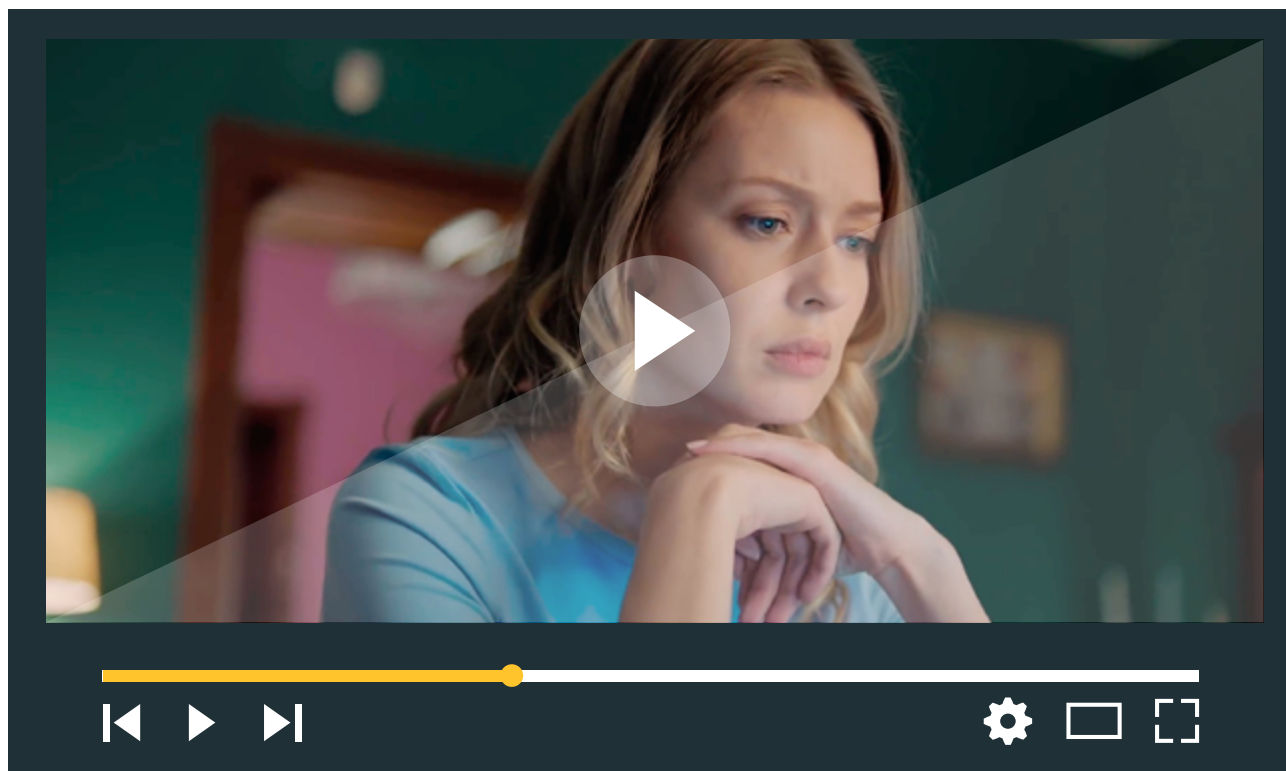


Серийное производство

Как повысить финансовую грамотность с помощью телесериала

Текст:
Наталья Юринова



Осенью 2017 года на телеканале ТВЦ прошёл премьерный показ четырёхсерийного мини-сериала «Не в деньгах счастье». Телефильм посмотрело свыше 2,9 млн человек; позднее телеканал показал его ещё дважды, а скоро готовится новый повтор. Зрителей привлёк не только закрученный сюжет, но и полезная финансовая информация — например, о том, как уберечься от мошенничества с банковскими картами или что делать в случае проблем с выплатами по кредиту. Создавался он при участии Минфина России, который признал опыт успешным.

Сериал «Не в деньгах счастье» повествует о домохозяйке Виктории, в жизни которой всё, как кажется на первый взгляд, сложилось удачно: любящие дети, муж-бизнесмен, финансовое благополучие в семье. Однако по-

сле внезапного исчезновения мужа Вике приходится брать заботу о семье в свои руки. Молодая женщина вынуждена искать работу, экономить на каждой мелочи, разбираться с коллекторами, которые собираются выселить её из взятой в ипотеку

квартиры. И вместе с тем ходить на опознания в морг — ведь полиция считает, что её мужа Бориса убили.

