

О финансах — ИНТЕРЕСНО

Записки ветерана
российской финансовой журналистики

Ярослав Скворцов,
декан факультета международной журналистики МГИМО,
главный редактор журнала «Международные коммуникации», кандидат социологических наук

О карьере и лучших текстах

Мой путь в финансовой журналистике начался в 1991 году в издательском доме «Коммерсантъ», где я проработал до июня 1997-го: сначала корреспондентом отдела бизнеса, а затем в качестве редактора в отделе финансового оборота. Закончил в должности члена редколлегии «Коммерсантъ-Weekly». Позже сотрудничал с журналом «Коммерсантъ. Рейтинг» и немного поучаствовал в создании журнала «Коммерсантъ. Деньги», который стал главным экономическим еженедельником издательского дома.

Годы, проведённые в издательском доме, стали, наверное, самыми интересными и удачными в моей профессиональной журналистской практике. Кроме этого, я был заместителем главного редактора в газете «Русский телеграф», вёл авторскую колонку в «Известиях», входил в редакционную коллегию журналов «Компания» и «Популярные финансы», который мы в шутку называли «Финансовым Мурзилкой» — это один из первых финансовых журналов для широкой аудитории.

Сейчас я сотрудничаю с рядом журналов и альманахов, а большую часть своего времени посвящаю факультету журналистики МГИМО: работаю (вернее будет сказать — служу!) деканом факультета международной журналистики и преподаю — веду мастер-класс по экономической и деловой журналистике, читаю в магистратуре курс «Современные системы массовых коммуникаций».

Я написал немало текстов на финансовые темы; некоторые из них оказались действительно удачными, вызывали резонанс, волновали читателя. Например, статья «Не дразните спящего зенненхунда» в газете «Известия». Речь в ней шла о фискальных органах Германии, потребовавших от швей-



царских банков Credit Suisse и Union Bank of Switzerland раскрыть информацию о немецких налогоплательщиках, которые там скрывали свои счета. Заметка была основана на сравнении немецкой овчарки и флегматичного бернского зенненхунда, который редко скалит зубы, нечасто лает и вообще старается не атаковать первым. Но если его разозлить...

На мой взгляд, неплохой текст получился.

Вместе с моим коллегой Глебом Барановым ещё к «Коммерсанте» мы написали материал под названием «Свой среди чужих, чужой среди своих» — о председателе правления Национального резервного банка Александре Лебедеве, сведений о котором на тот момент недоставало; в его биографии было немало «белых пятен». Фразу из этого текста, над которой мы с Глебом долго ломали головы, я часто привожу в пример студентам: «Когда мы пытались узнать у людей, знавших Лебедева по работе в МИДе РФ, о причинах его неожиданного отъезда из Лондона, наши собеседники, как правило, менялись в лице, начинали вращать глазами, прикладывали указательный палец к губам и хлопали себя ладонью по плечу». Вот как много можно сказать, вроде бы не сказав ничего.

В «Коммерсантъ-Weekly» мы с Александром Малютиным написали статью «Банковские взялись за кемеровских», посвящённую краху Кредобанка. История была такая. АО «Западно-Сибирский металлургический комбинат», получившее у Кредобанка кредит, отказалось возвращать часть суммы в срок. Банк начал задерживать платежи, в том числе и платежи Государственного таможенного комитета, в результате чего во взаимоотношениях банка и ГТК возникли проблемы. Затем стало известно, что Запсиб получал валютную выручку от продажи своей продукции. Глава Кредобанка показал мне ксерокопию документа, в котором была прописана вся схема, как Запсиб «крутит» деньги, полученные от экспорта металла. Из него следовало, что после вывоза металлопродукции за границу у компании есть 90 дней для репатриации валютной выручки. Она, соответственно, «крутит» эти деньги 89 дней через финансовые структуры, которые зарегистрированы за рубежом на членов семьи руководства комбината. По истечении отведённого законом срока экспортная выручка возвращается в страну. При этом федеральное законодательство не нарушается.

Конечно, раскрыть содержание этого документа я не мог, иначе на меня подали бы в суд, однако написать об этом надо было. Но как? Саша Малютин предложил использовать интересный ход. В материале мы не говорили прямо о том, какая именно схема была использована ЗСМК, но рассказали о нескольких махинациях, которые можно было повернуть для получения прибыли в валюте. Мы написали примерно так: «Как происходит реализация продукции ЗСМК, неизвестно. По сведениям некоторых источников, могут использоваться, например, такие схемы...». Вот так нам удалось выкрутиться. Статья получилась классная.

