Аффект от финфлюенсера



Текст
СВЕТЛАНА ОРЛОВА,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**

Рынок розничных инвестиций все активнее реагирует на советы финансовых блогеров. Telegram-каналы и соцсети стали ключевым источником информации для миллионов частных инвесторов, а регуляторы бьют тревогу: многие финфлюенсеры работают вне правил, создавая риски для аудитории и рынка в целом

Советники без риска и дохода

Летом 2024 года, казалось бы, неожиданно прозвучала идея Минфина и ЦБ о введении возможности «мягкого регулирования» для инвестиционных блогеров. «Мне кажется, нужно посмотреть [на проблему инвестблогинга] с точки зрения введения стандартов, может быть, на базе СРО (саморегулируемой организации. — *«Б.О»*). Пока — рекомендательных стандартов», — заявил на Финансовом конгрессе Банка России заместитель министра финансов **Иван Чебесков.**

Эти стандарты, по его мысли, должны установить четкие правила общения с подписчиками. Даже если у тебя десять человек в публичном Telegram-канале, «ты должен… сообщать о рисках, не можешь давать обещания по доходности и т.д.». «У этих людей… огромная ответственность за те деньги граждан, которым они что-то рекомендуют», — объяснил он. «Совершенно правильно. Этим надо заниматься», — поддержал Ивана Чебескова руководитель Службы по защите прав потребителей ЦБ **Михаил Мамута.**

Очевидно, что эта идея появилась в устах замминистра финансов неспроста. Буквально через пару месяцев заместитель председателя Банка России **Филипп Габуния** заявил, что «Telegram-каналы и финансовые блогеры превращаются в самостоятельный способ продвижения продуктов, по сути, занимаются скрытой рекламой».

Честность по реестру

«Мы видим, что зачастую блогеры советуют своим подписчикам приобрести тот или иной финансовый продукт или воспользоваться услугами определенной компании. И люди не знают, является ли этот совет личным мнением блогера или "заказной" информацией», — отметил Филипп Габуния. По его словам, регулятор уже тогда подготовил письмо для профучастников, привлекающих блогеров для продвижения своих услуг, где рекомендовал им раскрывать информацию о такой рекламе. «Блогер, в свою очередь, [тоже] должен маркировать материал — указывать, кто является его заказчиком», — добавил он.

В феврале 2025 года это информационное письмо было опубликовано. ЦБ наблюдает за тем, как финансовые организации выполняют его рекомендации при работе с инвестблогерами, и в будущем может повысить свое внимание к этой сфере, рассказал летом 2025 года Михаил Мамута: «По итогам полугодия, я думаю, проведем анализ того, как реализуются эти рекомендации», — добавил он.

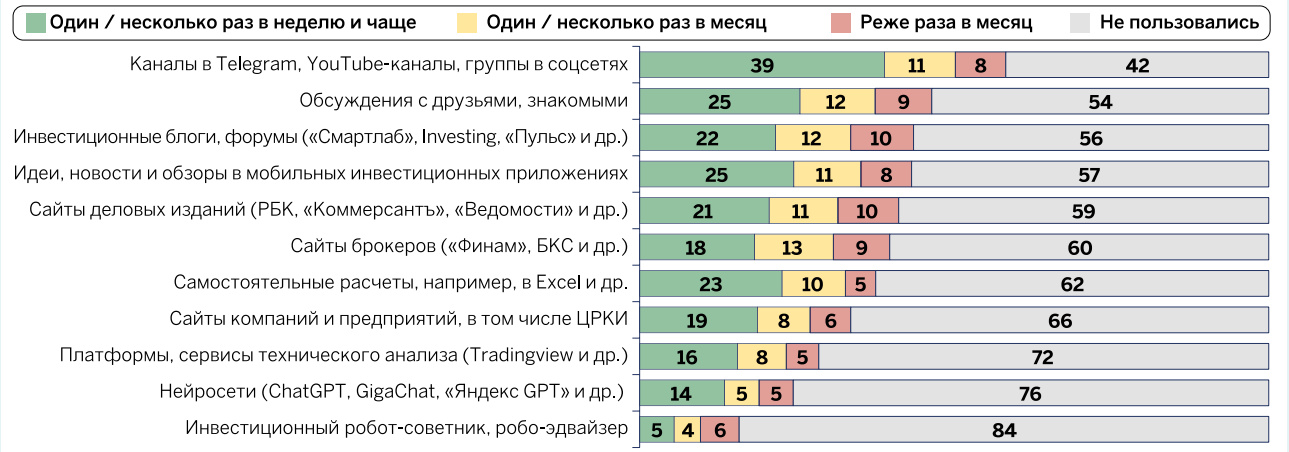
В то же время в июле Михаил Мамута в колонке на портале Российской экономической школы Guru попытался дать определение добросовестного блогера: у таких финфлюенсеров «чаще всего есть лицензия инвестиционного советника, они состоят в реестре, который ведет Банк России»: «Люди честно зарабатывают деньги, обучая свою аудиторию принципам и правилам работы финансового рынка». «Существует важное требование: если у блогера есть лицензия инвестсоветника, он должен обязательно публиковать предупреждение, что его лекции, вебинары или посты не являются индивидуальной инвестиционной рекомендацией (ИИР)», — добавил он.

