в котором работает с 1994 года (программа «Диалоги о животных»), является знаковой фигурой для всех любителей животных (на этом основании его можно было бы отнести и к категории 3, но мы решили, что Иван — сначала действующий телеведущий, а потом уже знаковая фигура). Так или иначе, с его помощью можно привлечь внимание к финансовой грамотности части аудитории, которая «ничем, кроме котиков, не интересуется». Итак, формируя список медиагероев в категории «Журналистика» предлагаем в первую очередь ориентироваться на активность в социальных сетях и рейтинги телесмотрения (вне политических и экономических программ, разумеется), которые бесплатно в не очень удобном для анализа формате и платно в формате удобной базы данных в разрезе регионов можно получить в компании MediaScore, которая практически является монополистом в области исследования телесмотрения:

MediaScore, базы данных по телесмотрению:

<https://mediascope.net/data/>.

И последняя в нашем списке — *Категория 3*, в которой появились представители популярных хобби: музыка (*Роман Рябцев*), кулинария (*Елена Чекалова*), дача (*Андрей Туманов*) и юмор (*Игорь Ознобихин*). Елена Чекалова с почти 55 тыс. подписчиков в фейсбуке как быв-

шая телеведущая (программа «Счастье есть!» на Первом канале) могла быть включена и во вторую категорию, но мы отнесли ее к третьей, чтобы подчеркнуть важность отбора медиагероев, ориентированных на отдельные сегменты целевой аудитории, до представителей которых проще «достучаться» через лидеров мнений в интересующей их области, но еще и потому, что сравнивать рейтинги находящихся в эфире телепроектов с историческими данными было бы некорректно. О преимуществах фигуры Андрея Туманова для дачников мы уже говорили, юмор в целом и КВН в частности — темы массового интереса, поэтому в рубрике появился представитель знаковой для любителей игры команды КВН «Парма», а Роман Рябцев — одна из знаковых фигур 90-х — выбран для привлечения внимания женской аудитории в возрасте 35–45, что успешно удалось сделать (см. ранее — Таблицу 5). Сюда же можно было бы отнести мастеров спорта (например, на портале РИА «Новости» вне рамок нашего проекта, но по нашему примеру и в нашем формате вышло очень удачное, на наш взгляд, интервью с хоккеистом Артемием Панариным, <https://rsport.ria.ru/20190830/1558022154.html>), известных врачей, психологов и лидеров мнений в других отдельных областях массового интереса (см. ранее — рейтинг тематик массового интереса в *Таблице 3*).

Таким образом, опираясь на опыт публикаций личных интервью с действительно популярными медиагероями в рубрике «Звездные истории» на портале «Друзья с финансами», вы можете инициировать публикации, основанные на личном опыте других медиагероев с аналогичными параметрами и стимулировать тем самым использование финансовой грамотности как тематики массового интереса в СМИ. Но так ли легко сделать интервью со звездами? Мы рассмотрели, о чем говорить (тематики финансовой грамотности), с кем говорить (критерии выбора медиагероев), осталось понять, как уговорить героя на интервью и как собственно это интервью провести, чтобы оно понравилось и герою, и читателям, и соответствовало тематикам финансовой грамотности. Подробнее о журналистских приемах, которые использовали авторы рубрики «Звездные истории», поговорим в следующем разделе, а сейчас несколько советов на тему: как говорить с медиагероем, чтобы он согласился на интервью. Во-первых, мы обещаем согласовать и тексты, и фото. Да, свобода самовыражения журналиста очень важна, и обычно в СМИ спикерам интервью показывать не любят. Но тема финансовой грамотности для героя новая (и потенциально рискованная), поэтому все обязательно согласовываем. Во-вторых, у героя есть свои задачи и свои новостные поводы, которые никто не мешает затронуть вкупе с темами кредитов и страхования, поэтому для регионов, например, может пригодиться знание гастрольного графика, а для федерального контента — графика премьер. Конечно, и особенно в первое время, много вопросов у звезд вызывала площадка. Чтобы снизить отказы из-за неизвестности или непопулярности площадки, рекомендуем «перекрыть» их авторитетом автора и примерами опубликованных интервью этого автора в других медиа. И еще, не стоит выбирать звезд-однодневок и слишком склонных к скандалам — это не очень хорошо для позиционирования финансовой грамотности и может отпугивать других героев. Но вот мы договорились на интервью со звездой, выдали журналисту список тематик и информационную справку о герое. Что происходит дальше?

Как сделать интервью о финансовой грамотности интересным

Мы уже говорили, что автором публикаций о финансовой грамотности не обязательно должен быть специалист в области финансовой грамотности. А еще лучше, и наш опыт это подтверждает, — вообще не специалист. Основной автор интервью со звездами в рубрике «Звездные истории», журналист и писатель Марина Ахмедова, никогда раньше не брала интервью у звезд (и это дает ей преимущество, так как она звезд не боится и не вовлечена в матрицу отношений внутри шоу-бизнеса) и никогда раньше не интересовалась финансовой грамотностью (и это тоже дает преимущество, так как она оказалась на одном уровне понимания проблематики с героем и они вместе идентифицируют проблему и изучают пути решения). Кроме того, собственная аудитория Марины, в том числе и региональные журналисты, увидела на примере, что для производства интервью со звездами о финансовой грамотности достаточно просто уметь брать интервью и эта тема может быть очень интересной творчески. И вот мы завершили продюсирование: договорились с героем, выбрали темы и отправили журналиста на встречу. Именно на встречу, потому что по телефону хорошо брать комментарии или короткое интервью о творческих планах. Психологическое интервью может быть только личным, по крайней мере интервью о финансовой грамотности. Мы проверяли, не повторяйте наших ошибок. Барьеры, с которыми приходится сталкиваться уже в ходе интервью, мы для вас постарались тоже классифицировать и описать способы их преодоления на конкретных примерах.

