

# Финансы Арта – как романсы

## > Кризис банковской ликвидности он предсказал два года назад

**ОН КАТЕГОРИЧЕСКИ не относит себя к так называемому типу людей free-style, а называет себя чистым финансистом.**

Тем не менее, о финансах пишет легко, с шутками и прибаутками, а иногда даже вставляет пару анекдотов в тему. Потому что профессионализм с точки зрения финансового журналиста – не только умение разбираться в том, о чем пишешь, но и мастерство преподнести свое творение так, чтобы его поняли все – даже бабушки на скамейке.

Между прочим, есть для этого у Яна Арта веский аргумент: он любит цитировать великого Александра Пушкина, написавшего в письме своему другу Вяземскому по поводу одной из его пьес: «Выражайся проще – ты достаточно для этого умен».

### Нестыковка с русскими

О Яне Арте, финансовом аналитике, самом цитируемом в мире по вопросам России, мы уже писали: сын актеров, он сидел за одним праздничным столом с Валентином Гафтом, Лией Ахеджаковой и другими светилами российского театра и кино. Однако выбрал другую стезю и добился на ней впечатляющих результатов – во всяком случае, еще за два года до финансовых потрясений он предсказал в одной из своих книг кризис банковской ликвидности. С компьютерами и Интернетом, несмотря на принадлежность свою к старшему возрастному слою среднего поколения, не просто дружен: пишет статьи, публикует свои мнения и даже покупает акции не выходя из дома – через глобальную сеть. А еще очень любит Америку – точнее, не любит, а уважает точность и скрупулезность в подходе к работе. Правда, в этом отношении в некотором смысле он согласен с сатириком Михаилом Задорновым.

– Нет, конечно, они не дебилы, как утверждает Михаил Николаевич, – смеется Ян Арт. – Но вот с тем, что они работают, не приходя в сознание, я согласен. Потому что американцы – это не фанаты своей работы по определению: они не умеют быть трудолюбивыми, потому что отдаются целиком и полностью лишь настоящей жизни – семье, детям, дому... Вот вы хоть раз слышали, чтобы американцы после рабочего дня собирались бы с коллегами посидеть в ресторанчике или еще того хуже – в собственном офисе за бутылочкой пива? В России это традиция почти в каждом офисе, а рядовые американцы уже через минуту после окончания рабочего дня выезжают со стоянки домой. И так, сидит в офисе такой семьянин и работает, не приходя в сознание, потому что в это время он думает о своих детях и о саде возле дома, в котором он посадил новый сорт яблонь. Но это, тем не менее, никак не влияет на качество его труда. Потому что американцы создали уникальные алгоритмы работы – этикетки эталоны. Знаете, чем отличаются российские системные администраторы от американских? Тем, что российский сисадмин придумывает программу под себя – получается, что его невозможно уволить, потому что без него никто не разберется в том, что он насочинял, и фирма фактически зависима от него. Американские же сисадмины – такая же заменяемая единица, как и все остальные работники компании.

### – Печальная картинка рисуется!

– (Смеется). Да, русские вообще не совсем адекватны в этом мире. Вот сами посудите: немцы считаются всеми нациями прижимистыми и даже жадными – и сами они с этим полностью согласны. Испанцев все называют слишком эмоциональными – до скандальности, и испанцы считают себя такими же. Нестыковка только с русскими: мы сами считаем себя щедрыми, а весь мир говорит, что мы весьма скупы, несмотря на то, что тратим свои деньги бездумно. Мы говорим о том, что мы душевные люди, однако весь мир считает нас довольно закрытой нацией, у которой непонятно, что на уме – и так далее (смеется). Вот, к примеру, есть у меня одна приятельница. Она работает на Первом канале – а ведь центральные телеканалы, если вы не знаете, платят большие деньги только

### Весь мир считает нас закрытой нацией



своим звездам, так называемым «лицам». Она, несмотря на то, что ее узнают в метро, получает на Первом копейки, но жутко гордится своей работой и не хочет от нее отказываться, хотя постоянно жалуется мне на нехватку денег. Я, узнав о том, что одна американская компания, принадлежащая моему знакомому, нуждается в собственном корреспонденте в России, предложил ей неплохую шашку: она делает пару сюжетов в неделю, получает за это неплохие деньги и продолжает трудиться на Первом. Прошло несколько недель успешного сотрудничества, и вдруг... Девушка получает задание, а за несколько дней до срока его выполнения ее американский работодатель получает от нее жалостливое письмо, в котором описывается, как тяжело она заболела, как сильно она кашляет и какая высокая у нее температура. Тот ей пишет ответ: мол, здоровье – это самое ценное, что есть у человека, поэтому его необходимо беречь, и даже советует ей какие-то средства от простуды. Мы-то с вами понимаем, что такое письмо – это стопроцентный намек на то, что сюжета от нее ждать не стоит. Однако в день, когда сюжет должен быть сдан, американец звонит девушке и задает вопрос: а где выполненный заказ? Возмущенная, она звонит мне: «Он у тебя что – тупой?!» Нет, он просто американец, для которого жалобы на здоровье никак не связаны с тем, что работа не будет выполнена, вот и все. В результате они расстались, и девушка продолжает работать на Первом канале, получать копейки,

ездить в метро и пользоваться в нем успехом медийной личности (смеется).

