

# Говорят и показывают

## финансы



Текст:  
Вера Колерова

У видеоблогеров сейчас горячая пора: засевшие на самоизоляции дома подписчики гигабайтами проглатывают видеоконтент. А учитывая кризис, особый интерес вызывает тематика личных денег. Журнал «Дружи с финансами» попросил успешных финансовых блогеров рассказать о правилах производства популярного видео.

### YouTube-канал «Экономист на час»



**Рами Зайцман**

Зарегистрирован в 2015 году  
258 тыс. подписчиков  
24,5 млн просмотров

*Свой видеоблог Рами Зайцман завёл пять лет назад — по собственному признанию, когда «болел и было скучно». Со своими подписчиками он общается доверительно, на «ты», с ходу позиционируя себя в качестве «домашнего финансового врача». В кадре он всегда одет с иголки и аккуратно и чётко раскладывает по полочкам экономические события — от сделки ОПЕК+ до снижения ставок по ипотеке. Об общем развитии подписчиков тоже не забывает, периодически выпуская видео в формате финансового ликбеа. Опыта в финансах более чем достаточно: несколько лет работы в банке и четырнадцать — финансовым консультантом.*

«На моем канале наибольшее количество просмотров набирают ролики с максимально предметным разбором темы. Менее популярны сюжеты по новостной повестке, ведь новости можно найти во множестве источников. Мой канал в пер-

вую очередь образовательный; я консультирую людей, как обращаться с личными финансами, рассказываю про экономические азы. И примерно половина выпусков у меня — новостные. Но можно и совмещать задачи просвещения и реагирования на

новостную повестку: например, я недавно сделал ролик о том, как вести личный бюджет в условиях кризиса. Он останется актуальным и через год, и через три: люди будут долго помнить о том, что случилось, и, возможно, захотят как-то застраховать себя в будущем.

Стараюсь делать короткие и ёмкие ролики — по 10–12 минут. Что-то более продолжительное люди тоже могут посмотреть до конца, но, скорее всего, на ускоренной «перемотке», да и то если тема очень заинтересовала. В последнее время я стал придерживаться всё более развлекательного формата. У меня появились новые, более «живые» заставки, и я стараюсь говорить ярче и короче. Людям так легче воспринимать связанную с финансами информацию, которая изначально тяжела для восприятия.

«Производственную» часть работы делаю сам — снимаю сам себя дома (до самоизоляции использовал помещение знакомых под студию) и сам же монтирую. Научиться этому может каждый, было бы желание.

Что касается смысловой части, то у меня есть два помощника: один занимается новостями и снимает с меня немало забот по написанию текстов, второй делает «досье» на компании. Обычно я высылаю первому помощнику несколько информативных ссылок и общую схему выпуска, а он создаёт «каркас» текста, который я уже дорабатываю под себя: добавляю приветственное слово, своё видение ситуации, резюме и рекомендации. Однако если вы хотите найти помощника, то приготовьтесь к тому, что два–три года совместной работы будете только «притираться» — и лишь после этого удастся достичь общего слога и понимания темы.

Чтобы хорошо делать финансовый блог, в первую очередь нужно разбираться в своей теме и уметь отыгрывать актуальные запросы аудитории. Блогер должен говорить внятно и интересно. Очень сложно смотреть на людей, которые сбиваются и делают большие паузы. Сам я не занимался специально речью, и меня никто не учил держаться в кадре. Так что первые выпуски сейчас мне самому стыдно смотреть. Со временем я исправил свои ошибки.

Нельзя забывать про картинку. Чтобы сделать её эффектной, стоит поискать обучающие видео на эту тему в том же YouTube. Да и в целом изучить, как работа-

ет эта площадка. При этом нужно помнить, что если нет денег на развитие блога и рекламу, то быстрого результата в виде роста количества подписчиков вы не добьётесь: придётся запастись терпением. Но если вы преследуете определённую цель, то нужно идти до конца и работать на отложенный результат.