Отсутствие идентификации тематики

Главная проблема в интервью о финансовой грамотности — неготовность героев говорить о своем финансовом положении. «Зачем говорить об этом и злить людей?» — сказала нам одна очень медийная и оттого привыкшая вместо двухчасового очного интервью обходиться получасовым разговором по скайпу актриса. Да, она зарабатывает гораздо больше среднестатистического россиянина и не хочет вызывать по отношению к себе чувство зависти, но как мы с вами уже уяснили из предыдущих разделов, финансовая грамотность — это не ответ на вопрос «сколько вы зарабатываете?». Эта героиня была готова говорить о политической ситуации на Украине, делала смелые заявления в поддержку своего коллеги Сергея Фролова, но тема финансов осталась для нее непреодолимым табу. Интервью с ней в итоге выпустить не удалось, и это тоже опыт. Опыт, демонстрирующий, что от интервью на непривычную для звезд тему, ответы на вопросы в которой не заучены и «не отскакивают от зубов», как в темах, привычных им как героям глянцевого издания и светской хроники, надо отказываться, если нет возможности провести его очно. Подобные страхи проявлялись и у других спикеров, но интервью с ними проходили очно, поэтому автору удавалось помочь герою преодолеть стеснение.

Одни герои считали тему финансовой грамотности неудобной, потому что зарабатывают слишком много, другие — потому что зарабатывают слишком мало. Хотя прямой вопрос «Сколько вы зарабатываете?» был только у них в голове, конечно (никто им такого вопроса

не задавал). Мы не делаем анкету по примеру некоторых уважаемых коллег (на «Банках.Ру» есть очень большой, но малоинтересный читателю каталог анкет звезд с одинаковыми вопросами об отношении к банковской системе), а делаем психологические интервью с людьми.

Так, одной из наших героинь было стыдно признаться, что живут они с мужем в основном на театральную зарплату, особенно когда нет съемок в кино, и в скромности растят троих детей. Что для героини повод для стеснения — для нас радость соответствия жизненной ситуации звезды жизненным ситуациям целевой аудитории проекта. Поэтому, заметив стеснение, автор успокоила героиню: «Удивительно. Артисты постоянно признаются нам в том, что живут скромно». А это действительно так, плюс актеры не склонны к финансовой грамотности в силу профессиональной деформации, поэтому они идеальные герои для исследования через призму финансовой грамотности, особенно в поисках ответа на вопрос, почему риски не сработали и последствия необдуманных финансовых решений не оказались разрушительными во всех случаях, а разрушили жизнь всего нескольких героев. Возвращаясь к нашей героине — слова поддержки (что она не одна такая) приободрили актрису, и она поделилась с нами своими способами экономить деньги при походе в магазин. Задача решена: для читателей есть совет по финансовой грамотности из уст звезды, и сама звезда довольна, получив моральную поддержку со стороны автора.

Мы понимаем, что люди действительно испытывают стеснение, когда им приходится признаваться в том, что они живут практически от гонорара до гонорара, что в их профессии финансовые пики сменяются отсутствием работы, когда им приходится проедать свои запасы в ожидании следующих съемок. В процессе интервью мы нашли объяснение этой неловкости: звезды считают, что, признаваясь в своей финансовой скромности, они одновременно расписываются в профессиональной невостребованности. Но это неправда, и давая понять, что и автор, и почти вся страна так живет и читателю тоже нужна поддержка, мы получаем контакт с героем и хорошее интервью в итоге. Действительно, актерам сложнее планировать свой бюджет в силу непостоянства доходной части, и, преодолевая это стеснение вместе с героем, автор поможет преодолеть его и читателю, которому в силу иной профессии может быть даже проще. В общем, идентификация тематики финансовой грамотности в ходе реального интервью выглядит примерно так. Еще одна причина, объясняющая страх говорить о собственных финансах, — установка на то, что финансовая грамотность — дело сугубо личное, и может быть, более личное, чем даже сама личная жизнь. И чем свободнее герой говорит о деньгах, тем свободнее он делится и подробностями своей личной жизни. То есть герои, даже не идентифицирующие тему финансовой грамотности напрямую, подтверждают, что финансовая грамотность — это личная жизнь. И когда разговор о личной жизни удастся, удастся и разговор о кредитах, депозитах и ипотеке. Например, одна актриса, пока автор допытывалась до истоков принципов формирования семейного бюджета, зачем-то рассказала о своем новом романе с женатым человеком, конечно, про роман мы убрали, но про бюджет получилось подробно и искренне.