О финансовой журналистике

Финансы — это всегда невероятно интересно! Финансовую систему часто сравнивают с кровеносной системой экономики. И это действительно так: там тромб разорвался, здесь закупорились сосуды — и всё! Возникают осложнения, или вообще отнимается конечность... К тому же состояние здоровья этого организма постоянно меняется: финансисты придумывают новые схемы получения прибыли, просчитывают их до мелочей, подстраховываются и так далее. Если журналист научится замечать подобные нюансы, то у него получится интересный текст.



Журналист — вовсе не тот, кто знает ответы на все вопросы. Он — тот, кто формулирует правильные вопросы и знает, кому их нужно задавать. С тем, чтобы потом обобщить информацию для читателя в своём материале

Мне кажется, в наше время, в 1990-е, как-то было проще написать хорошую статью. Рынки только складывались, «правила игры» — формулировались; формировалось много новых тенденций. Например, крупные банки пошли в розницу, стали заниматься обслуживанием физических лиц.

Это было удивительное время, богатое на интересную журналистскую работу: нужно было проанализировать последние события, понять, почему всё происходит именно так. Новостью могло стать то, что сегодня и новостью-то не назовёшь: скажем, на первой полосе газеты «Коммер-

сантъ» мы публиковали заметку об открытии... нового банкомата. Тогда это было событием!

Но это не значит, что сегодня журналистам не о чем писать. За годы работы в газете «Коммерсантъ» я сформулировал для себя несколько правил выбора темы для статьи, о которых и рассказываю своим студентам на семинарах.

Существует два «столпа», на которых держится деловая журналистика. Первый — это перечень персон и организаций-нюсемейкеров, за которыми нужно внимательно следить. Второй — перечень ожидаемых событий, о которых я буду писать. Это могут быть, например, ежегодное собрание акционеров, подведение итогов размещения облигаций, подписание договора, завершение процесса слияния, съезд авторитетной банковской ассоциации и так далее.

Если у меня составлена «карта ожидаемых событий», то я понимаю, чего ждать от рынка, куда он движется, пытаюсь систематизировать эту информацию, предсказать, предугадать тенденцию.

Конечно, нет гарантии того, что журналист уследит за всем. Не всё в жизни предсказуемо.

Любую тенденцию следует обсуждать с экспертами разного рода, подкреплять текст интересными комментариями. Их могут предоставить, во-первых, официальные представители организаций, о которых пойдёт речь в материале. Нельзя пренебрегать общением с ними, даже если есть риск услышать: «Мы не можем ни подтвердить, ни опровергнуть эту информацию».

У меня была такая ситуация. Я работал над текстом о покупке европейским (кажется, бельгийским) банком крупного пакета акций российской компании. Я связался с пресс-секретарём этого банка, и у нас состоялся очень забавный разговор. Спрашиваю: «Скажите, пожалуйста, ваш банк когда-нибудь работал с российскими активами? Или это для вас — в диковинку?» Он внимательно слушает вопрос и говорит: «Я не могу ни подтвердить, ни опровергнуть эту информацию». Но я не сдавался: «Хорошо. Инвестиции в автомобильную отрасль вам в принципе интересны? Или, может быть, какие-то другие акции?» «Я никак не могу прокомментировать ваш вопрос», — повторял он из раза в раз. Я не получил ни одного ответа. В конце концов в завершение разговора мой собеседник сказал: «Спасибо, что обратились к нам за

комментарием. Если вам будет что-то ещё нужно, обязательно обращайтесь». Материал мы всё-таки сделали и указали, что банк не предоставил информацию по нашему вопросу. От такого журналист не застрахован, но он не имеет права не обратиться к официальным лицам. Это одно из правил хорошего тона в журналистике.



При написании текстов на финансовые темы я всегда пользуюсь правилом «5 вопросов + 1». Они звучат так: «Кто?», «Где?», «Когда?», «Что?», «Зачем?» и дополнительный — «Кому это выгодно?»

Второй источник — это знакомые люди, эксперты, которые имеют отношение к определённой компании, разбираются в интересующем журналиста вопросе и могут дать профессиональный комментарий. Ведь он не может знать всё. Его задача в другом. Журналист — это такой человек, который умеет придумывать и задавать интересные вопросы на какую-то тему, знает круг источников, способных дать ответы на эти вопросы, умеет их обобщить, собрать и передать в своём материале. Эту истину, усвоенную за годы работы в разных изданиях, я стараюсь донести до своих студентов. Они часто ошибаются, пытаются ответить на мой вопрос о том, кто такой журналист. Если обобщить рассуждения первокурсников, то выходит, что журналист (на их взгляд) — это тот, кто знает ответы на все вопросы. Я всегда им говорю: «Ваша задача — не давать ответы, а придумывать вопросы». Важно также помнить следующее: нельзя задавать вопросы ради вопросов. Журналист должен найти в теме, которую изучает, что-то, что заставит его сказать: «Ничего себе! Как это интересно! А раньше я так не думал! Вот как, оказывается! Нужно разобраться!» Если этого нет, текст не получится, читатель не остановит на нём свой взгляд.