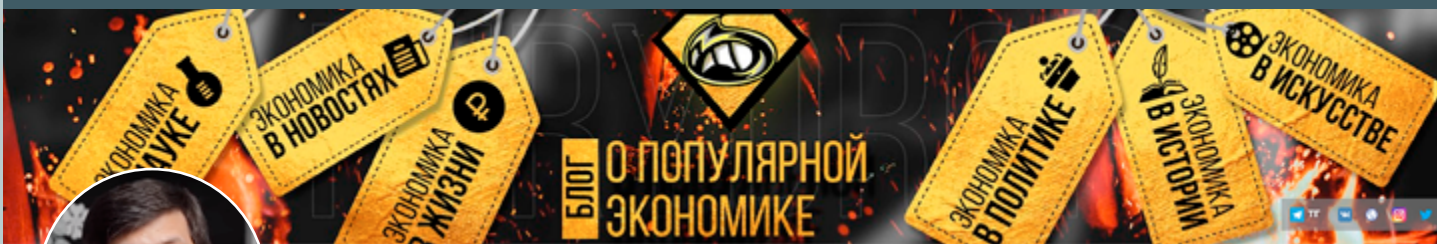
*Чтобы хорошо делать финансовый блог, в первую очередь нужно разбираться в своей теме и уметь отыгрывать актуальные запросы аудитории*

Финансовый блогинг в русскоязычном YouTube развивается давно. Свой контент создавали и независимые финансовые аналитики, и те, кто был «привязан» к конкретному бизнесу, представители брокерских компаний. Встречались и с виду независимые финансовые консультанты, оказывавшиеся на поверку совсем не независимыми, а то и просто мошенниками. А вот тех, кто ничего не продаёт и делает качественный финансовый контент, всегда было очень мало. Я до определённого момента ничего не продавал, но теперь у меня появился свой курс по управлению личными финансами. Другие каналы обычно тоже пытаются как-то заработать на YouTube, и в целом в этом нет ничего предосудительного.

Сейчас блоги на финансовую тему становятся популярнее из-за общей экономической ситуации. Если бы в стране всё было хорошо, люди меньше смотрели бы такие видео.

Я тоже стал более активно вести свой канал: делаю теперь пять–семь выпусков в неделю. Этому очень способствует режим самоизоляции и закрытие границ, ведь раньше я очень много путешествовал. Из новой ситуации стараюсь извлекать пользу: реализую старые планы по развитию своего канала и «Инстаграма». Конечно, для множества людей сегодня очень депрессивное время, и я тоже живой человек и поддаюсь таким настроениям. Но у меня в жизни были разные ситуации, и я понимаю, что если ничего не делать сейчас, даже через силу, то и дальше не будет ничего хорошего. Если остановлюсь, будет общий регресс и элементарно меньше денег в будущем».

## YouTube-канал Furydrops



**Григорий Баженов**

Зарегистрирован  
в 2018 году  
702 тыс. просмотров

*У Григория Баженова экономическое образование, и он погружен в экономику достаточно глубоко, чтобы говорить о себе как о блогере с академическим бэкграундом. На своём канале Григорий публикует ролики на темы, связанные с экономической историей и современной наукой — от происхождения золота тамплиеров до основ монетарной теории, — и развлекает их актуальными сюжетами о происходящем в российской экономике и её персоналиях. В каком-то смысле это уникальный канал, где финансовая тематика сочетается с общественно-политической. Судя по отзывам, людям импонирует то, что без перегрузки контента непонятными экономическими терминами автор объясняет довольно сложные явления. А кто-то даже считает, что в роликах Баженова экономическая теория приобретает увлекательность художественной литературы.*

«Я не даю людям советов, что им делать со своими деньгами. Я кандидат экономических наук, в прошлом преподаватель. Моя специализация - экономическая теория. Сегодня моя основная деятельность связана с экономической аналитикой.

Что интересует аудиторию? Первое — актуальные события. Делать ролики о них довольно просто, и их всегда хорошо смотрят без специального продвижения. Второе — раскрытие непонятных теоретических моментов в экономике и финансах (современная монетарная теория, устройство современной денежной системы и так далее).

С аудиторией я постоянно контактирую. Чтобы делать популярный блог, нужно быть в актуальной повестке. Очень здорово рассказывать о том, что нравится лично тебе, но тогда будет сложно набрать больше полутора тысяч подписчиков.

