

Transkrypcja

Artyści Rynków

Odcinek 6: Aktualności ze świata tradingu. Kulisy pracy w kanałach informacyjno-finansowych z Ticky Fullerton

Michael McCarthy: Jakie są kulisy pracy w programach informacyjnych ze świata finansów? Co się dzieje, kiedy na świecie wydarzy się coś nadzwyczajnego, powodując krach na rynkach?

Ticky Fullerton: Często byłam wstrząśnięta reakcją rynku na podwyższone ryzyko geopolityczne – a właściwie jej brakiem. Nie sposób zrozumieć, dlaczego rynek raz reaguje na jakieś wydarzenie, a w innej sytuacji nie.

Michael McCarthy: Naszym dzisiejszym gościem jest Ticky Fullerton, jedna z najbardziej znanych australijskich dziennikarek biznesowych, obecnie gospodyni autorskiego programu informacyjno-finansowego na kanale Sky Business.

Witajcie w podcaście z serii Artyści Rynków. Nazywam się Michael McCarthy i jestem głównym analitykiem rynkowym CMC Markets dla regionu Azji i Pacyfiku. W każdym odcinku rozmawiamy o wzlotach i upadkach w karierze najlepszych traderów w branży i ich drodze ku sukcesom na rynkach finansowych. Bohaterką tego odcinka jest Ticky Fullerton, gospodyni programu informacyjno-finansowego zatytułowanego po prostu „Ticky”, który można oglądać codziennie na kanale Sky Business. Przez dwie dekady Ticky pracowała dla Australian Broadcasting Corporation jako starszy reporter finansowy oraz jako dziennikarz śledczy dla Four Corners. Jej kariera zawodowa rozpoczęła się jednak w Credit Suisse. Obecnie Ticky uznawana jest za jednego z najlepszych dziennikarzy biznesowych w Australii, a jej nazwisko przyciąga do programu najważniejsze postaci ze świata biznesu i polityki. Podczas godzinnego programu analizują oni wraz z Ticky dwuminutowe wieczorne aktualności ze świata finansów oraz zjawiska na styku biznesu i polityki.

Ticky, witaj w podcaście z serii Artyści Rynków.

Ticky Fullerton: Dziękuję, Michael!

Michael McCarthy: Jak zostałam dziennikarką specjalizującą się w finansach? Zaczynałam przecież w dziale bankowości inwestycyjnej Credit Suisse?

Ticky Fullerton: Tak było. To był naprawdę duży przeskok. Działo się to w czasach... Och, to było już tak dawno temu! Był początek lat 90., kiedy telewizja ABC szukała w Australii dziennikarzy specjalizujących się w zagadnieniach finansowych. W tych czasach w kraju nie brakowało dziennikarzy czy dziennikarzy śledczych. Ale z jakiegoś powodu trudno było znaleźć dziennikarzy biznesowych, być może z uwagi na wymaganą znajomość bardzo specyficznego żargonu branżowego. A ja oczywiście znałam się na telewizji o tyle, że potrafiłam włączyć i wyłączyć telewizor. Pracowałam wtedy w bankowości. Tak naprawdę znalazłam się w telewizji dzięki moim kontaktom w programie Four Corners. Zaczęłam tam pracować jako analityk biznesowy na potrzeby dłuższych form dziennikarstwa śledczego. Współpracowałam z Paulem Barrym, który akurat w tym czasie tropił wielką aferę z

udziałem skorumpowanego biznesmena Alana Bonda, pracowałam też z Elliottem. To była fantastyczna praca.

Michael McCarthy: Niesamowita okazja, aby zgłębić tajniki branży telewizyjnej!

Ticky Fullerton: Zdecydowanie tak.

Michael McCarthy: Teraz prowadzisz swój własny program w Sky News zatytułowany po prostu „Ticky”, który jest nadawany codziennie przez godzinę. W pewnym sensie jest to dla ciebie powrót do długiej formy dziennikarskiej. Dlaczego uważasz, że taki format jest potrzebny w telewizji biznesowej?

Ticky Fullerton: Jeśli bierzemy pod uwagę czas trwania programu, czyli całą godzinę każdego wieczoru, to faktycznie jest to „długa forma”. Ale nie jest to długa forma dziennikarska według właściwej definicji tego terminu. To jest program informacyjny. W założeniu ma to być flagowy program informacyjny telewizji Sky, która rozpoczęła jego nadawanie w tym roku, ponieważ właśnie takiej pozycji im brakowało. Ma to być program, dla którego widzowie specjalnie zasiadają przed telewizorem. Poza wiadomościami ze świata biznesu zawsze staramy się przedstawić jakiś gorący temat lub materiały autorskie. „Ticky” reklamowany jest jako program „na styku biznesu i polityki”, co mnie osobiście bardzo odpowiada, bo daje mi dużą swobodę w doborze tematów. Centralnym tematem jest zawsze jakieś ważne wydarzenie dnia w biznesie lub polityce, i wokół niego budujemy cały program.

Michael McCarthy: Czyli według ciebie polityki i biznesu nie oddziela już żadna granica. Czy możesz wyjaśnić, co masz na myśli?