Почти пятая часть общего хронометража сериала — 36 из 176 минут — отведена информационно-разъяснительным сюжетам на животрепещущие финансовые темы. Среди них — банкоматы и мошенники, микрофинансовые услуги, автокредитование, кредитные проблемы, безопасность использования банковских карт. Эти просветительские «вставки» глубоко интегрированы в сценарий, на них строятся отдельные повороты сюжетных линий. Перечисленные темы лейтмотивом проходят через весь фильм, неоднократно затрагиваются в каждой из серий. Над тем, чтобы история героини смотрелась на экране органично и не превратилась при этом в учебное пособие, вместе работали сценаристы, режиссёр, актёры и уполномоченные Министерством финансов России кураторы. Задача оказалась нетривиальной, ведь подобного опыта в современном российском телепроизводстве ещё не было.

На конкурсной основе

У истоков создания сериала стоит телевизионное агентство «Иртыш». Акцент на финансовом просвещении появился у проекта не случайно, хотя уже после того, как сценарий был вчерне готов. В начале 2016 года сценарист сериала Александра Ерофеева узнала, что проводится третий раунд конкурса «Фонд хороших идей», инициатором которого выступает Минфин России, и предложила кинокомпании поучаствовать в нём. Это конкурс инициатив, который проводится в рамках программы «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». Как поясняет Анастасия Овсянникова, проектный консультант-менеджер по поддержке инициатив в области защиты прав потребителей финансовых услуг и куратор конкурса, «Фонд хороших идей» позволяет собрать интересные предложения «снизу», от широкого круга общественных организаций, представителей бизнеса, образовательных учреждений, обычных граждан. В разное время его победителями становились юридическая компания, аналитическое агентство, книжное издательство, производители настольных игр, веб-девелоперы (о них журнал «Дружи с финансами» ещё

Сериал «Не в деньгах счастье» в цифрах и фактах

176
Хронометраж:

МИНУТ
(4 серии по 44 минуты)

Целевая аудитория:

женщины
18 старше
лет

Дата производства:

2016–
2017 годы

Режиссёр: Ольга Ланд
Актёры: Евгения Лоза, Александр Никитин, Павел Гончаров, Ярослав Бойко и др.

2,9
Охват аудитории:

млн человек

(премьерный показ, примерно по

1,5 млн человек — второй и третий показы.

Показы:

октябрь 2017 года, апрель 2018 года, январь 2019 года на канале «ТВ Центр».

Обоснование выбора целевой аудитории: по данным соцопросов, женщины чаще являются пользователями «обязательных» банковских услуг (например, коммунальные платежи), а при выборе дополнительных сервисов менее критично настроены, чем мужчины. Они чаще становятся жертвами мошенничества или собственной финансовой безответственности и импульсивности.



Анастасия Овсянникова,
проектный консультант-менеджер
по поддержке инициатив в области защиты
прав потребителей финансовых услуг
и куратор конкурса «Фонд хороших идей»

Что такое «Фонд хороших идей»

«Фонд хороших идей» — конкурс инициатив, направленных на повышение уровня финансовой грамотности населения и защиты прав потребителей финансовых услуг. Конкурс проводится с 2014 года Министерством финансов в рамках проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» с целью содействия появлению новых инициатив в сфере финансового просвещения.

В настоящий момент реализуется пятый раунд конкурса. В этом раунде восемь номинаций, в каждой из которых может быть несколько победителей (юридических или физических лиц). Победители получают финансирование на реализацию своих идей до USD 200 000 в рублёвом эквиваленте — для юридических лиц, до USD 50 000 — для физических лиц.



Ольга Ланд,
режиссёр
телефильма

Информация о финансовой безопасности, которую мы доносили с помощью фильма, оказалась интересной и полезной и нам самим



Страничка сериала
на телеканале «ТВ Центр»



расскажет в будущих выпусках). В рамках конкурса определяются номинации, собираются и оцениваются заявки участников. Финансирование по каждому поддержанному проекту не превышает \$200 тыс. в рублёвом эквиваленте для юридических лиц и \$50 тыс. — для физических. Органом, ответственным за проведение конкурса, назначен Некоммерческий фонд реструктуризации предприятий и развития финансовых институтов (ФРП).