Люди нередко сами предлагают темы: например, нас очень просили сделать ролик о том, почему в России цены на бензин растут и не коррелируют с мировыми ценами на нефть. Мы ответили на этот вечный вопрос — и, судя по отзывам, нас поняли даже самые далёкие от экономических теорий зрители. А сейчас нашу аудиторию интересуют тонкости проведения процедур банкротства физических и юри-

дических лиц в России и за рубежом. Много в выборе тем зависит от новостной повестки, наших личных предпочтений и от того, что делают другие каналы. Ролик про частную собственность и то, как она воспринимается современными экономистами, я сделал после того, как канал левого толка «Вестник бури» назвал её злом для общества. Наш ответ коммунистам набрал более 20 тысяч просмотров.

Из наиболее удачных роликов я бы выделил недавний — про современные банковские системы. Тема сама по себе сложная, но нам удалось подобрать хорошую графику и понятно объяснить, почему, например, включение денежного станка в кризис далеко не всегда приводит к гиперинфляции. Мы делали ролики про схемы Понци, объясняющие законы функционирования финансовых пирамид; выпустили «Краткую историю денег». Сейчас я планирую ролик о мировом нефтяном рынке. Там очень сложное формульное ценообразование, поэтому будем разъяснять неопитам, что такое фьючерсный и форвардный контракты, опционы, бенчмарк.

Главная сложность для меня — превратить свои наукообразные академические тексты в удобоваримые для широкой аудитории. С этим мне и помогает редактор.

Мы долго искали свой формат роликов, в том числе по длине (сейчас они могут составлять от 20 минут до часа и более). Всеми виной опять же мой академический бэкграунд: мне ведь не жалко двух академических часов на раскрытие экономического феномена. Но, трезво поразмыслив, мы решили всё же делать более короткие ролики на темы, связанные с экономической историей. В них мы не анализируем глобальные периоды или феномены вроде Великой депрессии, потому что для этого требуется очень глубокая проработка и много времени. А вот рассказать о первом крахе банка внутри банковской системы России можно в относительно коротком видео. И при этом успеть провести аналогии, выявить национальные особенности банковской системы, рассказать про систему Джона Ло и так далее.

Мы только в начале пути, однако пророст аудитории уже есть: с трёх тысяч на старте до 15 сейчас. Однако подчеркну: это не только благодаря финансово-экономическим темам. Люди стали активно приходить

на наш канал как раз тогда, когда мы начали расширять тематику. Большой интерес вызвал ролик о гендерном неравенстве в оплате труда, а видео про экологию принесло нам сразу четыре тысячи новых подписчиков.



*«Главная сложность для меня — превратить свои научнообразные академические тексты в удобоваримые для широкой аудитории»*

Канал для меня — далеко не главный источник дохода, но всё же он приносит какие-то деньги и позволяет держать на плаву нашу команду. Преимущественно деньги поступают через сервис «Патрион», где люди оформляют подписку на канал. Пока у нас около восьмидесяти «патронов». В перспективе, когда вырастем до 50 тысяч подписчиков (а это, по нашим расчётам, должно случиться в течение двух–трёх месяцев), будут и рекламные интеграции».

## YouTube-канал «Бедный Паша. Богатый Паша»



**Павел Багрянцев**

Зарегистрирован  
в 2011 году  
600 тыс. подписчиков  
72 млн просмотров

*За 9 лет видеоблогинга Павел Багрянцев стал обладателем «серебряной кнопки» YouTube (более 100 тыс. подписчиков), но до «золотой» (более миллиона) ещё не дотянул. На своём канале Багрянцев говорит не только о личных финансах: у него множество роликов на тему личного роста и развития для мужской аудитории. Научит завязывать галстуки и посоветует, о чём разговаривать на первом свидании. В финансовой плоскости Павел Багрянцев — один из последователей гуру вроде Роберта Кийосаки и Бодо Шефера, а в плане личного роста ориентиром для него раньше был Тони Роббинс. Но сейчас 34-летний Багрянцев уже никого не копирует.*

*На YouTube он пришёл, будучи ещё телеведущим: хотел иметь альтернативную площадку. Начал экспериментировать с видео и изучать видеомаркетинг. Так и превратился в успешного блогера.*

«Я начинал вести блог с тематики личного развития, навыков общения. Постепенно сформировалась концепция канала современного мужчины, где освещались также бизнесовые и финансовые темы. При-

мерно в то же время я написал книгу о том, как вести личные финансы, а параллельно начал выпускать видео на тему финансовой грамотности. Но мой канал и сегодня остаётся разнообразным.