Ticky Fullerton: Cóż, czy te dwie sfery nie zazębiają się ze sobą? Wystarczy przyjrzeć się ostatnim kryzysom na rynku australijskim, których powodem był rozwój wydarzeń w sektorze energetyki. Nasza gospodarka w znacznym stopniu zależy obecnie od strategii obranych przez polityków. Przykładem niech będą bodźce do inwestycji w infrastrukturę, które odgrywają dziś dużą rolę w gospodarce. Sądzę, że wielu liderów biznesu w Australii jest, chcąc nie chcąc, wciąganych w polityczne rozgrywki. Niektórzy są wręcz pionkami w rękach polityków. Uważam jednak, że to nieuniknione, częściowo dlatego, że opinia publiczna ma znacznie większą świadomość tego, co dzieje się w kręgach biznesowych. Weźmy na przykład sektor bankowy, gwałtowną reakcję społeczną, jaką wywołały działania banków oraz ich obecne próby odzyskania utraconej pozycji. Mówiąc zupełnie szczerze – uważam, że ostatnio politycy traktują banki jak chłopców do bicia. Miało to na początku swoje uzasadnienie, ale moim zdaniem zaszło trochę za daleko.

Michael McCarthy: Raoul Pal, jeden z naszych wcześniejszych gości, stwierdził, że informacje finansowe mogą się przerodzić w płytką rozrywkę. Czy to według ciebie w porządku?

Ticky Fullerton: Sądzę, że to zależy od programu. Nie użyłabym tu słowa „płytki”. Moim zdaniem aby przyciągnąć poważną widownię, szerszą widownię i ludzi myślących, nie zaszkodzi dorzucenie jakiegoś elementu rozrywkowego. Program musi być ciekawy. Jeśli jest zbyt poważny i suchy, przyciągnie tylko ludzi z branży lub jajogłowych maniaków.

Michael McCarthy: Rynkowych nudziarzy.

Ticky Fullerton: Tak, rynkowych nudziarzy. A my nie chcemy zawężać grupy naszych odbiorców. Dlatego właśnie tak bardzo podobają mi się kontrarianie, którzy zawsze idą

pod prąd. Ludzie tacy jak Amerykanin Jim Rickards, którego obserwuje masa fanów na Twitterze. Jest szalenie zabawny, a jednocześnie to wielce szanowany biznesmen. I przy tym kontrarianin, zawsze w opozycji. Jeśli o mnie chodzi, podoba mi się konwencja kontrastu. Bierzymy na tapetę coś bardzo poważnego, stricte technicznego, a potem dla przeciwwagi czas na tematy lżejszego kalibru. Nie sądzę, aby mój program miał charakter czysto rozrywkowy. Dobrze jednak, aby był atrakcyjny. Mówię tu o energii w głosie prowadzącego, o zapraszanych gościach. Mówię o ludziach takich jak ty, Michael!

Michael McCarthy: Nie zasługuję aż na taki komplement! Ale dziękuję, Ticky.

Ticky Fullerton: Naprawdę, Michael, ożywiłeś mój piątkowy program!

Michael McCarthy: Dzięki wielkie! Ticky, twój program jest na antenie od niedawna, lecz lista twoich gości wygląda imponująco. Od ministra skarbu i finansów, a także ministrów z gabinetu cieni, po grube ryby biznesu nie tylko z Australii, ale i z całego świata. Jak to jest – poruszać się w tym świecie?

Ticky Fullerton: Uwielbiam to! Jestem zachwycona, że wystartowaliśmy z programem w tym roku, a na liście zaproszonych gości codziennie widnieją nazwiska zarówno czołowych polityków, jak i szefów największych firm w Australii, a nawet na świecie. Staramy się, aby co wieczór pojawił się choćby jeden gość z takiej „górnej półki”. Cieszę się niezmiernie, że po dziewięciu miesiącach emisji programu nadal nam się to udaje. A przecież to program nadawany w kanale biznesowym, a nie w głównym kanale informacyjnym. Myślę, że nasi goście przyjmują zaproszenie, bo mają świadomość, kto będzie ich oglądał. Choć nie możemy się pochwalić najwyższą oglądalnością, wśród naszych widzów są osoby bardzo ważne i wpływowe. Nasz program stał się swoistym punktem odniesienia i to jest świetna sprawa. Szalenie więc cieszę się, że mam już swoje lata i moja kariera rozwijała się równolegle do kariery wielu z moich gości. Czuję też ogromny szacunek dla wielu liderów biznesu.

Myślę, że sytuacja w biznesie jest obecnie bardzo trudna. Wspominałam o tym wcześniej, że duże firmy znajdują się na celowniku zarówno rządu, jak i opozycji, odgrywając rolę chłopców do bicia – czy chodzi o podatek bankowy, uderzenie w sektor energetyczny, czy choćby supermarkety. Abstrahując od tej sytuacji, musimy pamiętać o ludziach, którzy zbudowali ten kraj.