Иногда герою просто необходимо поделиться своими переживаниями, даже если история уже закончилась. И тогда можно задавать личные вопросы, помогая герою и для самого себя, и

для читателей найти причинно-следственные связи между, например, собственным зависимым поведением по отношению к подсевшей на «кредитную иглу» (то есть тоже склонной к зависимостям) бывшей жене и бездомностью, превращением в бомжа, и все это на фоне темы обманутых дольщиков. Наверное, вы догадались, о каком герое мы сейчас говорим. Так или иначе, если разговор о финансовой грамотности, начинаясь с идентификации проблематики, завершается психотерапией героя, автор свою задачу решил, и читатель это оценит, а издатель увидит, открыв отчет по популярности страниц в «Яндекс.Метрике». Потому что психотип человека, как правило, определяет и его отношения с деньгами, а внешние обстоятельства только катализируют эту связь.

Отсутствие личного опыта в области финансовой грамотности

Как мы уже говорили в предыдущих разделах, если собратиться брать интервью о финансовой грамотности, дело до интервью скорее всего не дойдет — герой откажется «на входе». И даже если встреча состоится, говорить будет не о чем, просто потому что герой не идентифицирует тему, а если даже начал идентифицировать, он никак не соотносит свой личный опыт и личную жизнь с принципами финансово грамотного поведения. Мы часто встречались с героями, которые считают, будто они живут и зарабатывают «как все» и поэтому ничего интересного об этом рассказать не могут. Представим, если в нашем поле оказался кандидат наук и специалист в какой-то очень далекой от финансовой грамотности тематике, например, биолог, и он занимается несколькими телевизионными проектами в области популяризации науки, а заработанные деньги тратит на жизнь семьи: «сколько заработал, столько и потратил», ничего не откладывает и — более того — прямым текстом просит о деньгах ничего не спрашивать. При кажущейся индифферентности по отношению к принципам рационального финансового поведения с героем (слава богу) до сих пор ничего страшного не случилось, ни к каким разрушительным последствиям кажущееся пренебрежение финансовой грамотностью не привело. В чем секрет? А секрет прост. У героя есть финансовая стратегия, которую вместе с автором ему удалось наконец идентифицировать. И есть опыт — не личный, а опыт наблюдения. И всему этому он обучился, наблюдая за животными. Ну как, уже интересно? Да, речь идет о «финансовой стратегии» панголина, основной постулат которой — не влезать ни в какие финансовые истории, включая кредитные и тем более рискованные инвестиционные. А опыт наблюдения пригодился и в общении с людьми: зачем получать собственный негативный опыт, если достаточно чужого. В итоге, имея на входе героя, который явным образом просит не спрашивать его о финансовой грамотности, получаем образно подкрепленные советы о рациональном финансовом поведении. Как это удалось? В начале интервью автор спросила героя о дельфинах и косатках, борьба за свободу которых была актуальной на момент интервью (все новостные каналы были заполнены сообщениями о китовой тюрьме), и ни разу не противоречила герою, говоря: «А теперь все-таки давайте о финансах!» Перейти к теме денег удалось исподволь после рассказа о продажности некоторых научных сотрудников, задав вопрос: «Они так поступают потому, что они бедны?» И ответ на этот вопрос позволил развивать финансовую тему так, что герой сам не заметил, как рассказал о своей бед-

ности в студенческие годы. И тут уже удалось выяснить, что в финансовой стратегии «панголина» есть и еще один полезный элемент финансово грамотного поведения — не складывать яйца в одну корзину, заниматься несколькими проектами, чтобы диверсифицировать источники дохода; а негативное отношение к кредитам основано на негативном опыте друзей и советах профессионалов. Чтобы из отказа получить «панголина», рекомендуем следующее: прежде чем говорить о финансовой грамотности, дайте герою разговориться, поделитесь своим прямым профессиональным опытом и успехами. Это и интервью сделает интереснее, и вам будет проще.

Предубежденность против журналистов

Кажется, предубеждение против журналистов со стороны медиагероя на фоне желания одного из них взять интервью о малопонятной сущности (финансовой грамотности) закрывает возможность взять интервью. Но нет, этот недостаток можно перевести в преимущество и дать герою обещание, что наш журналист не спросит ни о чем широко известном, потому что на самом-то деле нам интересна не вся личная жизнь героя, а лишь аспекты финансовой грамотности. Опыт общения медиазвезд с желтой прессой, глянцевыми изданиями или региональными СМИ, задающими однообразные вопросы, раздражает героев. Но когда уже есть портфель публикаций, в которых виден подход команды, на интервью звезда соглашается, а сложности могут проявляться уже в ходе разговора. Так, одна из наших звезд, многодетная мать, рассказала, что одна из региональных журналисток начала интервью с вопроса: «Сколько у вас детей?» «Я хотела ей ответить: почитайте Википедию», — пожаловалась актриса нашему автору. Вроде бы очевидно, что к интервью надо готовиться и не задавать глупых вопросов, но так делают не все, и с этим надо как-то работать. Например, зная о работе и образовании героя, можно поговорить о чем-то непросто, настроив разговор на аналитический лад. Вот с актрисой, о которой идет речь, наш автор сначала поговорила о Достоевском и о его любовнице, роль которой сыграла наша героиня, о причинно-следственных связях. И этот прием сработал: героиня поняла, что нам интересно ее мнение о чем-то более серьезном, нежели мода, косметика, потому что она по образованию психолог. Она поняла, что интервьюеру интересен ее внутренний мир и разговор о финансовой грамотности — один из способов узнать о личности героини. Такой интерес можно начать проявлять через вопросы о творчестве и попросить найти параллели между самим собой и тем образом, который он создает на сцене или на экране. Это несложный, но действительно эффективный прием, вызывающий героя на откровенность и способствующий его откровенности в последующем разговоре, связанном с финансами. При помощи этого приема удалось разговорить не только молодых актеров, в том числе не имеющих успешного опыта интервью (и имеющих негативный), но и самых опытных и знаменитых. Более того, тот же прием помогает получить от одной звезды информацию, актуальную для других медиагероев и участников рынка, что дает органический вирусный эффект от интервью. Так, на четвертом месте в рейтинге по числу просмотров в рубрике оказалась Глафира Тарханова с рассказом о непрямых способах монетизации инстаграма. Многие директора стали показывать это интервью своим подопечным, а