Сериал «Не в деньгах счастье» оказался в числе проектов-победителей, компа-

ния «Иртыш» заключила договор с представителями ФРП и начала работу. «Мы понимали, что для заказчика это рискованный проект, — говорит Анастасия Овсяникова. — Снять сериал не проблема, но если его не покажут по телевизору, потому что он будет «слишком умным», «слишком нудным» или ещё каким-то не таким, деньги окажутся выброшенными на ветер. Очень многое зависело от того, не откажется ли телеканал от готового продукта, — ведь он не брал на себя никаких обязательств перед фондом».

Творческое переосмысление

Отчасти успех конечного продукта вызван тем, что стороны старались не вторгаться в сферы ответственности друг друга, но при этом привнесли в проект максимум своей экспертизы. «Мы договорились, — вспоминает Анастасия Овсянникова, — что не будем вмешиваться в историю, которую уже придумали сценаристы, но над просветительскими сюжетами поработаем сообща, опираясь на методические материалы Минфина. Наша задача напоминала метод продакт-плейсмента*, только требовалось интегрировать в кадр не товар или торговую марку, а некое общественное благо — полезную информацию, направленную на повышение финансовой грамотности». Сценаристы сериала пришли на встречу с представителями ФРП с рядом идей, но они требовали доработки. От некоторых в дальнейшем отказались, другие изменились до неузнаваемости. В итоге получился не только зрелищный, но и полезный для зрителя продукт.

Например, в одной из сцен требовалось донести до зрителей правила безопасного пользования банкоматами. Эпизод представлял собой диалог главной героини Виктории, которая работает администратором зала в банке, с посетительницей. В первоначальной версии Виктория советовала ей вообще не пользоваться уличными банкоматами для снятия наличных, поскольку это

Съёмки многих эпизодов телесериала проходили в помещении настоящего банка

небезопасно (из-за мошеннических схем, использующих скимминг, и т. п.). Эксперты сочли это некорректным и попросили внести уточнения, из которых стало ясно, что проблема не в уличном банкомате как таковом, а в том, что в позднее время суток, когда на улице темно и безлюдно, одинокой девушке снимать деньги небезопасно.

В результате получилось создать несколько незамысловатых сюжетов на злободневные темы, которые учили простым правилам: никому не сообщайте пин-код и CVC-номер банковской карты; знайте, что коллекторы не имеют права приходить к должнику в дом чаще раза в неделю; будьте разумны, когда пользуетесь услугами микрофинансовых организаций, и

Отзывы зрителей о сериале и его просветительской составляющей



Пользователь Novokras
на сайте Otzovik.com



Посмотрели сериал всей семьёй, оставил после себя весьма неплохое впечатление. Несмотря на общую наивность сюжета, здесь поднимаются достаточно острые темы опасности микрофинансирования, квартирного рэкета, отсутствия культуры пользования банковскими продуктами, повсеместного обмана и «впаривания» чудо-средств и «типа бесплатных» рассрочек. Очень жаль было девушку, оказавшуюся жертвой мошенников, и страшно оттого, что в жизни ведь и не такие дела творятся.



Пользователь Наташа Ларина
на сайте Otzovik.com



Вот посмотрела сейчас этот фильм, и на душе светлее стало. Хоть и грустный он немного, но каждый из героев своё счастье обязательно найдёт. А неположительные мошенники и предатели так или иначе останутся «с носом». Ведь счастье-то, оно не в деньгах, а в верности и любви, в готовности прийти на помощь, подставить плечо. Плюс ко всему этот фильм — пособие для людей пожилых, чтобы не попадаться на уловки мошенников и с банкоматами «подружиться» при случае. Любителям мелодрам однозначно советуую.

т. д. При разработке информационных сюжетов использовались просветительские ресурсы, созданные в рамках программы по повышению финансовой грамотности. В частности, порталы [«ХочуМогуЗнаю.рф»](http://ХочуМогуЗнаю.рф) и [«ВашиФинансы.рф»](http://ВашиФинансы.рф). Например, статьи и инфографика о микрофинансовых организациях нашли отражение в рекомендации брать деньги в МФО только на очень короткий срок и в небольших объёмах.