Weźmy na przykład jednego z moich rozmówców, Jamesa Fazzino z firmy Incitec Pivot, której szefował przez ostatnie 14 lat, a teraz ustępuje ze stanowiska. W tym czasie wycena rynkowa Incitec Pivot urosła z około 400 milionów do 8 miliardów, a firma została gruntownie przebudowana. Obecnie ma zasięg globalny. Świetnie się z Jamesem rozmawiało na przykład o przyczynach, dla których zainwestował miliard dolarów w Luizjanie, a nie w lokalny oddział firmy. Oczywiście jest to też historia o gazie ziemnym. Lubię rozmawiać z ludźmi tego rodzaju, bo mają do opowiedzenia wiele ciekawych historii, a wielu z nich jest solą tej ziemi. Jest to dla mnie wielki zaszczyt.

Michael McCarthy: Pociągnijmy jeszcze trochę ten temat, Ticky. Kim są twoi widzowie?

Ticky Fullerton: Poza szefami wielkich firm, spośród których rekrutują się również goście programu, naszymi widzami są głównie ludzie biznesu i finansiści. Można też powiedzieć, że nasi widzowie to ludzie faktycznie zainteresowani otaczającym ich światem, którzy szukają codziennego programu informacyjnego. Nasz program emitowany jest o 18:00 i ponownie o 21:30, serwując sporą dawkę informacji ze świata biznesu i polityki. Sądzę więc, że wśród naszych widzów są przedstawiciele biznesu, ale również szeroko rozumianego świata finansów. A dodatkowo wiele osób spoza tych środowisk, które po prostu w coraz większym stopniu interesują się biznesem.

Michael McCarthy: Ticky, czy możesz nam opowiedzieć, co dzieje się za kulisami twojego programu, kiedy na świecie wydarzy się coś niezwykłego? Od czego się zaczyna?

Ticky Fullerton: Najpierw otrzymujemy informację o tym wydarzeniu.

Michael McCarthy: Ale w jakiej formie? Donoszą wam o nim informatorzy? Ktoś do was dzwoni?

Ticky Fullerton: Taka wiadomość może przyjść z każdego źródła. Może to być informacja podana do wiadomości publicznej, która pojawia się równocześnie we wszystkich serwisach. Następnie wszyscy zastanawiają się, jak dodatkowo ją naświetlić. Jesteśmy częścią kanału informacyjnego, więc newsy bez przerwy pojawiają się na pasku aktualności. Zwykle gdy zjawiam się w pracy, widzę mnóstwo czerwonych pasków na ekranie! Tak to właśnie wygląda, wiadomości dnia wręcz nas atakują. Ale tak naprawdę najbardziej ekscytujące i najważniejsze są dla nas te wiadomości, które sami tworzymy. Czasem zdarza się, że ich źródłem jest mój rozmówca w programie.

W tym roku był to na przykład John Mullen, jeden z szefów firmy Telstra. Wywiad odbył się na długo przed dniem ogłoszenia wyników finansowych firmy, może nawet na miesiąc przed ich publikacją. Zapytałam go o dywidendę. Odpowiedział, że jako członek zarządu nie może zdradzać polityki wypłaty dywidendy w firmie. Gdyby to zrobił, wywieźliby go na taczkach. Ale w tym wywiadzie wypowiedział się kilka razy na temat Amazon, potencjalnie ważnego konkurenta Telstry w przyszłości... która to firma zresztą sama w sobie jest szalenie interesująca. Mullen wspomniał, że Amazon w ogóle nie wypłacała dywidendy akcjonariuszom, przyjmując model wzrostu. Powiedział, że jeśli Telstra zamierza konkurować z Amazonem, to musi konkurować z tego typu modelem. Dla mnie była to dość wyraźna wskazówka. No i faktycznie później okazało się, że akcjonariusze Telstry otrzymali znacznie niższą dywidendę, co było dla nich sporym szokiem. Ale to właśnie my podaliśmy tę wiadomość po raz pierwszy, choć niejako między słowami. Naszym zadaniem jest odczytywać takie zawoalowane informacje. Oczywiście zdarza się też, że podajemy w naszym programie po raz pierwszy jakieś wielkie newsy – zdarzyło nam się to już kilkakrotnie w tym roku. Jestem bardzo dumna z naszego reportera, Leo Shanahana. To on jako pierwszy podał do publicznej wiadomości news na temat budżetu i podatku bankowego, a niedawno opublikował wewnętrzny raport Commonwealth Bank na temat luk w systemie kontroli ryzyka transakcji klientów instytucjonalnych. W obu przypadkach nie mam pojęcia, jak dotarł do tych informacji – to były jego źródła, nie moje. Właśnie po to zatrudniłam go na początku roku – aby zdobywał tego typu historie. I faktycznie spełnił pokładane w nim nadzieje.

Michael McCarthy: Zdecydowanie tak. Nawiasem mówiąc, mnie też nie chciał zdradzić swoich źródeł, Ticky! Opowiedz nam, jak to jest. Idziesz do pracy. Wiesz, że masz dostęp do ważnej informacji, która jeszcze nie ujrzała światła dziennego. Jakie to uczucie?

Ticky Fullerton: Fantastyczne! Nasz program ma specyficzną strukturę. Jestem zarówno jego główną prowadzącą, jak i producentem wykonawczym. To działa trochę jak obosieczny miecz. Na początku programu mam minutę czy dwie, żeby wprowadzić widzów w tematykę odcinka, przygotować grunt. To oznacza, że codziennie muszę sformułować opinię na jakiś temat, która być może nie wszystkim się spodoba. Ale tyle się wokół dzieje, że taki wstęp jest bardzo istotny. Jeśli mamy jakiś wielki news do zakomunikowania, od razu do niego przechodzę. Upewniam się, że widzowie rozumieją, jaka jest waga tej informacji.