некоторые звезды в последующих интервью говорили: «Спасибо, что написали об этом, буду делать так же». То есть такой своеобразный b2b-формат помогает развивать рубрику, привлекать героев и создает резонансный эффект внутри профессионального сообщества, позиционируя финансовую грамотность как набор крайне полезных и практичных знаний для актеров. Сокращая дистанцию между автором и героем, мы сокращаем и дистанцию между читателем и героем, давая читателю возможность получить не только информацию, но и эмоциональный опыт в области финансовой грамотности. Переводя разговор от профессионального использования социальных сетей к льготам для многодетных семей и ипотеке, мы демонстрируем читателю релевантность опыта героя и для его текущей жизненной ситуации.

Чистый финансовый лист

В большинстве случаев, собирая справку по герою перед интервью, мы не можем найти в открытых источниках не только какой-либо информации о его личном опыте в области финансовой грамотности, но и в принципе информации о личности героя. Иногда мы даже не уверены, что герой в принципе склонен к выражению собственных мыслей и анализу последствий тех или иных решений. На практике совсем «не говорящих» героев нам не встречалось, и даже те, кого журналисты ранее «делали» таковыми, с удовольствием пошли на контакт. С такими героями мы идем на риск и не пугаем их предварительным разбором тематик, которые будут обсуждаться, потому что сами не владем темой. В ходе таких интервью иногда создается ощущение, что мы ходим по тонкой грани и еще вопрос — и герой встанет и уйдет. Но это и делает процесс увлекательным. Безусловно, мы могли бы задавать всем стандартные вопросы и даже высылать их предварительно, но тогда вместо интервью с героем мы получили бы анкету, не вызывающую у читателя никого сопереживания и не создающую эмоционального опыта. Поэтому каждый раз с каждым новым героем необходимо «психологическое вскрытие» собеседника. Важно нащупать основные психологические характеристики личности героя и, отталкиваясь от них, переходить к «финансовым привычкам». Например, тема «Время — деньги». Казалось бы, «Время дороже денег» — расхожая фраза, не оказывающая на читателя никакого воздействия, но когда молодой, но уже известный актер рассказывает, что доводит себя до слез при исполнении роли через воспоминание о собаке, которую хозяин бросил привязанной на морозе, о которой узнал из социальной сети, оказывается, что он готов заплатить большие деньги тому, кто поедет и спасет эту собаку, потому что не может поехать сам, ведь у него нет времени и его время дороже денег, но читатель уже не просто пробегает глазами расхожую фразу, а четко понимает, что она значит для нашего героя, задумывается, что она значит для него самого. Еще очень неплохо идет переплетение собственного финансового поведения актера с поведением его героев на сцене. А если герой литературовед или кинокритик — до его личного опыта можно достучаться через любые литературные и кинематографические произведения, тогда как с актерами и режиссерами предлагаем ограничиться анализом финансовой грамотности героев произведений, в схемах или постановках которых он лично принимал участие. Времени на интервью герои выделяют не-

много, поэтому лучше не отклоняться от заданного курса, даже если цели героя не совсем совпадают с темой интервью.

Задача героя против задачи автора

Иногда продюсеру приходится немного лукавить, чтобы уговорить героя на интервью. Например, пообещать, что автор заинтересуется не только финансовой грамотностью, но и всем тем, что герою интересно рассказать своей аудитории в текущий момент. Хотя в реальности сторонние темы автору интересны только в той степени, в которой они иллюстрируют те параметры личности героя, которые нашли проявление в его финансовом поведении. Когда задача у героя позитивная — например, народной артистке важно рассказать о ситуации, происходящей в театре, чтобы добиться позитивных изменений, — вопрос баланса тематик становится чисто техническим, и максимум это грозит повторным интервью при согласовании. Да, если интервью не получилось (например, цели героя реализованы, а финансовой грамотности уделили внимания недостаточно), мы рекомендуем встретиться с героем и доделать, чтобы не создавать негативного опыта в области освещения финансовой грамотности ни у кого из медиагероев. Понятно, что на этом рынке сильны горизонтальные социальные связи. А вот если герой решает задачу негативную — навредить своему противнику в битве за имущество, исказить фактуру, — от такого героя лучше отказаться на любом этапе производства, даже если вся работа уже сделана. Например, так и не стала нашей героиней актриса, которая, как казалось в начале, искала журналиста, которому она сможет доверить свою историю и общественность наконец узнает правду. И история была действительно о финансовой грамотности — классика о потере дома из-за подписания доверенности, которая, как думала героиня, была на сбор документов, а оказалась генеральной. Но мы разобрали фактуру, а правда героине не понравилась. Вывод из этой истории простой: если герой утверждает, что все журналисты плохи и только мы можем помочь, а его никто не понимает, не стоит работать с таким героем, потому что дело, возможно, вовсе не в журналистах. В процессе согласования героиня попросила убрать из своей прямой речи все те тезисы, которые меняли картину с объективной на необъективную. При согласовании текста можно убирать из прямой речи высказывания, которые, по мнению собеседника, были сделаны необдуманно или поняты неправильно, но в публикациях о финансовой грамотности нельзя исказить юридическую или финансовую картину происходящего, и если в процессе согласования понимания не найдено, необходимо отказываться от публикации.