Вакуум заполняют блогеры

Сейчас риски информационного воздействия на принятие решений инвесторами выросли, отметил Михаил Мамута: «Угроза исходит не только от Telegram-каналов и иных подобных источников, но и, в отдельных случаях, со стороны менеджмента компаний, допускающего крайне противоречивые формулировки в своем общении с инвесторами, журналистами, в публичных выступлениях». По его словам, во многом причиной роста рисков стал «информационный вакуум, возникший ввиду введенных ограничений на раскрытие информации».

Обеспокоенность финансовых регуляторов понятна. Проведенный Финансовым университетом в конце 2024 года опрос показал, что источником знаний по инвестициям для 65% опытных инвесторов и 62% новичков являются именно социальные сети. Схожие результаты были получены в исследовании НИУ ВШЭ (также проведенном по опросу населения), согласно которому по меньшей мере 58% инвесторов обращаются за рыночной информацией к соцсетям (Telegram, YouTube и т.д.), причем 39% делают это не реже раза в неделю.

РИСУНОК 1. ПОИСК И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ РОЗНИЧНЫМИ ИНВЕСТОРАМИ



Источник: НИУ ВШЭ, 2024 год

Согласно опросу, проведенному финансовым порталом «Выберу.ру» и управляющей компанией (УК) «Ингосстрах-Инвестиции», 28% инвестирующих россиян теряли деньги, послушав советы блогеров. По полученным Финансовым университетом результатам с падением стоимости активов в портфеле столкнулись 68% инвесторов, которые следовали советам блогеров, тогда как в среднем по рынку этот показатель составил 58%.

«Финансовые блогеры сегодня стали основным источником информации для розничных инвесторов: 17% респондентов получают знания о фондовом рынке именно из их каналов и соцсетей — это выше, чем у деловых СМИ и Telegram-каналов брокеров или УК. Более того, 82% инвесторов признались, что полагаются на аналитику и советы финблогеров при принятии решений», — пересказал результаты исследования Frank RG и «ВТБ Мои Инвестиции» управляющий директор департамента брокерского обслуживания ВТБ **Александр Казаков.**

При этом, как подчеркнул эксперт Ассоциации владельцев облигаций (АВО) **Михаил Локшин,** максимальный эффект влияния финфлюенсеров «ощущается в техсреде молодых людей с доходом выше среднего». «Наибольший эффект ощущается в розничном сегменте, прежде всего среди миллениалов и зумеров со счетами до 200–300 тыс. рублей», — подтвердили в брокерской компании (БК) «Кит Финанс». Как правило, в аудитории финфлюенсеров есть молодежь и люди до 35 лет, привыкшие получать знания на видеохостингах и в социальных сетях, а не из книг или специализированных курсов, посетовали во Всероссийском союзе страховщиков (ВСС).

От Сиднея до Парижа

Впрочем, проблема накопления рисков из-за финфлюенсеров — это не только и даже не столько российское явление. В мае 2025 года Международная организация комиссий по ценным бумагам (IOSCO) — организация, объединяющая национальные органы регулирования рынка ценных бумаг, — опубликовала доклад, посвященный явлению финфлюенсеров. В нем IOSCO признает, что их «растущее влияние меняет подход розничных инвесторов (особенно среди молодого поколения) к принятию инвестиционных решений».

Согласно данным Австралийской комиссии по ценным бумагам и инвестициям (ASIC), 28% австралийцев в возрасте от 18 лет до 21 года подписаны хотя бы на одного финфлюенсера. При этом почти две трети (64%) из них меняли хотя бы одно финансовое решение под их влиянием. Совместное исследование Службы регулирования отрасли финансовых услуг США (FINRA) и Института CFA показало, что 37% американских частных инвесторов, принадлежащих поколению Z (рожденных с середины 1990-х до начала 2010-х годов), заявили, что принимают решение под влиянием именно финфлюенсеров.