Często zdarza się tak, że siadam przy biurku razem z reporterem i wstęp przybiera formę rozmowy między nami. Chyba zgodzisz się ze mną, że rozmawiając na temat rynków

można podać więcej informacji niż w przygotowanym tylko przeze mnie samą materiale. No i te informacje muszą być merytorycznie poprawne. A kiedy prowadzę rozmowę na przykład z tobą, pojawiają jakieś podteksty, komentarze na boku, to wszystko co składa się na element rozrywki.

Michael McCarthy: To bardzo emocjonujący zawód. Działacie pod dużą presją. Widzę wiele podobieństw pomiędzy twoją pracą a zawodem tradera.

Ticky Fullerton: Cóż, nigdy nie byłam traderem. Zajmowałam się za to doradztwem korporacyjnym w zakresie rynków kapitałowych. Sądzę, że presja jest jednocześnie podobna i zupełnie różna. Jako trader czekasz na rozwój wydarzeń na rynku. Czekasz i opracowujesz plan działania. A sytuacja na rynkach może się zmieniać błyskawicznie. Jeśli zaś chodzi o produkcję codziennego godzinnego programu informacyjnego, to presja jest niejako ciągła. Musimy przecież codziennie wypełnić go treściami, które naprawdę coś znaczą i są istotne dla odbiorców. Działamy według modelu Sky, czyli bardzo efektywnie. Musimy przygotować odpowiednio długą kolejkę tematów na przyszłość, ale jednocześnie zostawiamy sobie margines swobody, aby przy godzinnym programie w razie potrzeby wprowadzać jakieś zmiany.

Prawda jest taka, że nigdy w życiu tak ciężko nie pracowałam, nawet pod koniec lat 80. w dziale bankowości inwestycyjnej CSFB, gdzie pracowało się naprawdę do późna. Myślę, że moje zmęczenie to wypadkowa długich godzin pracy i jej intensywności. Ale jest naprawdę wspaniale. Pracuję otoczona dziennikarzami z „The Australian” na Holt Street. A to są naprawdę twardzi zawodnicy i fantastyczne środowisko pracy.

Michael McCarthy: I bynajmniej nie wyglądasz na nieszczęśliwą z tego powodu, Ticky. Czy to cię napędza?

Ticky Fullerton: Tak, bo nie może być inaczej. W przeciwnym razie wypadłabym z gry.

Michael McCarthy: To prawda. W pewnym stopniu twoja praca to zajęcie podwyższonego ryzyka. Jeśli wiadomość dnia faktycznie okaże się bombą, to musi być fantastyczne uczucie. Ale istnieje duże ryzyko, że podana przez was sensacyjna historia może okazać się niewypałem.

Ticky Fullerton: Oczywiście. Muszę odpukać w niemalowane, ale na szczęście do tej pory nie przytrafiła mi się żadna poważna wpadka. Jako producent wykonawczy programu ponoszę odpowiedzialność za treści w nim prezentowane. Jeśli przedstawiam własną opinię, a Sky nam na to pozwala w przeciwieństwie do ABC, gdzie poprzednio pracowałam, muszę mieć solidne argumenty na jej poparcie. Nic tak nie złości widzów, jak wygłaszanie opinii, które nie mają oparcia w faktach. Podchodzimy więc do tego bardzo poważnie.

Jedną zalet dziennikarstwa biznesowego jest to, że musi się ono opierać na solidnych podstawach. Myślę, że właśnie to stanowi główne wyzwanie dla dziennikarza biznesowego, w odróżnieniu od dziennikarza w ogóle. Tak naprawdę nie ma między nimi wielkiej różnicy. Jednak w przypadku dziennikarstwa biznesowego mamy do przerobienia dużą ilość materiałów. Moglibyśmy przykładowo bez końca dyskutować o małżeństwach osób tej samej płci, ale jeśli chodzi o twarde dane liczbowe, statystyki, fakty i dowody, to nie potrzeba ich zbyt wiele, aby wyrobić sobie na ten temat opinię. Tymczasem dziennikarz biznesowy musi się trochę napracować.

Michael McCarthy: Dla tradera wpływ wiadomości na rynek jest jak zagadka, którą musi rozwiązać. Czasem widzimy, że coś wydarzyło się w weekend i myślimy, że wywoła to

burzę na rynkach, a w rzeczywistości wywołuje zaledwie niewielką falę. Z drugiej strony najbardziej, wydawałoby się, nieistotne wydarzenie powoduje niekiedy prawdziwe trzęsienie ziemi na rynkach.

Ticky Fullerton: Co robisz, Michael? To jest moje pytanie do ciebie!

Michael McCarthy: Odbijam piłeczkę, Ticky.

