Елена Сергеева

БОЛЬШЕ веселого академизма!

31 ОКТЯБРЯ ПРОШЛОГО ГОДА ИСПОЛНИЛСЯ РОВНО ГОД С МОМЕНТА, КОГДА БЫЛ ПОДПИСАН В ПЕЧАТЬ ПИЛОТНЫЙ НОМЕР CBONDS REVIEW. ПЕРВЫЙ ЮБИЛЕЙ МЫ РЕШИЛИ ОТМЕТИТЬ ВПОЛНЕ ОЖИДАЕМЫМ ОБРАЗОМ: ПРОВЕЛИ ПОЛНОМАСШТАБНЫЙ ОПРОС НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ С ТЕМ, ЧТОБЫ ВЫЯСНИТЬ, НАСКОЛЬКО НАШ ЖУРНАЛ СООТВЕТСТВУЕТ ИХ ЧАЯНИЯМ. ЕГО РЕЗУЛЬТАТЫ ОКАЗАЛИСЬ НАСТОЛЬКО ИНТЕРЕСНЫМИ, ЧТО МЫ РЕШИЛИ, ИМИ НЕПРЕМЕННО ПОДЕЛИТЬСЯ.

К подведению итогов мы готовились заблаговременно, поэтому уже в октябре 2007 года стартовало исследование, призванное дать объективную количественную оценку стараниям редакции. Случайным образом была сформирована выборка из 500 подписчиков журнала.

Два месяца наши сотрудники «мучили» тех читателей, что оказались в этом списке, каверзными вопросами. Затем еще месяц шло всестороннее изучение сотен полученных ответов.

ВНИМАНИЕ, ВНИМАНИЕ!

Первый же вывод, к которому мы пришли, убедил нас в правильности выбранной траектории движения. Специализированный журнал, посвященный облигациям — это действительно то, чего не хватало рынку. Без прикрас, среди самых привлекательных черт Cbonds Review чаще других упоминались четко выраженная специализация, объективность и высокое качество подготовки материалов. При этом внимание к журналу оказалось даже выше, чем мы могли предположить. Более 80% опрошенных читателей заявили, что не пропускают ни одного свежего номера (см. График 1).

Немного удивили, хотя и порадовали предпочтения читателей относительно разделов журнала. Вопреки некоторым ожиданиям, самой рейтинговой оказалась вовсе не рубрика Top View, в которой публикуются интервью номера, а аналитическая рубрика «Пульс рынка» (15%). Помимо нее в лидеры вышли такие рубрики, как «Первичный рынок» и «Планируемые размещения». Следом, с отрывом в 3 процентных пункта, «финишировали» рубрики «Портрет компании», «Тенденции» и раздел «Инструментарий» (см. График 2). Впрочем, Top View был неоднократно отмечен особо, чем и заслужил «приз читательских симпатий».

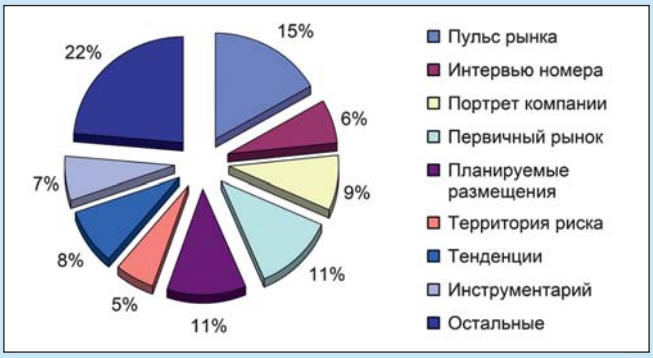
Одним из важнейших для нас направлений исследования было выявление тех значимых и актуальных для читателя тем, которые по разным причинам не в полной мере нами охвачены. В итоге выяснилось, что читатели хотят больше знать про рынок еврооблигаций и рынок структурных продуктов, черпать из журнала информацию об эмитентах и их финансовых результатах, а также иметь возможность читать ликбез как для эмитентов, так и для начинающих инвесторов (см. График 3).