Другой пример удачной адаптации методических материалов связан с эпизодом, в котором Марта, сестра Виктории, собирается приобрести автомобиль в кредит. Сначала она советуется с матерью, читая условия договора, а потом звонит в автосалон, чтобы разъяснить спорные моменты. Сотрудник говорит, что за автомобиль нужно

* Приём скрытой рекламы, когда в сценах теле- или кинофильма в качестве реквизита используются коммерческие продукты с демонстрацией бренда рекламодателя, этикетки или способов применения.

внести первоначальный взнос — 90 тыс. из 300 тыс. рублей его стоимости. На остальную сумму даётся «рассрочка» сроком на пять лет с ежемесячным платежом в 6,5 тыс. рублей. Марта подсчитывает, что ей придётся вернуть гораздо большую сумму, чем стоимость автомобиля. Иными словами, заявления автосалона о рассрочке — не более чем маркетинговая уловка, по факту же это замаскированный кредит. На что рассерженный менеджер отвечает, что у дилера «и без неё хватит клиентов», и бросает трубку. Когда Марта обсуждает этот инцидент с сестрой, Вика объясняет ей, что кредит на машину в автосалоне дороже, чем в банке: ведь он выступает как посредник. В брошюре «ХочуМогуЗнаю», посвящённой автокредитованию, есть такая рекомендация: «Кредит в автосалоне часто дороже, чем в банке. Надо помнить, что в этом случае они выступают как посредники банков и их финансовая выгода будет учтена в фактической стоимости кредита, а значит, покупка обойдётся дороже. Облегчённая форма выдачи кредита в салоне (например, «по двум документам») практически всегда влечёт повышение процентной ставки, хотя это никогда не озвучивается. Чаще используются слова «рассрочка», «скидка», «беспроцентный кредит» и т. д.»

Совпадения с реальностью

Режиссёр телефильма Ольга Ланд рассказывает, что существуют художественные приёмы, которые помогают донести до зрителя информационно насыщенный текст. Например, актёр в кадре должен заниматься каким-либо делом, а свои реплики произносить параллельно этому занятию. Обсуждая тонкости автокредитования, Марта и Виктория разбирают после стирки белья. Это помогает сохранить внимание к происходящему на экране, чтобы актёр не напоминал докладчика. Для съёмок эпизодов на рабочем месте героини, в банке, съёмочную группу пустили в настоящий банк — высотку Совкомбанка рядом с Москва-Сити. Работали по выходным, а название бренда изменили на выдуманное в ходе постпродакшена. Актриса Евгения Лоза, исполнительница главной роли, училась у специалистов банка, как правильно консультировать клиентов. Никаких проблем в сотрудничестве с представителями ФРП у режиссёра и актёров не возникало: по словам актрисы, всякий раз, когда кураторы бывали на съёмочной площадке, они оста-



В сценарий интегрировали информацию, направленную на повышение финансовой грамотности

вались довольны тем, как реализуются заложенные в сценарий идеи.

«Информация о финансовой безопасности, которую мы доносили с помощью фильма, оказалась интересной и полезной и нам самим, — говорит Ольга Ланд. — Я в этом убедилась на личном примере. Прямо во время съёмок с моего счёта «увели» за границу довольно большую сумму денег. Подозреваю, что во время моей предыдущей поездки в Мексику я была не очень аккуратна и где-то «засветила» номер своей банковской карты. К счастью, всё обошлось, средства удалось вернуть. Ещё одна история, показанная в сериале, произошла с моими близкими. По сюжету к Вике обращается старушка, которая хочет снять со счёта крупную сумму. Деньги ей нужны для покупки медицинского устройства, которое якобы излечивает от всех болезней. Вика отговаривает бабушку и объясняет, что та стала жертвой мошенников. Через некоторое время я узнала, что такой «приборчик» втюхали моему собственному отцу. Так я вновь убедилась, что с экранов телевизора просто необходимо доносить людям информацию о том, как защитить себя и свои деньги». 🙌