

О, лебедиво! О, озари!*



Дмитрий Денисов,
главный редактор

Журнал для журналистов – специфический медиаформат. Предназначение его примерно такое, как у Велимира Хлебникова, которого Владимир Маяковский называл «поэтом для производителей», – искать пути и наталкивать на идеи, которыми потом воспользуются другие (то есть вы, наши читатели!).

Это второй выпуск **журнала «Друзи с финансами»**, и мы сами ещё пребываем в увлекательном поиске новых форм, рубрик и своей аудитории. Но что касается содержательной части, то тут наше кредо давно сформировалось. Журнал «Друзи с финансами» публикует три рода материалов. Расскажу о них, а заодно представлю некоторые публикации свежего номера, который сейчас перед вами.

Первый род материалов выполняет роль журналистского досье. Мы стараемся собирать и структурировать для вас информацию по личным финансам и защите прав потребителей, которую вы можете использовать для погружения в тему или подготовки собственной статьи. В этом номере, например, вы найдёте занимательный исторический сюжет XVII века о возникновении в Голландии тюльпаномании – самого известного финансового «пузыря» Европы (идеальная историческая аналогия, которая наверняка пригодится вам при написании статьи о любом современном «пузыре»). А в обзоре «Телефон недоверия» мы собрали для вас антологию основных схем телефонного мошенничества. На её основе можно подготовить цикл статей о финансовой безопасности, если собрать и описать кейсы реальных людей в вашем регионе. «Нетленная» тема с гарантированным читательским интересом!

Второй род – «методологические» и «инструментальные» публикации. В этом выпуске журналист, редактор и основатель сервиса Pressfeed Константин Бочарский в рубрике «Мастер-класс» даёт бесценные советы по эффективной работе с экспертным сообще-

* Строчка из стихотворения Велимира Хлебникова «Кузнечик» (1909)

ством при сборе комментариев. А на примере статьи «Наличники и наличные» мы постарались показать, что раскрывать сложные финансовые темы лучше через истории реальных людей. Её героем стал профессиональный фотограф, который сумел монетизировать своё хобби (он фотографирует наличники на окнах) и успешно пользуется таким инструментом, как краудфандинг. Новинкой этого номера стала рубрика «Редакционная летучка». Знаем, как непросто формируется тематический план любого издания. Поэтому, опросив экспертов, решили накидать для наших читателей-журналистов список актуальных идей для публикаций по финансовой тематике. Блесните на своей «летучке»!

Мы стараемся собирать и структурировать для вас информацию по личным финансам и защите прав потребителей, которую вы можете использовать для погружения в тему или при подготовке собственной статьи

И, наконец, третий пул материалов – о проекте Министерства финансов России и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». В рамках проекта происходит немало интересного, о чём стоит знать сообществу пишущих на финансовые темы журналистов, которое формируется вокруг нашего журнала и группы «Пишу о личных финансах» в Facebook. Спектр событий – от проведения Недели финансовой грамотности для детей и молодёжи до производства образовательных мультфильмов с участием героев сериала «Смешарики», от успехов на ниве финансового просвещения в отдельно взятом регионе (в этом номере в фокусе внимания – «пилотный» Томск) до практики проведения детских лагерей финансовой грамотности.

Словом, добро пожаловать в свежий номер «Дружи с финансами». Надеемся, он поможет вам в работе! 🙌



Ссылка на группу
«Пишу о личных финансах»
в Facebook