Одно из актуальных направлений развития журнала было продиктовано, по меткому выражению нашего читателя, необходимостью «объединить город с деревней», то есть финансовые институты и эмитентов. «В то время как вы ориентируетесь на банки, пугливый эмитент продолжает оставаться в стороне», — прокомментировал ситуацию один из читателей, представитель компании-эмитента. Кроме того, исследование показало, что количественное доминирование аналитических материалов, являясь сильным преимуществом журнала, все же оставляет открытыми многие вопросы, связанные с непосредственным применением этой информации на практике. «Рынок развивается стремительно, и мы не всегда можем угнаться за ним… Неплохо было бы иметь источник, из которого можно узнавать об инновациях», — высказал свое мнение другой читатель.

Серьезной оценкой нашей работы стало численное преобладание читателей, которые признали, что не видят необходимости в каких-либо изменениях, поскольку количество и качество информации, присутствующей в журнале, их вполне устраивает, а «лучшее — враг хорошего».

График 1. Уровень внимания читателей к журналу

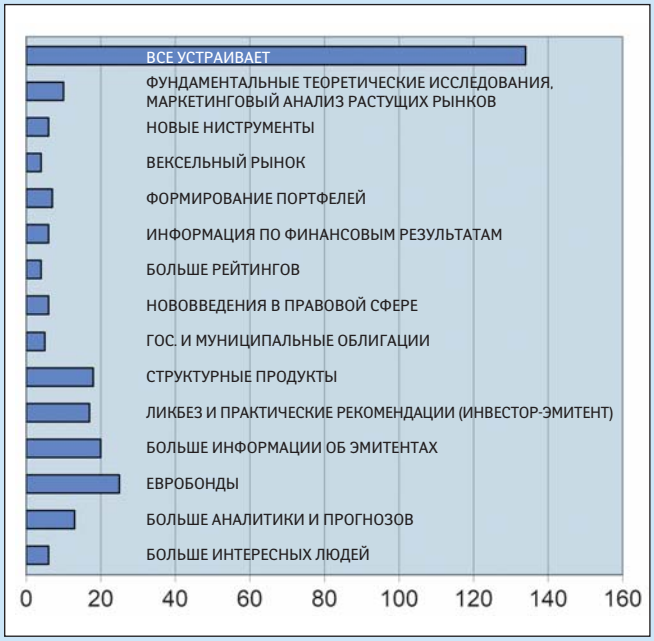
График 2. Интерес к разделам, %



«НЕБРИТЫЕ ЗВЕРУШКИ» В ФОРМАТЕ EXCEL

Конечно, без конструктивной критики не обошлось. В нашем случае критика была не столь многочисленна, сколь разнообразна. И конечно, мы отнеслись к ней с должным вниманием. Одним из первых замечаний, что называется, по содержанию, было неудовольствие обилием списков эмиссий, их доминированием над аналитическими материалами. Не понравилась некоторым читателям и форма подачи этой информации — в «таблицах и графиках, явно сделанных в Excel». Широкое использование базовых программ Microsoft Office вменялось нам в вину не только в плане создания графических материалов: например, крайне удивило замечание одного из читателей по поводу «вордовской» верстки» журнала. «В целом, журналу не хватает лоска… академизма, если вы понимаете, что я имею в виду… По ряду характеристик он явно не дотягивает до Forbes», — были и такие субъективные оценки. Не единожды в процессе общения нам доводилось слышать и вопрос о том, «когда же Cbonds Review станет глянцевым». Интересно, что удалось обнаружить среди читателей некую оппозицию. Ее представители предлагают добавить серьезности, «академизма» дизайну, а сами статьи сделать более «живыми», то есть излагать информацию более доступным языком.

График 3. Что хотелось бы чаще видеть в журнале



Мнение

Иван Макаров,
главный редактор
Cbonds Review

Одна из первых истин, которую преподаватели старательно вдалбливают студентам еще на первом курсе факультета журналистики, заключается в том, что представление редакции о чаяниях читательской аудитории и собственно чаяния читателей — это совершенно разные вещи. И использование шаблонных фраз вроде «Наших читателей интересует...» без постоянного мониторинга интересов людей любому средству массовой информации грозит отрывом от реальности со всеми вытекающими из этого неприятными последствиями. Впрочем, все это, конечно, вовсе не означает, что редакция не может выражать собственную точку зрения, отличную от той, которую разделяет большинство подписчиков. Именно поэтому мы крайне внимательно проанализировали итоги первого опроса читателей, но учли при этом лишь часть замечаний.