По данным Кипрской комиссии по ценным бумагам и биржам (CySEC, приведены в презентации Комиссии по ценным бумагам и биржам Таиланда), 24% немецких розничных инвесторов, 31% кипрских и 42% французских в своих инвестиционных решениях опираются на информацию финфлюенсеров.

Исследование, проведенное учеными из американских и швейцарских университетов на базе данных соцсетей (использовали платформу StockTwits), показало, что более половины финфлюенсеров (56%) можно отнести к категории антиквалифицированных (то есть к тем, кто дает инвестиционные советы, приводящие к отрицательным аномальным доходностям), 16% — к неквалифицированным и лишь 28% — к квалифицированным, чьи инвестиционные рекомендации приводят к положительным аномальным доходностям.

РИСКИ ОТ IOSCO

Международная организация комиссий по ценным бумагам в своем докладе привела ряд рисков, связанных с деятельностью финфлюенсеров, которые выделили национальные регуляторы.

1. **Отсутствие лицензирования.** «Любой финфлюенсер может представлять риск для розничных инвесторов, если он не прозрачен в своих мотивах или не раскрывает необходимую информацию. Однако незарегистрированные финфлюенсеры особенно опасны… они зачастую продвигают инвестиции с повышенным риском или более сложные инструменты».
2. **Мошенничество и обманные схемы.** Финфлюенсеры в соцсетях часто продвигают мошеннические или низкокачественные инвестиционные продукты и услуги, вводя подписчиков в заблуждение, способствуя рисковым сделкам. «Кроме того, некоторые регуляторы отметили риск манипуляций на рынке, включая схемы pump-and-dump (мошеннические схемы в трейдинге, при которых группа инвесторов искусственно завышает цену актива, а потом намеренно его опускает. — *Ред.*), скальпинг (стратегию биржевой торговли, при которой трейдер зарабатывает на небольших колебаниях цен, совершая множество быстрых сделок в течение дня. — *Ред.*) и инсайдерскую торговлю, проводимую финфлюенсерами».
3. **Продвижение высокорискованных продуктов.** Финфлюенсеры часто продвигают сложные или рискованные продукты, такие как криптоактивы, обещая быстрые и высокие доходы, что может вводить в заблуждение начинающих инвесторов и заставлять их вкладывать больше, чем они готовы потерять.
4. **Введение в заблуждение.** Финфлюенсеры могут позиционировать себя как экспертов, при этом публикуя низкокачественную или вводящую в заблуждение информацию. При этом не всегда они делают это сознательно, порой — из-за недостатка квалификации и опыта.
5. **Конфликты интересов и непрозрачность.** Финфлюенсеры часто скрывают, что получают выплаты за продвижение продуктов или владеют ими сами, таким образом, вводя инвесторов в заблуждение и создавая для них риск финансового ущерба.
6. **Использование знаменитостей или их образов.** «Реклама [финансовых продуктов] с участием знаменитостей признана потенциальным риском для розничных инвесторов». В частности, даже без согласия знаменитостей генеративный ИИ может сделать фейковые рекомендации звезд убедительными.

Иллюзия легких денег

«В сегментах розничных инвестиций и личных финансов у массовой аудитории именно блогеры и популярные авторы становятся первыми "точками входа" в тему инвестиций и управления деньгами. Их рекомендации могут прямо влиять на спрос на конкретные продукты», — считает вице-президент банка «Александровский» **Андрей Федотов.** И влияние их, по его словам, в России растет.

«Эффект финфлюенсера — это отсутствие у их последователей времени на изучение, желания глубоко вникнуть, специального образования и опыта инвестирования; желание повторить чужой успех и получить быстрый результат, которого может не оказаться», — отметил Михаил Локшин. Вот почему в этой относительно новой сфере и у нас в стране накапливаются риски. У финфлюенсеров отсутствует профессиональная ответственность, у них «нет обязанности компенсировать убытки от ошибочных советов», — утверждает Андрей Федотов. «Это может приводить к искаженному восприятию рисков, продвижению сомнительных инструментов», — добавила директор по клиентскому опыту Go Invest **Ольга Лежнева.**