Ticky Fullerton: Często byłam wstrząśnięta reakcją rynku na podwyższone ryzyko geopolityczne – a właściwie jej brakiem. I odwrotnie – jakieś niewielkie wydarzenie na rynku nieruchomości gdzieś na świecie może wywołać powszechne wrzenie. Nie sposób zrozumieć, dlaczego rynek raz reaguje na jakieś wydarzenie, a w innej sytuacji nie. Szczególnie ostatnio dużo się słyszy o skokach kursów akcji w dniu publikacji wyników, a potem sytuacja uspokaja się. I jeśli spojrzymy na wykresy, zobaczymy na środku wyraźny zygzak, a potem notowania wracają do stanu sprzed ogłoszenia wyników. Sądzę więc, że sytuacja ulega zmianie, czy to z powodu działań traderów zajmujących pozycje krótkie czy dominujących rodzajów transakcji. Naprawdę trudno stwierdzić.

Michael McCarthy: Uprzedziłaś moje kolejne pytanie. Jak to jest być w centrum przepływu informacji? Czy dzięki temu można lepiej zrozumieć wpływ konkretnych czynników na rynek?

Ticky Fullerton: Tak, oczywiście, dzięki gościom zapraszonym do programu, moim rozmówcom. To kolejna złota zasada dziennikarstwa biznesowego, a tak naprawdę dziennikarstwa w ogóle – jeśli się na czymś nie znasz, jeśli czegoś nie wiesz, znajdź kogoś mądrzejszego od siebie. Osobę, która pomoże ci to zrozumieć. Zatem trzeba nie tylko być w centrum przepływu informacji, ale trzeba też rozmawiać z ludźmi, którzy wiedzą, o czym mówią.

Michael McCarthy: Ale nie kusi cię na razie, żeby otworzyć rachunek transakcyjny i zostać traderem?

Ticky Fullerton: Jak wspomniałam wcześniej, to chyba pokłosie pracy w ABC 20 lat temu, kiedy nie wolno nam było zawierać transakcji na własny rachunek. Chyba jeszcze nie jestem na to gotowa. Ale na pewno na rynku jest teraz wiele możliwości, działa wiele wspaniałych firm i wspaniałych ludzi, zarówno po stronie startupów, jak i wielkich korporacji. Moim zdaniem w wielu firmach odbywa się obecnie rewolucja w obszarze zarządzania kapitałem, co powinno przyciągnąć uwagę inwestorów.

Michael McCarthy: Ticky, który dzień w twojej karierze dziennikarskiej utkwił ci najbardziej w pamięci?

Ticky Fullerton: Och, to trudne pytanie. Codziennie pracujemy nad nowym programem, więc z czasem wszystko mi się miesza. Jest takie trafne powiedzenie – jesteś tak dobry, jak twój ostatni materiał. I tak faktycznie jest. Myślę, że w tym roku bardzo ekscytująca była praca nad materiałem o podatku bankowym, którą wspólnie w Leo wykonaliśmy. Jeśli zaś chodzi o wielkie kryzysy na rynku, przygotowywałam reportaże o dwóch z nich: jeden w latach 80., gdy pracowałam w CSFB, a drugi już w nowym tysiącleciu, gdy byłam dziennikarką w ABC. Szczerze mówiąc, wszystko to pamiętam jak przez mgłę. Ty uważnie obserwowałaś rynki, więc to nie był news dla ciebie. Tak jak wszyscy zainteresowani, pomyślałaś zapewne wtedy „A niech to!”, nie chcąc nadawać temu rozgłosu. Ale ja, w przeciwieństwie do ludzi działających na rynku, nie byłam zaangażowana finansowo.

Byłam tylko komentatorem wydarzeń. Co jeszcze pamiętam... Na pewno reportaże śledcze Four Corners. Jeden na temat kontraktu Multiplex, który skutkował nałożeniem na tę firmę wielomilionowej kary, a drugi na temat Westpoint. Zrobiliśmy w tym czasie kilka dobrych reportaży śledczych, byłam z nich naprawdę dumna.

Michael McCarthy: Czyli dziennikarstwo może zmieniać rynki na lepsze?

Ticky Fullerton: Mam nadzieję, że tak jest! Gdyby tak nie było, moja praca byłaby funta kłaków warta!

Michael McCarthy: Podoba mi się twoje podejście, Ticky. Ale na pewno są w twojej branży ludzie, których intencje są mniej szlachetne. Zdarza się, że manipulują oni podawanymi informacjami z zamiarem dokonania manipulacji na rynku. Czy spotkałaś się z takimi przypadkami?

Ticky Fullerton: Tak, jasne. Wystarczy spojrzeć na zwykłe informacje prasowe publikowane przez firmy, żeby zobaczyć, jak to działa. Sądzę, że znowu wracamy do tematu rzetelnego dziennikarstwa. Nie zapominajmy też, że obecnie mamy na świecie do czynienia z zalewem opinii. Są tacy dziennikarze, którzy robią karierę na styku dziennikarstwa i biznesu. Uważam, że i na to jest miejsce, choć to nie moja bajka. Istnieją pewne siły na rynku... wspomniałam na przykład o inwestorach grających na zniżkę. Jest aktywizm akcjonariuszy. Istnieją też siły poza branżą dziennikarską, bliższe kręgom biznesowym, które wywierają na dziennikarzy presję. To bardzo interesujący nowy obszar wpływów.

