

Освещение темы финансовой грамотности в российских бренд-медиа (на примере изданий компаний Совкомбанк и ВТБ)

Научный руководитель – Белините Алина Викторовна

Козлова Алёна Алексеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: alyonakozlovaaaa@yandex.ru

Исследование Аналитического центра НАФИ демонстрирует, что в 2024 году в России высокий или средний уровень финансовой грамотности имеют 70% жителей. В контексте этого вопрос финансовой грамотности является особенно актуальным, а банковские бренд-медиа становятся одним из источников актуальной информации.

В России изучением вопроса финансовой грамотности в медиа занимаются следующие исследователи: Н.В. Аликперова [1], О.Ю. Вихрова [2], С.А. Михеева, М.А. Скляр [3], Г.В. Семенко [4]. Несмотря на различные подходы к изучению темы, все они считают, что финансовая грамотность населения является важным фактором экономической устойчивости государства.

Для нашего исследования мы выбрали два банковских бренд-медиа, которые занимаются продвижением темы финансовой грамотности: «Халва медиа» (Совкомбанк) и «Ближе к делу» (ВТБ) и проанализировали их контент в период с 1 сентября 2024 года по 1 февраля 2025 года.

В 2021 году Совкомбанк запустил собственное бренд-медиа «Халва медиа», ориентированное на широкий круг читателей и выступающее как единый канал формирования лояльности аудитории.

Основная цель издания — предоставление полезной и актуальной информации по различным аспектам, касающихся жизни любого человека. В качестве авторов выступают как штатные сотрудники редакции, так и привлеченные эксперты.

Посещаемость сайта за февраль 2025 года составила 1,5 млн человек. В период с 1 сентября 2024 года по 28 февраля 2025 года вышло 960 материалов, в среднем «Халва медиа» публикует 7 материалов в день.

На своем сайте издание предоставляет 20 рубрик: «Умный шоппинг», «Жизнь», «Личные финансы», «Еда», «Развлечения», «Путешествия», «Красота», «Автомобилистам», «Мнение», «Финансовая грамотность», «Строительство и ремонт», «Семья и дети», «Новости», «Технологии», «Ретроградный Меркурий», «Дача», «Люди», «Польза с Халвой», «Домашние животные» и «Сериалы и кино». В связи с названиями разделов можно сделать вывод, что «Халва медиа» не ограничивается освещением исключительно экономической тематики. Наиболее популярными рубриками (по количеству публикаций и просмотрам аудитории) стали «Жизнь», «Личные финансы».

«Ближе к делу» — информационно-обучающий портал для предпринимателей, созданный ВТБ в 2017 году. С помощью медиа владельцы компаний смогут получить знания и навыки, необходимые для старта и развития бизнеса. Проект предоставляет разнообразные материалы и сервисы, способствующие повышению финансовой грамотности и эффективному ведению бизнеса.

Концепция «Ближе к делу» отличается от «Халвы медиа» — на сайте отсутствует развлекательный контент, а все материалы посвящены исключительно финансовой проблематике. Кроме того, «Ближе к делу» предоставляет доступ к собственным обучающим

курсам, вебинарам для предпринимателей. Портал обладает собственной стриминговой платформой для проведения прямых эфиров и онлайн-мероприятий.

На сайте нет привычного рубрикатора, присутствует лишь несколько разделов — «Полезные материалы», «Открыть бизнес», «Самозанятым», «Сервисы» и «Мероприятия». В «Полезных материалах» можно найти как видео, так и текстовые материалы (статьи, бизнес-словарь и бизнес-идеи).

Примерная посещаемость сайта за февраль 2025 года составила 88,3 тыс человек. За обозначенный нами период «Ближе к делу» выпустил 102 материала. В среднем медиа публикует в день около 3 статей. Также на сайте можно найти 160 вебинаров и 24 курса по финансовым темам.

Сравнительный анализ двух медиа подчеркивает их различную направленность: «Халва Медиа» ориентируется на широкую аудиторию, освещая многие темы, касающиеся жизни каждого человека и не связанные с финансовой грамотностью, в то же время у «Ближе к делу» узкая целевая аудитория, включающая предпринимателей.

Можно отметить разнообразие жанров, рубрик и форматов материалов, повествующих о финансовой грамотности. В обоих СМИ представлены экспертные статьи, рекомендации, новости и советы. Однако в «Халва Медиа» вариативность жанров больше, присутствуют развлекательные форматы (мемы, рецензии на кино и сериалы) а «Ближе к делу» ограничивается информационными, экспертными материалами и новостями.

Также оба СМИ пользуются финансовыми терминами, но в разном объеме. В связи с ориентацией на различную аудиторию в материалах «Ближе к делу» можно встретить намного больше экономических терминов, например, «зонтичные поручительства», «МСП», «ставка кредитования» [6]. «Халва Медиа» присуще тематическое разнообразие, поэтому экономических терминов встречается намного меньше.

Tone of voice медиа ВТБ деловой и практичный: контент обладает реальной пользой, содержит конкретные советы и инструкции. У СМИ Совкомбанка дружелюбный и развлекательный tone of voice, что выражается в разноплановости контента.

По результатам нашего пилотного исследования, мы можем сделать вывод, что Совкомбанк и ВТБ действительно обладают высоким уровнем цифровой активности, что свидетельствует наличие собственных бренд-медиа. Оба банка выбрали одинаковый подход для удержания лояльности клиентов и повышения уровня финансовой грамотности среди населения — онлайн-СМИ. «Халва Медиа» и «Ближе к делу» по-разному освещают тему финансовой грамотности на своих ресурсах, в то же время взаимодополняя друг друга.

Источники и литература

- 1) Аликперова Н.В., Виноградова К.В. Влияние социальных медиа на формирование финансово грамотного поведения молодежи // Народонаселение. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialnyh-media-na-formirovanie-finansovo-gramotnogo-povedeniya-molodezhi>
- 2) Вихрова О.Ю. СМИ как инструмент повышения финансовой грамотности взрослого населения РФ// Меди@льманах. 2018. №2 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-instrument-povysheniya-finansovoy-gramotnosti-vzroslogo-naseleniya-rf>
- 3) Михеева С.А., Скляр М.А. Финансовая грамотность в России: результаты исследований последнего десятилетия // Финансы и бизнес. 2019. №3. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41135674>
- 4) Семенко Г.В. Финансовая грамотность в России: проблемы и пути их решения // ЭСПР. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-gramotnost-v-russii-problemy-i-puti-ih-resheniya>

- 5) Халва Медиа. О проекте. URL: <https://media.halvacard.ru/about>
- 6) Ближе к делу. В России принят закон о бессрочной работе механизма «зонтичных» поручительств для МСП. URL: <https://kdelu.vtb.ru/articles/mechanizm-zontichnyh-poruchitelstv-dlya-msp-stanet-bessrochnym-i-drugie-novosti-biznesa/>