Как и у зарубежных коллег, у доморощенных финфлюенсеров «часто это отягощается отсутствием образования и реального продолжительного опыта инвестирования, хотя бы трехпятилетнего, с положительным результатом инвестирования», подчеркнул Михаил Локшин. Поверхностная экспертиза часто скрывается «под красивыми лозунгами молодого и амбициозного человека или девушки (а девушек среди финфлюенсеров немало, и фактор внешней привлекательности дополнительно работает на результат, как, впрочем, и у молодых людей), у которых что-то получилось и которые решили транслировать свой опыт публично и быстро его монетизировать», добавила основательница MV Capital **Виктория Валюк.**

«Пожалуй, самое негативное, что делают финфлюенсеры, — формируют неверное отношение к финансам и вложениям, накоплениям. Создают впечатление получения легкого и значительного заработка за счет инвестирования в какие-то очень "правильные" активы. При этом часто риски вообще не обсуждаются», — подчеркнули в ВСС и сообщили, что они формируют «другую финансовую культуру, отличную от той, которую продвигают регулятор, образовательные учреждения и участники финансового рынка, и опасную для молодых ее носителей».

От советов — к манипуляциям

По словам Александра Казакова, многие блогеры подают сложные инструменты в чрезмерно упрощенной форме: «В результате у части инвесторов формируются завышенные ожидания», и растет число разочарованных в финансовой индустрии людей. «Если люди теряют свои накопления из-за советов или действий финфлюенсеров — это очень плохо, и регуляторно нужно ограничивать возможности таких исходов, особенно для малообеспеченных граждан», — утверждает директор по инвестициям УК «Доходъ» **Всеволод Лобов.** Благодаря новым технологиям многие финфлюенсеры могут «привлекать» деньги своих подписчиков в «управление», например, через инструменты автоследования, рассказал он: «Это направление финансовых услуг сегодня мало регулируется, и риски потерять там деньги довольно высоки». Кроме того, очевидным риском является конфликт интересов. Отечественные финфлюенсеры зачастую не брезгуют скрытой рекламой под видом личного опыта, отметил Андрей Федотов.

Порой деятельность доморощенных инвестблогеров граничит с противозаконной или прямо является противозаконной, подчеркнул Михаил Локшин. Это и «манипулирование котировками (pump-and-dump), и введение в заблуждение относительно оценок реальной стоимости и перспектив компаний, и отработка рекламных и маркетинговых бюджетов для завышения оценок в преддверии IPO… и обещание доходностей от инвестиций, и реклама криптовалюты и офшорных брокеров, и продвижение более рискованных инструментов с умалчиванием рисков, и умалчивание о конфликте интересов», перечислил он. Действительно, «есть выявленные случаи такого поведения (в том числе со стороны владельцев и администраторов Telegram-каналов), причастные лица привлечены к ответственности», подтвердили в ЦБ.

Выйти из сумрака

Финфлюенсеры действуют в своеобразном регуляторном арбитраже: в то время как СМИ и лицензированные профучастники обязаны строго соблюдать правила раскрытия информации и предупреждать о рисках, блогеры зачастую работают в «серой зоне», соглашаются участники рынка. «Традиционные СМИ работают по установленным стандартам, включая обязательное раскрытие информации и ответственность редакции. Финфлюенсеры действуют без подобных ограничений. Это создает дисбаланс», — сообщила Ольга Лежнева.

«В идеале финфлюенсерами должны выступать представители крупных финансовых организаций: с экспертизой, именем и неким статусом надежности. Но так происходит, к сожалению, не всегда», — сокрушается директор по маркетингу СДМ-Банка **Татьяна Филимонова.** Именно поэтому звучат предложения о введении «мягкого регулирования»: обязательной маркировки рекламы, раскрытия конфликтов интересов, запрета на обещания доходности и базового стандарта информирования о рисках.

«Финфлюенсеры в определенной мере должны подпадать под регулирование. Это не должно быть жесткое лицензирование по аналогии с профучастниками, но хотя бы минимальные требования к раскрытию информации, конфликтов интересов и предупреждений о рисках необходимы», — считает Александр Казаков. Необходимо ввести обязательное раскрытие, является ли сообщение рекламой или личным мнением, внедрить ответственность за недостоверную рекламу, добавили в БК «Кит Финанс».

«Можно сделать регистрацию всех субъектов с определенным количеством постоянной аудитории в реестре финфлюенсеров и мониторить их деятельности по развитию инвестиционных навыков и компетенций широкой аудитории на соответствие установленным рекомендациям или стандартам», — предложили в ВСС. Необходимым минимумом для финфлюенсера должен стать хотя бы сданный НАУФОР экзамен на квалификацию инвестиционного советника, полагает Виктория Валюк. Б.О