К примеру, в новом году мы изменили оформление полос со статистической информацией, которые предваряют каждый из разделов нашего журнала, придав больше индивидуальности и чуть красочности каждой из них. Иначе будут оформляться заголовочные комплексы, некоторые из статей будут дополняться теперь фотографиями, обыгрывающими суть материала и те образы, что использовались при его написании. Целым набором новых дизайнерских решений, некоторые из которых были нами опробованы еще в декабре, будет оформляться теперь раздел «Инструментарий», чтобы его можно было легко выделить. Но вот кардинально менять обложку журнала, убрав с нее, как выразились некоторые из опрошенных нами участников рынка, «небритых зверушек», мы не планируем. Наоборот, к традиционным быкам и медведям добавятся новые персонажи. За прошедший год они стали неотъемлемой частью имиджа журнала, делая его мгновенно узнаваемым на общем фоне самых разных журналов. Не будет никак изменен и стиль графиков. Да, возможно, он простоват и один в один повторяет стиль графиков, создаваемых с помощью Excel. Но ведь в этом-то и заключен весь смысл! Графики в таком виде легко и быстро воспринимаются, не заставляя читателя долго мудрствовать над красочными монетками или соображать, к чему это на полосе размещена гора непонятных значков. Главная задача графиков Cbonds Review заключается в том, чтобы без излишних усложняющих украшательств быстро и доступно изобразить цифровую информацию — будь то рост или падение каких-либо показателей или динамика структуры рынка, или что угодно еще.

Теперь несколько слов о содержании нашего журнала. Мы учли выявившееся, пусть и слабое и в весьма сдержанных выражениях недовольство количеством и качеством аналитических материалов. С начала года мы обязательно будем публиковать редакционные статьи под рубрикой «Резонанс», в которых будем тщательно рассматривать, иногда не стесняясь даже самых жестких оценок, важные для всего рынка события. С нового года у нас появилась и совершенно новая рубрика «Авторская колонка», в которой мы будем публиковать размышления и оценки таких гуру финансового мира, как, скажем, Николай Кащеев. Однако, вместе с тем, мы не собираемся отказываться от публикации на страницах нашего журнала различной утилитарной информации, которая у некоторых из наших читателей вызывает раздражение. Эти данные, несмотря на их кажущуюся вторичность, на самом деле весьма востребованы очень многими и приносят весьма ощутимую пользу. Доходит даже до того, что некоторые из таких «технических» страничек аккуратно вырезаются и вешаются рядом с монитором.

Как мы и предвидели, дизайн был самым дискуссионным пунктом нашего исследования. При том что 82% читателей назвали его необычным, ярким, узнаваемым и просто отличным, а 5% честно признались, что вообще не обращают внимания на внешний вид, осталось еще 13% тех, кому дизайн журнала, откровенно говоря, несимпатичен. В первую очередь это касалось обложки. Одно ее упоминание вызывало у читателей ироническую улыбку и массу остроумных комментариев. Один назвал наших быков и медведей «небритыми зверушками», другой заметил, что эти «психоделические картинки» часто пугают приходящих к нему посетителей. Кроме того, дизайн обложки был награжден эпитетами «funky» и «треш-гламур», а некоторые комментарии были навеяны ассоциациями с классикой советской литературы: «А-а-а, эти ваши «рога и копыта»? Занятно, пожалуй».

Конечно, чаще всего недовольство этих 13% читателей было связано с несерьезностью внешнего вида журнала, несоответствием его содержанию. Признаем, что мы были готовы к столь разным мнениям, поскольку понимаем — ни одна яркая индивидуальность не может быть оценена однозначно.

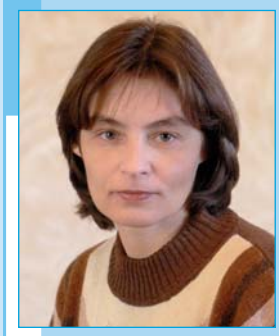
Но обратимся и к другим аспектам критики. Некоторые читатели отмечали, что бичом российских аналитических изданий является недостаточная глубина собственно аналитики, подмена ее статистической информацией. Однако для читателей Cbonds Review более актуальной оказалась проблема преобладания «теории над практикой». Отсутствие реальных рекомендаций было названо в числе недостатков журнала. Ну и конечно, материалы, публикуемые в разделе «Портрет компании», в нескольких беседах были названы рекламными (о том, как на самом деле они готовятся, см. редакционный текст в рубрике «Портрет компании»).