Как написать хороший материал

Журналист должен уметь погружаться в тему, которая его интересует. Я убеждён, что финансовый сектор необходимо изучать буквально-таки на ощупь. Вряд ли можно написать материал о том, как брать кредит в определённом банке, не будучи клиентом этого самого банка. Нужно иметь базовые представления о том, как функционирует

эта система. Меня, например, несколько лет назад заинтересовало новое явление в мире финансов — криптовалюта. Я не верил в её перспективность. Известно же, что ЦБ борется с рынком квазивалют, со всевозможными денежными суррогатами... Но всё-таки решил углубиться в этот вопрос и понять, как это работает, а главное — есть ли будущее у виртуальных денег.

Четыре года назад я установил у себя дома ферму для майнинга криптовалюты. Мой сын помогает следить за динамикой её добычи. Пока я не очень хорошо понимаю эту систему, у меня к ней куча вопросов. И информации всё ещё слишком мало, чтобы обобщить этот опыт и сформулировать какие-либо выводы, но мне очень интересно самому во всём этом разобраться!

Есть такое правило: хочешь изучить предмет — начни его преподавать. Оно применимо и к финансовой журналистике. Студенты или, например, стажёры слушают журналиста-наставника, следят за его действиями, а потом спрашивают его о таких вещах, о которых он никогда раньше не задумывался. Это помогает пересматривать профессиональные привычки, систематизировать накопленные знания и развиваться.

Следующее правило звучит так: как только журналист начинает опираться только на привычный круг комментаторов, с которыми у него сложились хорошие отношения, его публикации теряют остроту. Нельзя ориентироваться только на тех, с кем сложился хороший контакт, — теряется критичный подход к теме. А журналист должен раз за разом доказывать право занимать время своей аудитории, выполняя работу качественно, — иначе нельзя! В этой профессии нельзя не совершенствоваться, не относиться к своей деятельности критически.

Кроме этого, при написании текстов на финансовые темы я всегда пользуюсь правилом «5 вопросов + 1». Они звучат так: «Кто?», «Где?», «Когда?», «Что?», «Зачем?» и дополнительный — «Кому это выгодно?». Разбирая изменения в мире финансов, прежде всего необходимо определить, чьи интересы будут затронуты, возможно ли выйти из этой ситуации.

Для финансовой журналистики очень важен процесс познания, самосовершенствования и самообразования, постоянной учёбы. Журналист неустанно должен искать новую информацию, держать руку на пульсе рынка. Сегодня знания устаревают быстрее, чем раньше, поэтому их нужно системати-

чески обновлять. Кроме этого, журналисту необходимо возвращаться к своим старым текстам, перечитывать и сравнивать прежние наблюдения с текущей тенденцией. Это делается для того, чтобы внести коррективы в своё видение определённой финансовой ситуации, понять, почему сбылись или не сбылись прогнозы, и если нет, то какая была допущена ошибка.

О мемах

Мне кажется, жизнь сама зачастую обновляет наши знания. Недавно я со своими студентами обсуждал мемы. Я привёл им пример: один известный человек написал в своих социальных сетях: «Прибыл на остров. Похоже, Грета права: жарковато». Мы сразу понимаем, что речь идёт о движении в защиту климата. Соответственно, Грета Тунберг стала мемом. Это своеобразный код определённой эпохи или события. Журналист тоже может использовать мемы в своих статьях. Нужно лишь понимать, в каких случаях уместно к ним обращаться, а в каких — нет.



Журналисту необходимо возвращаться к своим старым текстам, перечитывать и сравнивать прежние наблюдения с текущей тенденцией, чтобы вносить коррективы в собственное видение

В теме финансов тоже достаточно мемов, метафорических выражений. Например, «невидимая рука рынка» или «сестя на нефтяную иглу». Слыша эти выражения, мы понимаем, что речь идёт о каких-то загадочных процессах на рынке, рыночном механизме, который управляет решениями покупателей и продавцов.

Или другой замечательный мем: «Инфляция вышла из-под контроля». Совершенно гениально! Что это значит? Она что, сама это сделала? Это же не стихийное бедствие. Инфляцию можно контролировать — значит, была допущена какая-то ошибка...

Этими новыми явлениями нельзя пренебрегать, их можно успешно использовать для написания журналистских материалов. Это то, что делает текст ярким, запоминающимся, помогает читателям разобраться в проблеме, которой посвящена статья. 📌

Записала Юлия Бубнова