Michael McCarthy: A jakie inne zmiany zaobserwowałaś w czasie swojej kariery, zarówno we własnej branży, jak i na rynkach?

Ticky Fullerton: Myślę, że najważniejsza zmiana dotyczy publicystyki. Teraz wszyscy mają opinię na każdy temat, prawda?

Michael McCarthy: Co najmniej jedną.

Ticky Fullerton: Rosnąca popularność publicystyki zahacza moim zdaniem o rozrywkę. Na pewno dla wielu osób słuchanie tego, co publicyści mają do powiedzenia, może być frustrujące. Ale weźmy na przykład publicystę zajmującego się polityką, nie biznesem – choć nie stroni on również od tematów gospodarczych. Mówię o Paulu Kellym z „The Australian”. To jest naprawdę ktoś. Ma teraz około siedemdziesiątki, a z jego opinią liczą się polityczni liderzy. To niezwykle wpływowy publicysta, formułujący fenomenalne opinie. Jeśli jednak chodzi o program taki jak mój, to oczywiście jest w nim miejsce na wypowiedzianie subiektywnych poglądów, ale równie ważne jest dotarcie do źródeł informacji na samej górze. To ważne, aby zaprosić odpowiednich ludzi do programu i pilnować, aby mówili na temat. W innym wypadku trzeba informacje zdobyć z pierwszej ręki.

Michael McCarthy: To jedna z mocnych stron twojego programu. Choć nosi on twoje imię, to nie prowadząca jest w centrum uwagi, ale temat, którym się zajmuje.

Ticky Fullerton: Mam taką nadzieję! Nazwanie programu moim imieniem to był pomysł Sky, a nie mój. Chyba pozostaje mi teraz zmienić imię... Ale wracając do tego, co powiedziałeś – tak, to bardzo ważne. Czyż nie byłoby fantastycznie dowiedzieć się, o czym myśli teraz Catherine Livingstone, która stoi na czele Commonwealth Bank? Jaki jest jej

długoterminowy plan? Jakich ludzi szuka? Zobacz, jak ona szybko działa. Jak szybko działa zarząd banku. To właśnie tych prawdziwych, żywych historii szukam, to je pragnę odkryć najbardziej. Chodzi o to, aby jak najbardziej przybliżyć widza do źródła.

Michael McCarthy: Twoje reportaże dotyczą spraw, które mają wpływ na inwestorów, na oszczędności ich życia. To, co mówisz, może wpływać na rynek. Czy twoim zdaniem na dziennikarzach finansowych ciąży większa odpowiedzialność?

Ticky Fullerton: Tak uważam. Na dziennikarzach finansowych ciąży zdecydowanie większa odpowiedzialność. Nie powinniśmy się mylić. Pomyłki nam się oczywiście zdarzają, co mnie bardzo złości. Zdarzają nam się błędy w przedstawianych danych. Nie sposób jednak tego uniknąć w przypadku programu, który tworzy się z dnia na dzień. W przypadku programów emitowanych co tydzień czy raz na miesiąc, gdzie sporo pracy wykonuje się po stronie produkcji, popełniane błędy są bardziej rażące. Jeśli zaś chodzi o programy codzienne, gdzie wszystko toczy się tak szybko, ogromną rolę odgrywa doświadczenie. Można zgromadzić zespół fantastycznych młodych ludzi, ale moim zdaniem doświadczenie to jeden z największych atutów w branży szybkich newsów. A jego nie można kupić za żadne pieniądze. Można je zdobyć tylko w akcji.

Młodym bystrym ludziom zaczynającym karierę w dziennikarstwie biznesowym, a także w biznesie czy na rynkach, dałabym jedną cenną radę: najważniejsza jest sieć kontaktów, jaką zbudujecie. Nieważne, czy zawierasz transakcje walutowe na parkiecie, czy ojciec twojej dziewczyny działa w biznesie, czy jesteś na przyjęciu i poznajesz jakiegoś dziwaka z branży rozrywkowej. To wszystko ma znaczenie. Dowiedz się wszystkiego, co możliwe na ich temat. Wymień się wizytówkami, namiarami na LinkedIn czy w mediach społecznościowych. To niewiarygodne, jaki świat jest mały, szczególnie w takim miejscu jak Australia, i jak cenne są kontakty. Często mówimy o tym, jak ważne są dane, jak ważne jest to, kto posiada dane, jakie jest znaczenie sztucznej inteligencji. Ale nie należy też zapominać o kontaktach między ludźmi, które dla dziennikarza są podwójnie ważne.

Popatrz na mnie. Mam 54 lata, pracowałam w bankowości, a teraz od wielu lat jestem dziennikarką. Buduję swoją sieć kontaktów od czasu studiów uniwersyteckich. Jestem szczęściarą, bo studiowałam na Oxfordzie z grupą stypendystów Rhodesa i wszyscy oni odnieśli wielki sukces. Śledzenie ich kariery było zresztą bardzo ciekawe. Moja kariera rozwijała się równolegle do kariery wielu ważnych ludzi biznesu. Można powiedzieć, że dorastaliśmy razem w sensie zawodowym, a 20 lat temu byliśmy w zupełnie innym punkcie. Dzięki doświadczeniu możemy umieścić zdarzenia w szerszym kontekście i możemy ten kontekst nakreślić naszym widzom, co w pewnym sensie stanowi również element rozrywki.