По образованию я экономист и менеджер, но, честно говоря, это весьма условно. Экономистом себя не считаю. На канале говорю о своём личном опыте — а он очень тяжёлый. Я много лет жил по уши в кредитах. Шёл на поводу у своих желаний и поздно осознал, в какую яму это меня привело. Мои ролики на эту тему — крик души, чтобы люди могли понять, что такое кредитная кабала.

В основном материал для роликов составляю сам, хотя есть команда из трёх человек, которые мне помогают, находясь на сдельной оплате. Сначала в голове появляется тема (например, «Пять полезных финансовых привычек» или «Пять финансовых ошибок»), а потом и сценарий. Ролик могу записать сам: дома, в студии или на улице — по настроению. Иногда приглашаю оператора, если не хочется возиться со светом и ракурсом. Монтировать я умею хорошо и, до того как набрать 300 тыс. подписчиков, всегда это делал сам. Но сейчас стало сложнее находить время для своего блога, поэтому я отдаю ролики на монтаж, заказываю создание превью — открывающей картинке, загрузку видео на YouTube. В среднем смонтировать ролик стоит от двух до пяти тысяч рублей. Если видео анимационное, с визуальными эффектами, то 10–12 тысяч.

Люди смотрят людей. Им безразлично, кто говорит на интересующую их тему. Обычно они приходят на канал именно через тему, потом изучают личность ведущего. Бывает, что они готовы с ходу верить человеку, потому что их располагает его манера говорить. Конечно, во мне есть природная харизма, и я знаю, как этим пользоваться. Где нужно добавить чуть-чуть «агрессии», а где — открытого сердца.

В области финансовой грамотности людям интересны простые, поверхностные темы: как обращаться с деньгами, как их приумножить, как увеличить доход. У меня есть видео из разряда «финансовая грамотность за шесть минут»; вот такие примитивные вещи — самые востребованные. А если углубляться в тему финансовой грамотности, то интерес аудитории уже меньше.

Желательно, чтобы ролики были не более чем по 10 минут. Если хотите рассказать о чем-то подробнее, то лучше сделать два ролика на одну тему. С точки зрения алгоритмов YouTube и охвата аудитории

это будет оптимальное решение: каждая часть видео наберёт примерно одинаковое количество просмотров.

Очень важна периодичность выпусков. Выкладывайте хоть по одному видео в неделю, но регулярно на протяжении года, и успех придёт. У меня долго был норматив — два ролика в неделю. Сейчас хочу перейти на трёхразовый формат. Это высокий темп, и чтобы выдержать его, я расширяю команду. Цель — сделать рывок к миллиону подписчиков.



*Во мне есть природная харизма, и я знаю, как этим пользоваться. Где нужно добавить чуть-чуть «агрессии», а где — открытого сердца*

Успех канала принято измерять количеством подписавшихся, однако это лишь один из показателей — не такой важный, как общее число просмотров. У меня уже есть около миллиона просмотров в месяц. Хотя, если посмотреть каждое новое выложенное видео, там охват не такой высокий: может быть, в среднем тысяч 10–15. Для образовательной ниши это нормально. Но нужно учитывать ещё и особенности аудитории, потому что миллион просмотров от школьников и от людей старше 25 лет — это колоссально разное качество. И стоимость рекламы, и доходы канала здесь тоже могут различаться раза в два. Моя основная аудитория — люди 25–34 лет, 85% которых — мужчины. Есть, разумеется, и школьники, и студенты. В целом меня смотрят те, кто настроен на карьеру или бизнес либо уже имеет небольшое своё дело. Канал уже сейчас приносит доход, но стремиться есть к чему.

Одно из первых видео неожиданно для меня самого «завирусилось» и набрало 300 тысяч просмотров. Это был ролик про подтягивания, и почему именно он стал популярным, я так до конца и не понял. Вывести рецепт успеха на основе этого казуса было невозможно. Остаётся только угадывать. Ищите для себя удачные примеры других блогеров, изучайте поисковые запросы людей в YouTube. Правильно оформляйте видео и подбирайте теги, ведь просто загрузить его на YouTube недостаточно. Снимать можно и самому: качественный ролик получится записать даже на «Айфон». Но иногда на Youtube «вирусятся» совершенно странные видео. Это неведомая машина, которую никогда не разгадают на сто процентов». 🚀