### Ноша прибыли и риск затрат

– Кризис каким-то образом повлиял в Америке на сферу, в которой вы работаете?

– Кризис повлиял на все, но отношение в Америке к нему совсем другое. Американцы, в частности мои работодатели, восприняли его как стимул к действию, творчеству и как результат – к новым проектам. К примеру, почти все звонки от американских работодателей мне касались новых предложений – на днях я подписал долгосрочный контракт на приличную сумму. А вот российские работодатели пытаются «снять» с меня кризисные сливки: «Ой, вы знаете, вы так замечательно работаете, но можно ли нам в этом месяце заплатить за вашу работу в два раза меньше, чем обычно?» А с чего, простите? Когда вы получали сверхприбыль, вы не делились ею со мной, а «копили свой жирок». Да, сегодня ваша прибыль уменьшилась – но при чем здесь я? На то вы и владелец бизнеса, чтобы нести не только ношу сверхприбыли, но и риск затрат.

### – Вы это сказали напрямую?

– Да, а почему нет?

### – Вас не уволили?

– (Смеется). Нет, хотя я был к этому готов. Из чего я делаю вывод, что я им нужен больше, чем они – мне.

### Интернет – хорошо, а газета лучше

– Несколько советов от мастера: бумажная версия газеты и ее вариант в Интернете – они должны быть одинаковы?

– Именно так все выглядит сегодня: сайт газеты – это ее электронная копия, как бы визитка в глобальной сети. На мой взгляд, это абсолютно тупиковый путь – хотя бы по экономическим причинам. Вот вам навскидку несколько минусов: если я как читатель могу сегодня в Интернете бесплатно прочитать то, что завтра вы мне предложите за деньги в бумажном варианте – как вы думаете, что я выберу? Следовательно, продажи бумажной газеты упадут. Далее идет второй минус – падеж продажи повлечет за собой резкий отток рекламодателей, которые, кстати говоря, во все не кинутся размещать свои баннеры в интернет-версии газеты.

### – Почему?

– Как показывает практика, интернет-реклама еще не пользуется в России такой популярностью, чтобы рекламодатели не считали участие в этом проекте риском. И потом, все-таки читательская аудитория у газеты и ее интернет-версии разная.

– Ну, следовательно, и рекламная аудитория разная. Так зачем же рекламодателям терять ее?

– Попробуйте объяснить это рекламодателям! Вот еще одно отличие рекламной сферы России и Америки: там все делается по алгоритмам, четко вычисленным схемам, а у нас – по ощущениям (смеется). Следовательно, для американцев снижение тиража вовсе не значит, что они перестанут давать здесь рекламу – просто они перераспределят рекламный бюджет между бумагой и Интернетом. А у нас как? Меньше тираж – отказываемся от рекламы. Да и не в этом дело! Просто я, как профессионал, не понимаю – не могу понять! – как можно отказываться от возможностей, предлагаемых Интернетом. Полоса на бумаге ограничена форматом – статью приходится резать, тогда как в интернет-версии она может выйти в полном объеме: это будет и интересно думающему читателю, и выгодно журналисту, поскольку он получит большой гонорар. Далее: для большей убедительности в интернет-версию статьи вы можете вставить аудио- и даже видеофайлы – комментарии компетентных лиц, репортажные зарисовки... И отказываться от таких преимуществ – это, по-моему, какая-то дикость: остаться глухим, слепым и хромым, расплачивая немую информацию с неподвижным фото на бумаге. Помню, мы на своем сайте «Банкир.ру» провели соцопрос на тему: тратить ли Стабилизационный фонд страны в условиях кризиса или оставить его в качестве жировой прослойки? На ссылке мы поставили милую звуковую хохму: ты «кликаешь» на нее мышкой – и звучит фраза из фильма «Берегись автомобиля», сказанная незабвенным голосом незабвенного Анатолия Папанова: «Положь птичку!» Казалось бы, серьезный сайт, на который заходят исключительно серьезные люди – они на форумах даже слово «банк» пишут с большой буквы! Однако эти самые люди перекидывали ссылку друг другу, и количество «входов» на наш сайт выросло в несколько раз. Как вы понимаете, вслед за этим потянулись рекламодатели. Вот вы, к примеру, часто ездите в командировки в Москву, насколько я понял.

### – Ездил раньше – кризис.

– Во-о-от! А если бы ваша газета активно развивалась в глобальной сети, участие в пресс-конференциях в режиме он-лайн для вас было бы плевым делом – осталось бы просто договориться с агентствами о включении вашего издания в число участников. Ведь это раньше те же банковские воротилы, простите за каламбур, воротили нос от провинции – им и в Москве офиса хватало, чтобы жить безбедно. Сегодня столичный рынок поделен так плотно и жестко, что все поворачивается в сторону екатеринбургов, челябинсков и даже крыжополей. И вы можете, не выходя из офиса, взять отличное интервью у первых лиц финансовых структур, политических организаций и даже светских образований. Так что Интернет – великая вещь. Учитесь им пользоваться в своих интересах, и в вашей жизни появится гораздо больше свободного времени для самой жизни ☺

РИТА ДАВЛЕТШИНА  
ФОТО > ЕВГЕНИЙ РУХМАЛЕВ

> Сегодня столичный рынок все чаще поворачивается к екатеринбургам и челябинским