Michael McCarthy: Pozwól, że wrócę do czegoś, co powiedziałaś wcześniej... że masz już swoje lata. Otóż, Ticky – okazuje się, że jesteście w tym samym wieku!

Ticky Fullerton: Jesteśmy zatem młodzi!

Michael McCarthy: Pewnie, że jesteście młodzi! Wracając do tematu, Ticky... Dla tradera błędy to istotny element na drodze do sukcesu. Traderzy uczą się na swoich błędach. Czy to samo można powiedzieć o dziennikarzach?

Ticky Fullerton: Myślę, że to nieuniknione. Z punktu widzenia prezentera programu to niezwykle interesujący aspekt, bo to trochę jak z aktorstwem. Można otrzymać milion pozytywnych recenzji, a wśród nich jedną niepochlebną. Może to być rozmowa telefoniczna lub wiadomość e-mail. Widz twierdzi, że mój występ był straszny, że osiągnęłam dno, że straciłam wątek, że mijałam się z tematem. Dostaję taką wiadomość i

nie mogę przez nią spać w nocy. I w pewnym sensie tak być powinno. Jeśli chodzi o inne błędy, to mogę powiedzieć, że miałam do tej pory szczęście. Dziennikarz śledczy zajmujący się biznesem musi naprawdę ważyć słowa, bo inaczej może się to skończyć pozwem. To bardzo ważne. Wiele nauczyłam się pracując jako dziennikarka śledcza w Four Corners.

Michael McCarthy: Nie chodzi chyba tylko o to, aby w każdym zdaniu dorzucić słowo „domniemany” czy „rzekomo”?

Ticky Fullerton: Oczywiście, że nie. Jako dziennikarka śledcza nauczyłam się przede wszystkim tego, że przygotowując materiał ze świata biznesu należy działać naprawdę ostrożnie i pamiętać, że możemy się narazić na podjęcie przeciwko nam kroków prawnych. Ostatecznie przecież kładziemy na szali czyjąś reputację. Musimy pamiętać, że wokół jest pełno gorących głów. A z drugiej strony wiele okazji, aby ujawnić sprawy zamiatane pod dywan. Ale pięć lat pracy w Four Corners nauczyło mnie wiele. Wiem, jak przygotować solidny materiał, jak rzetelnie zbadać sprawę przed jej ujawnieniem. Jeżeli sprawa trafi potem do sądu lub na pracę dziennikarza wpłynie skarga, jej rozstrzygnięcie może zabrać wiele godzin, tygodni lub miesięcy – a ty przecież musisz zająć się kolejnym materiałem. Trzeba z tego wyciągnąć wnioski. Ja sama kilka razy zostałam pozwana, otrzymałam wtedy ogromne wsparcie od firm, dla których pracowałam. Ale jako dziennikarka śledcza muszę być na tyle pewna, na ile to możliwe, że racja jest po mojej stronie.

Michael McCarthy: W tracie swojej kariery byłaś reporterką w ogólnych programach informacyjnych, a następnie dziennikarką śledczą. Teraz zajmujesz się dziennikarstwem finansowym. Czym różni się ten zawód od innych, które wykonywałaś?

Ticky Fullerton: Tak naprawdę wcale nie chciałam zajmować się dziennikarstwem finansowym.

Michael McCarthy: Naprawdę?

Ticky Fullerton: O, tak. Starłam się od tego uciec jak najdalej. Wyjechałam do Canberry. Potem pracowałam przez kilka lat w Brisbane jako prezenterka ogólnokrajowego programu rolniczego w ABC. To był naprawdę ważny etap mojej pracy. Musimy pamiętać o szerszym kontekście, a przemysł wiejski i rolnictwo moim zdaniem będzie stanowić fundament... Wszyscy ciągle mówią, że to nadejdzie i chyba widzimy już początki tego procesu w przemyśle mleczarskim i rolnictwie. Wracając do tematu – faktycznie nie chciałam być dziennikarką finansową. Po części dlatego, że dziennikarstwo finansowe jeszcze 15 czy 20 lat temu było dość wąską dziedziną. Wracamy więc do tego, o czym rozmawialiśmy na początku. W obecnych czasach biznes i polityka są tak ściśle ze sobą splecione, że moim zdaniem biznes leży u podstaw wszystkiego, co się wokół nas dzieje.

Michael McCarthy: Rozmawialiśmy o tym, jak dziennikarstwo zmieniło się na przestrzeni lat. A jak zmienił się biznes? Jak na przestrzeni lat ewoluowały postawy w świecie biznesu?

Ticky Fullerton: Cóż, sam biznes uległ zmianie w sensie jego dostępności dla mediów. Na przykład gdybym 20 lat temu próbowała namówić analityka rynku, żeby opowiedział o tym, co dzieje się w jakimś banku lub w koncernie BHP Billiton, nie tylko nie miałby dla mnie czasu, ale na pewno nigdy w życiu nie zgodziłby się na rozmowę na ten temat na antenie, w telewizji. Teraz jest zupełnie inaczej. Z jakiegoś powodu ludzie stali się bardziej otwarci i przystępni. Gracze rynkowi również. Na pewno 20 lat temu nie mogłabym prowadzić

codziennego programu informacyjnego poświęconego tematyce biznesowej. Byłoby to absolutnie niemożliwe. Nie byłoby komentatorów gotowych przyjąć zaproszenie do programu. A jest to moim zdaniem bardzo ważne dla rynku, bo daje spojrzenie z innej perspektywy, prawda? Daje solidne podstawy do działania. Na pewno dzisiaj jest pod tym względem inaczej niż 20 lat temu.