Вирусный эффект

Иногда благодаря нашей работе актуальностью тематик финансовой грамотности звезды заражаются настолько, что еще до выхода публикации делятся со своими подписчиками в социальных сетях новыми идеями. Одна из наших героинь, актриса с финансовым образованием (не понимаем, почему журналисты это пропустили), прямо в ходе интервью загорелась идеей объединить не пригодившиеся ей в работе актрисы знания о финансах со стремлением

к публичным выступлениям и проводить вебинары и мастер-классы, которые могли бы приносить ей доход в периоды актерского простоя.

Вообще мы заметили, что чем финансово грамотнее герой и осознаннее его поведение в целом, тем спокойнее он говорит о своем финансовом поведении и тем выше его убежденность в том, что быть финансово грамотным — это обязанность современного активного человека. Стоит отметить, что легче всего проходят интервью с телеведущими и журналистами. Они, находясь внутри профессии, знают, что эфир не любит лишних слов, и точно, корректно, максимально доходчиво отвечают на поставленные вопросы. Поэтому при тиражировании опыта проекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд» рекомендуем вам начинать именно с журналистов. И не стоит опасаться повторений — например, с *Андреем Тумановым* мы сделали сначала большое интервью в двух частях (и оно оказалось на втором месте по трафику в рубрике), а потом для закрепления успеха и демонстрации возможностей повтора героя без повтора содержания сделали еще одно. Почти идеальным примером продуманного с обеих сторон (и со стороны автора, и со стороны героя) текста можно считать интервью с *Александром Архангельским* — его можно предлагать вашим героям как пример формата, к которому мы стремимся.

Казалось бы, тема узко специализированная, но при помощи финансовой грамотности можно открыть много нового в герое, которого глянец считал «своим». Например, *Елену Чекалову* нам удалось показать как бережливую хозяйку, сочетающую предметы роскоши с покупками в секонд-хенде и на блошином рынке. Именно этот результат вдохновляет нас работать дальше над проектом. Наш опыт показывает, что именно через финансовые вопросы лучше всего проступают психологические, моральные, личностные качества собеседника. Вопросы о финансовой грамотности становятся той лупой, через которую мы в увеличенном объеме можем рассматривать психологический портрет человека.

Однако по-настоящему масштабный вирусный (или резонансный) эффект мы получили в результате публикации интервью с актером *Сергеем Фроловым* — одно большое интервью и более 30 публикаций в интернет-СМИ и на федеральных каналах, в результате чего вместо отмашки «нечего было брать кредит, если вы не можете его возвращать» дискуссия в обществе направилась в сторону самой широкой проблематики микрокредитования.

Механизмы формирования резонансного эффекта разберем подробно на примере истории Сергея Фролова, потерявшего квартиру из-за микрокредита, взятого покойной матерью перед смертью.

Разбор: резонансный эффект

Люди и свой-то опыт с трудом присваивают, так, по крайней мере, говорят психологи. А мы хотим, чтобы они присвоили чужой опыт, то есть не только получили знание об одном из принципов финансовой грамотности на примере истории медиагероя, но и с максимальной долей вероятности тут же превратили его в поведение (помните карту компетенций по финансовой грамотности?). Как этого добиться? Во-первых, выбираем историю и героя с максимальным медийным потенциалом (так, чтобы и история, и герой имели одинаково высокий медийный потенциал: герой известный, а история могла произойти с каждым, при этом «виновным» по итогам разбора общество желательно должно признать не самого героя, поскольку невинному достанется больше сочувствия); во-вторых, заставляем сопереживать герою журналистов и выдаем им повод для сопереживания «на блюдечке» вместе с подробно и просто изложенной фактурой; в-третьих, показываем пример «второй производной» той же фактуры по мелкому информационному поводу. В итоге получаем из одного интервью более 30 публикаций в федеральных СМИ, включая прямые эфиры в прайм-тайм, часть из которых связана с новым новостным поводом — более трагичным, чем вошедший в наш текст, но не первым в самой истории медиагероя. Расскажем подробнее, как удалось этого добиться.