Еще одним направлением критики было снижение актуальности публикуемых материалов, связанное с выходом журнала раз в месяц. Некоторые читатели предлагали выпускать новый номер каждые две недели.

В целом, как показало исследование, Cbonds Review за прошедший год твердо встал на ноги и готов смело двигаться вперед.

Редакция журнала Cbonds Review благодарит всех читателей, которые приняли участие в нашем исследовании. Спасибо за объективные оценки, свежие идеи, интересные комментарии и честную критику. Спасибо за серьезный и ответственный подход к нашей беседе, за вашу лояльность и за потраченное на нас время. Мы стараемся стать лучше для вас, и мы рады, что вы это цените.

Мнение



Татьяна Стоцкая,
арт-директор
Cbonds Review

Мне как специалисту, связанному непосредственно с визуальной стороной Cbonds Review, конечно же, наиболее интересны отзывы читателей о дизайне нашего журнала. Не скрою, что было положено немало творческих сил на его создание. Более того, поскольку Cbonds Review — любимое дитя всей компании, то каждый член нашего небольшого, но очень одаренного коллектива принимал активное участие в обсуждении буквально каждой буковки и черточки.

Вы не представляете, сколько творческого времени ушло, например, на обсуждение цвета плашек для рубрик журнала. «Голубой — пошло, розовый — банально», зеленый не нравится отделу развития, фиолетовый вызывает нервный стресс у бухгалтерии (напоминает цвет печатей и ассоциируется с несданными отчетами), предлагается выбрать какой-нибудь желтый оттенок. Хотя желтый — цвет «несбывшихся надежд», нас могут неправильно понять. Лучше уж красный, простенько и со вкусом... Да, вот так вершатся судьбы. А вы говорите «добавить серьезности, академизма», у нас же классика в цвете — «красное и черное».

А если серьезно, то мне кажется, что эпитет «несерьезный» все же не подходит для определения внешнего вида нашего журнала. Дизайн Cbonds Review скорее «нестандартный» для изданий, пишущих на финансовые темы. Итак, нестандартный, яркий, красочный... может быть, запоминающийся?! А это ведь именно то, к чему мы стремились.

Но останавливаться на достигнутом — не наш стиль. Мы будем работать и работать. Тем более что есть 5% читателей, не охваченных, так сказать, симпатией или не симпатией к дизайну журнала. А новые результаты нашего труда вы могли наблюдать уже в первом посленовогоднем номере Cbonds Review.

Что касается «лоска» и «глянца», то это как посмотреть. Каждый человек в любой вещи видит то, что хочет увидеть. Например, в моей дизайнерской практике был такой случай. Мы делали рекламный буклет для одного очень уважаемого клиента. Так вот, этот самый клиент принес фотографию, сказав, что это лучший снимок его персоны на фоне незабываемых швейцарских Альп, и он хочет поместить его на первой странице буклета, чтобы каждый мог полюбоваться прекрасным горным пейзажем. На фотографии, однако, был виден человек, стоящий на шоссе по колено в раскисшем снегу. За ним вроде бы угадывались горы, или вернее, каждый, кто смотрел на фотографию, пытался различить на сером фоне очертания «незабываемых швейцарских Альп». Одна молодая сотрудница, увлекающаяся горными лыжами, говорила, что в центре снимка она видит высокую вершину с подъемниками и трассами, немного закрытую облаками. Другой член коллектива компетентно утверждал, что знает это место. Он сам был там год назад во время отпуска, вершина (он точно помнит) где-то слева, а посередине должно быть красивое горное озеро, возможно, озеро тоже скрыто туманом. А наш художник как человек творческий, уверял что горы, скорее всего, внизу фотографии, где-то на уровне ботинок стоящего человека. Может, и так...

А «глянцевость» журнала определяется не гладкостью обложки, а качеством всего материала — и визуального, и информационного.

И последнее. То, что по ряду характеристик наш журнал «явно не дотягивает до Forbes», я считаю скорее положительной оценкой, чем отрицательной, причем со всех точек зрения. С одной стороны, если брать Forbes за, так сказать, «самый-самый», то тот факт, что мы немного не дотягиваем до мирового эталона после всего лишь года выпуска журнала, является несомненным комплиментом. С другой, мы, в сущности, и не добиваемся, более того, не хотим, чтобы наш журнал походил пусть даже на мировой эталон. Cbonds Review — это творческая индивидуальность, и мы не стремимся дотягивать или не дотягивать до кого-либо.