Michael McCarthy: Co według ciebie jest w tej chwili najważniejszym wydarzeniem w świecie finansów?

Ticky Fullerton: Myślę, że zarządzanie kapitałem i zmiana w podejściu do zarządzania kapitałem. To bardzo ważna sprawa, nad którą pochylają się obecnie zarządy firm na całym świecie. Po drugie, krytyka wielkich korporacji. Nie chodzi mi tu o konkretne przykłady, chodzi ogólnie o modę na piętnowanie wielkiego biznesu.

Michael McCarthy: Cóż, rekiny biznesu to ostatnie czarne charaktery naszych czasów.

Ticky Fullerton: Pakiety wynagrodzeń i tego typu historie. Niektóre ujawnione skandale nadal zajmują uwagę mediów. Na pewno sektor bankowy nie potrzebuje kolejnego skandalu... prawda? Kolejna sprawa to kryzys energetyczny w Australii. Prezydent Trump też na pewno będzie często gościł w wiadomościach ze świata. Mój ukochany ojciec, który ma już 87 lat, obstawia, że Trump zwycięży w kolejnych wyborach i zdobędzie drugą kadencję. Jest pierwszą znaną mi osobą, która się tego spodziewa i jestem bardzo ciekawa, czy ma rację. Jesteśmy obecnie świadkami tylu ważnych spraw i wydarzeń. Nie pamiętam, żeby kiedykolwiek aż tyle działo się w biznesie, zarówno w skali globalnej, jak i na poziomie naszego krajowego kryzysu. Dla dziennikarza biznesowego to ciekawe czasy, muszę przyznać.

Michael McCarthy: Z pewnością. Dziennikarstwo finansowe może być jednak nudne. Świat wielkiego biznesu, mnóstwo danych liczbowych, niektóre pojęcia brzmiące jak wiedza tajemna. Jak sprawić, żeby te informacje były interesujące?

Ticky Fullerton: Po pierwsze, wiadomości zmieniają się z dnia na dzień. Tak, jak mówiłam wcześniej – świat wokół nas przyspieszył. Ale jeśli mam być szczerą, to od czasu do czasu lubię prowadzić takie bardzo techniczne wywiady, powiedzmy na temat krzywej rentowności.

Michael McCarthy: Czy inny fascynujący temat tego typu.

Ticky Fullerton: Tak! Rynki instrumentów dłużnych, fundusze inwestycyjne typu ETF, waluty. Chyba nie poświęcamy im w programie wystarczająco dużo czasu. Dla mnie problemem nie są bardzo techniczne tematy. Wręcz przeciwnie, to dla dziennikarza wyzwanie, aby je przedstawić w atrakcyjny dla widza sposób. Znacznie gorzej jest wtedy, gdy mój rozmówca w studiu jest nudny. Mozolnie się taki wywiad prowadzi, szczególnie jeśli jest to ważna osoba. Jeśli zaś chodzi o ludzi działających na rynkach, o traderów, to są oni bardzo blisko konkretnych trendów rynkowych. To daje im solidne podstawy. Tacy ludzie szybko myślą i budują własne sieci powiązań.

Sądzę, że jeśli ktoś radzi sobie na rynku, poradzi sobie w każdym innym zawodzie, także w dziennikarstwie. Byłoby wspaniale, gdybyśmy mieli w branży dziennikarskiej więcej takich ludzi. W ABC pracowałam z fantastycznym producentem. Nazywał się Peter Robinson i był miłośnikiem rynków. Śledził blogi graczy rynkowych, obserwował sytuację na rynkach globalnych, interesował go każdy towar i każdy instrument. Współpraca z kimś takim jest niezwykle cenna. Myślę, że pozyskanie ludzi, którzy na co dzień trzymają rękę na pulsie rynków, byłoby również szalenie cenne dla branży dziennikarskiej.

Michael McCarthy: Ticky Fullerton, dziękuję, że poświęciłaś nam swój czas i podzieliłaś się z nami swoją historią.

Ticky Fullerton: Dziękuję za rozmowę, Michael, a także za twój udział w moim piątkowym programie. Wspaniale się z tobą rozmawiało!

Michael McCarthy: Jeszcze raz dziękuję.

Naszym gościem była Ticky Fullerton. Artyści Rynków to autorska seria podcastów CMC Markets, globalnego lidera transakcji online. Aby być na bieżąco z nowymi odcinkami, zachęcamy do subskrypcji za pomocą aplikacji Apple Podcasts lub innych aplikacji, z których korzystacie, by słuchać ulubionych podcastów. Udostępniajcie nasze podcasty znajomym i zostawcie nam swoją opinię. Nazywam się Michael McCarthy, a to był szósty odcinek z serii Artyści Rynków.