Итак, вопрос первый — какую историю выбрать? Мы помним, что в поисковом спросе на темы финансовой грамотности отовсюду «вылезают» кредиты и с кредитами ассоциируются не только деньги, но и даже сбережения (парадокс, но статистика непреклонна). Мы помним, что медийный потенциал актера складывается в том числе из количества ролей, которые он сыграл. А чтобы история о кредитах была по-настоящему драматичной, нужны разрушительные последствия. Получается, чтобы вызвать максимальный резонанс, лучше всего подходят либо Антон Демура (плюс — история эксклюзивная, минусы — герой не медийный, и квартиру потерял все-таки не столько из-за кредитов, которыми увлекалась бывшая жена, сколько из-за проблем застройщика, сложновато), либо Юлия Ауг (плюсы — медийная и активная в социальных сетях, и дом потеряла, и сама не виновата: кредиты брал покойный муж, и закончилось все хорошо: взяла ипотеку и снова обрела дом; минусы — вряд ли востребованная актриса вне острого периода драмы найдет достаточно времени ходить на эфиры), либо Сергей Фролов (и медийный, и квартиру потерял из-за кредита, минусы — история известная, всем поднадоела, и публика склоняется к тому, что виноват то ли сам, то ли долевики рейдеры, которые вообще-то захватили долю в другой квартире, ничего не понятно). Мы решили сделать ставку на Сергея Фролова, реанимировать его до «невиновности» в глазах общественности и перезапустить тему через простой и понятный драматический ход, который получил название «Сумма», с простой целью — получить максимальный количественный охват аудитории и через сочувствие Сергею дать российским гражданам возможность присвоить чужой негативный опыт ради избежания собственных ошибок.

Итак, дано: история с потерей квартиры из-за кредита, который (а это понятно только при близком рассмотрении, с дальнего расстояния гораздо больше было про папу-музыканта и долевики рейдеров, а это совсем другая тема) взяла мама актера перед смертью. Шаг первый

— готовим интервью в рубрику. Перед автором и на этот раз стояла нелегкая задача — не просто распутать клубок истории Фролова, но и показать трагедию отдельно взятого человека, с тем чтобы вызвать эмпатию читателя по отношению к его ситуации таким образом, чтобы читатель получил эмоциональный опыт и согласился, что в подобной ситуации может оказаться каждый. Но историю «отяжеляло» огромное количество финансовых и юридических подробностей, в которых не у каждого журналиста есть время и желание разбираться, и это отсекало журналистский интерес именно по части финансовой грамотности. Нашей задачей стал поиск композиционной конструкции, на которую мы могли бы нанизать эти подробности, но так, чтобы увлечь читателя развитием сюжета. Поэтому было решено в начале интервью спросить о матери героя, ведь все, что нам было известно благодаря поиску в сети, это всего несколько фактов: мать взяла два кредита, мать умерла через три месяца после того, как ею был взят второй кредит. У героя были плохие отношения с матерью, но почему? Для нас было важно раскрыть характеры, чтобы читатель увидел за ними образы, напоминающие ему его собственных близких или знакомых. Получилась понятная любому человеку конструкция: герой вспомнил, как мать пыталась объяснить ему значение слова «сумма», и это вселяло страх, рассказал о том, как играл Билли из «Пролетая над гнездом кукушки», который тоже боялся своей матери, и, углядев эту параллель, мы спросили, помог ли испытанный в детстве страх сыграть Билли? И в этой параллели уже угадывались зачатки драмы, которые смогли бы увлечь читателя. Теперь, после смерти матери, потери крыши над головой из-за взятых ею кредитов, он очень хорошо понял, что такое «сумма». Это поняли и журналисты, и читатели. Человек, почувствовавший чужую драму как свою, подумает дважды, прежде чем получать займ в МФО, а журналистам появилось на что опираться, и в результате на основе нашего интервью с актером Сергеем Фроловым вышло больше резонансных публикаций, чем мы сами взяли интервью для рубрики «Звездные истории». Заметим также, что не будь других интервью в рубрике и не будь самой рубрики, вряд ли журналисты оценили бы источник как заслуживающий доверия («повисшее в воздухе» интервью могло быть воспринято как ангажированное), поэтому если вы захотите воспользоваться нашим опытом и произвести публикацию с расчетом на широкий резонанс в СМИ, рекомендуем делать сразу несколько публикаций в одной рубрике с тем, чтобы одна из них (и только вы будете знать какая) «выстрелила». Стоит ли говорить, что количественный охват аудитории от резонансных публикаций кратно превысил трафик нашей рубрики. И это, пожалуй, главный результат проекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд» — миллионная аудитория россиян на примере истории Сергея Фролова, основанной на самой популярной среди тематик финансовой грамотности теме кредитов и займов, имела возможность скорректировать свое отношение к займам в МФО под залог единственного жилья, да и к займам и кредитам в целом.

По результатам проекта в российских СМИ вышли десятки публикаций, в том числе об истории актера Сергея Фролова, потерявшего жилье в результате займа в МФО («Сергей Фролов: Сумма Начало»: <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-frolov-summa-nachalo/> и Продолжение: <https://vashifinancy.ru/stars/sergey-frolov-summa-prodolzhenie>; с акцентом на социально-психологической проблематике, во второй — на фактической стороне истории):

Новости:

1. РИА «Новости» (с прямой ссылкой на рубрику «Звездные истории» на портале «Друзья с финансами»): <https://ria.ru/20190307/1551611585.html>;
2. «Лента.Ру» (с прямой ссылкой): https://lenta.ru/news/2019/03/07/homeless/?fbclid=IwAR1BHkAKzfTBEzhJ_kHWyPM3irzXEUwxlkPN3p9rmEgZjEomIgAPurKbmS8;
3. «Экспресс-Газета» (со ссылкой): <https://www.eg.ru/showbusiness/708985-mikroreditory-vystavili-rossiyskogo-aktera-na-ulicu-s-jenoy-i-rebenkom/>;
4. «Взгляд» (с прямой ссылкой): <https://vz.ru/news/2019/3/7/967396.html>;
5. ТК «Звезда»: https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201903071233-7yui.htm;
6. «Взгляд»: https://vz.ru/opinions/2019/3/7/967448.html?utm_source=rnews;
7. «Аргументы и факты»: http://www.aif.ru/society/law/aktera_sergeya_frolova_vyselili_iz_kvartiry_za_dolgi_umershey_materi;
8. «Вечерняя Москва» (с комментариями): https://vm.ru/news/603584.html?utm_source=rnews;
9. «Русский репортер» (со ссылкой на резонансную публикацию 2-го этапа подпроекта): https://expert.ru/russian_reporter/2019/04/foto/.

Массовые СМИ о звездах:

10. «Стархит»: <http://www.starhit.ru/novosti/aktera-iz-papinyih-dochek-sergeya-frolova-izbili-i-vyignali-iz-kvartiryi-166838/?fbclid=IwAR3eZL-Z31fpyDa-BffeJAhWrdFHjH08CGwqnd-WuldhpApTc-i0Rhzu2zpg>;
11. «Телепрограмма»: <https://teleprogramma.pro/stars/star-hist/535374-pristavy-chernye-rieltory-i-ssora-s-umirayushchey-mamoy-kto-vinoven-v-tom-chto-3424/>.

Общественно-политические СМИ и ресурсы «общего интереса»:

12. «Русский репортер»: http://expert.ru/russian_reporter/2019/02/koshmarnyj-son-aktera-frolova/?fbclid=IwAR0jVU0uS7rTQnCBUcd_xLgakOAKT-r8L6dJKLujLvXmN36oPt7op-Ie5sfM;
13. «Комсомольская правда»: https://www.kp.ru/daily/26951.5/4003138/?fbclid=IwAR18s-BKHJLCrfUPGsDg1VBTTAuDDmZAI_2SZkxLjD8ZjeH9xg-mAaRWTHQo;
14. «Радио Свобода» (аудио и видео, программа «Человек имеет право»: «Квартирный вопрос»): <https://www.svoboda.org/a/29868778.html?fbclid=IwAR0fl1dop0d-KY9y480P1e4W10EbS-aFgvLZHuf1z7WVt2pQxvhUmkei6M0>;
15. «Эхо Москвы»: <https://echo.msk.ru/news/2384097-echo.html>.

Телеканалы:

16. Первый канал («Новости»): https://www.1tv.ru/news/2019-03-19/362139-v_rossii_uchastilis_sluchai_moshennichestva_s_zhiliem?fbclid=IwAR27D7U2jHKf2C0e-P0Q6a4FWJleaLMcMowlzwLU256Q-tZXwa07kAJJWJz8;
17. Россия 1 («Вести»): <https://www.vesti.ru/videos/show/vid/790763/cid/1/?fbclid=IwAR188-pYA-2d5XO6DbEop1rV0MkqgBb9J0FK06ZPigppEZxLYaYrrVRPleg#>;
18. Россия 1 («Выход в люди»): https://russia.tv/video/show/brand_id/63192/episode_id/2146127/video_id/2158293?fbclid=IwAR1k4XNmK3G-WSs1exSrweJH3LhxxWvurGLo4coT6cyInqx-CTFD9HbXAEeEU;
19. Россия 24 («Расследование Эдуарда Петрова»: «Квадратные метры жулья»): https://www.vesti.ru/videos/show/vid/798862/cid/1/?fbclid=IwAR1Oh_JPE3nLKVsvFuE6a-TeTN5gEo9yXJwvbbEYhcc6Nwo-pfJCYwfxHq;

20. НТВ («Новости»),: <https://www.ntv.ru/novosti/2167322>;
21. НТВ («Центральное телевидение»: в гостях актер Сергей Фролов): <https://www.ntv.ru/video/1712405/>;
22. НТВ («Изменить нельзя»): https://www.ntv.ru/peredacha/Izmenit_nelzya/m75520/o539996/video/?fbclid=IwAR0RNY9u_jAut2Yd-l-XOjceTC8KX5j4_jCdLJtB0JXzfRlM5SiOqzXZ4Ds;
23. НТВ (ток-шоу «Звезды сошлись» с участием героев рубрики «Звездные истории» Сергея Фролова, Дениса Рожкова и Павла Галича): https://www.ntv.ru/peredacha/Zvezdy_soshlis/m61281/o540056/video/?fbclid=IwAR2UmlF-6H2Q2-unXAlZh8ZuCtF1YMxaCPo9hUaVJs-GxfaqBzwOY5SzYGtk;
24. Москва 24 («Новости»): https://www.m24.ru/videos/video/10032019/199799?fbclid=IwAR2NF2NreXkEAYGm_mnOJJFwBLsRVnQWaO0i7zfT0Mk69DE2f0-ft64vzHg;
25. Москва 24 («Жизнь в большом городе»): https://tv.m24.ru/videos/181321?fbclid=IwAR14i2-HFWUW6CidOL1jaBY5rGK4_KROFYo4a2oKNFCsfNpNcRRejfFKiGk;
26. Москва 24 («Звездный репортаж»): <https://www.m24.ru/shows1/118/211207>;
27. РЕНТВ («Новости»): <https://ren.tv/novosti/2019-04-28/kupil-telefon-zhivi-na-ulice-mfo-otbirayut-kvartiry-u-dolzhnikov-opasayas-novogo>;
28. РЕНТВ («Добров в эфире»): <http://ren.tv/video/epizod/408644?fbclid=IwAR3lCDhU-P-V4a-Js8FFpDenHcbzrauCR8Vm1egpaDaUbueSugH8lzqO769A>;
29. ТВЦ (документальный фильм «Линия защиты. Час расплаты» с комментариями экспертов): https://www.tvc.ru/channel/brand/id/19/show/episodes/episode_id/59856?fbclid=IwAR08KtW6N9A1e9PCVs1t5dfRrRuFZs_vqpZWMkW1_Sa00HqUi7fqBzVs45w;
30. «Спас» (ток-шоу «До самой сути»): <http://spastv.ru/shows/do-samoj-suti/kreditnoe-rabstvo/?fbclid=IwAR2EFCCqFyFsFcMnQfvM0h8UPnoWtylWXxlv708SNjKZsHsCCqjAnaJOwcc>.

Журналистские расследования:

31. «Медуза» (расследование Ивана Голунова с комментариями экспертов): <https://meduza.io/feature/2019/05/17/vyselyatory?fbclid=IwAR1SG9mTMTkbZqM2IcV1JQrR3n-E9OQF2cnvbluckEvaRhPmwz9SqqGRppqk>;
32. «Медуза» (расследование Ивана Голунова на радиостанции «Эхо Москвы», аудио): <https://echo.msk.ru/programs/rikoshet/2427755-echo/?fbclid=IwAR0dv8IpsYULg-E3FD4rhh3LSBk4zMLVwayjDuh25UzTpH4ViPz97nfU6o-k>.

Таким образом, из одного эксклюзивного интервью, подготовленного в расчете на резонансный эффект и опубликованного в соответствующем окружении специально организованной рубрики, посвященной личному опыту медиагероев в области финансовой грамотности, можно получить больше резонансных публикаций в СМИ, чем материалов в самой рубрике, и охватить самую широкую аудиторию на федеральном уровне. Надеемся, на региональном уровне подобного эффекта будет добиться проще и наш опыт позволит вам сделать это эффективно.

Заключение: советы, которые хотели бы получить мы, но дадим вам

В самом начале работы над проектом нам очень хотелось бы получить советы, которые сэкономят время и силы, но мы были первыми и нам никто советов не давал, но сегодня мы с удовольствием поделимся с вами. Во-первых, даже если команда у вас небольшая, распределите роли: продюсер, автор и редактор — это разные люди, пусть даже они меняются, и тот, кто был автором одного сюжета, станет редактором второго и продюсером третьего. Во-вторых, нет ничего страшного в том, чтобы согласовать интервью (журналистская независимость пусть проявляется в других материалах), для нас важнее оставить положительное впечатление о финансовой грамотности у героя публикации и всей его команды. Третье, самое неочевидное, но невероятно эффективное, — не надо бояться направить на интервью о финансовой грамотности журналиста, который впервые слышит об этой тематике, напротив, находящиеся на одной стадии вовлеченности в тематику герой и автор поймут друг друга лучше, чем эксперт по финансовым рынкам, встретивший вдруг актера, который никогда не считал сложные проценты. А для того чтобы остаться в рамках темы, журналисту достаточно выдать список тематик финансовой грамотности, который приведен в соответствующем разделе наших методических рекомендаций. И наконец, со звездой совершенно не сложно договориться об интервью, если соблюдается хотя бы одно из условий: известность площадки, известность автора или продюсера публикаций, удачное соседство с другими медиагероями. Понятно, что если мы развиваем новый формат на новой для героев площадке, как это произошло с рубрикой «Звездные истории», на первый план выходит личность автора, а далее, когда портфель уже накоплен, на первый план выходит собственно продукт в сочетании с личностями медиагероев, которые уже согласились поговорить о финансовой грамотности и остались довольны. Поэтому сейчас, когда и рубрика на портале «Дружи с финансами», и резонансные по отношению к ней публикации в интернет-СМИ вышли в достаточном количестве, вы можете использовать этот опыт в своем регионе, тиражируя его как вширь, публикуя интервью с новыми медиагероями, притом не обязательно федеральными, так и вглубь, разрабатывая отдельные тематики финансовой грамотности с акцентом на ту или иную, более узкую целевую аудиторию. Если у вас остались вопросы или вы все еще сомневаетесь, хватит ли у вас ресурсов продолжить наше социально значимое начинание, пишите на электронную почту fingramstars@gmail.com, и мы с удовольствием поможем вам подготовить полезные и эмоционально насыщенные публикации о финансовой грамотности, основанные на личном опыте ваших медиагероев.

Команда проекта «Финансовая грамотность: личный опыт звезд».

Подготовлено по заказу Министерства финансов Российской Федерации в ходе реализации совместного Проекта Российской Федерации и Международного банка реконструкции и развития «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» в рамках «Конкурсной поддержки инициатив в области развития финансовой грамотности и защиты прав потребителей. Связаться с героями и авторами рубрики можно по электронной почте: FingramStars@gmail.com