

Зарубина Юлия Владимировна,
к.э.н., доцент ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: yulzar@mail.ru

Зарубина Александра Вадимовна,
обучающаяся группы ТТП-23-1,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: sanya.zarubina@mail.ru

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ И ДЕНЕЖНАЯ КУЛЬТУРА

Zarubina U.V., Zarubina A.V.

FINANCIAL LITERACY AND MONETARY CULTURE

Аннотация. В статье рассматриваются подходы к проблеме моделирования успешных курсов экономических дисциплин, формирующих не только финансово-грамотного, но и денежно-культурного индивида.

Ключевые слова: финансовая грамотность, денежная культура, монетарное поведение, поведенческая экономика, потребительский выбор, эвристика.

Abstract. The article discusses approaches to the problem of modeling successful courses in economic disciplines that form not only a financially literate, but also a monetary and cultural individual.

Keywords: financial literacy, money culture, monetary behavior, behavioral economics, consumer choice, heuristic.

Повсеместно вошедшие в учебные планы курсы финансовой грамотности, начиная от школьного факультатива в начальных классах и заканчивая модулями и дисциплинами в вузах, а также проекты, связанные с игровыми и тестовыми формами приобретения компетенций в области финансовой грамотности достаточно хорошо встроились в образовательный процесс и, вероятно, достигают неплохого результата – население получает знания и компетенции, позволяющие ориентироваться во все более усложняющихся с каждым годом финансовых аспектах окружающей нас действительности.

Можно также отметить, что знания и компетенции в области финансовой грамотности в современных образовательных программах успешно синтезируются со «стандартными» теоретическими экономическими знаниями. Хорошо, когда факультативы экономики в школе, курсы экономической теории, микро- и макроэкономики в вузе, как важные компоненты образовательных программ, наполнены не только сугубо фундаментальными знаниями и базовыми моделями, но и дают актуальные знания в области финансовой грамотности с учетом сложившейся национальной и региональной специфики, прививают практические навыки принятия финансово-грамотных решений. Курсы, наполненные таким материалом, решают еще одну важную задачу – сделать преподаваемые дисциплины интересными и практически значимыми.

Однако, при огромном внимании к проблеме повышения финансовой грамотности, незаслуженно, на наш взгляд, остается без внимания проблема

привития и развития так называемой денежной культуры. В данном исследовании мы уделяем внимание проблеме моделирования успешных курсов экономических дисциплин, формирующих не только финансово-грамотного, но и денежно-культурного индивида.

В соответствии с определением [1], денежная культура – это совокупность социальных установок, норм и ценностей, являющихся регулятором монетарного поведения личности в определенной системе социально-экономических отношений. Денежная культура подставляет собой часть общей культуры, которая в ее традиционном понимании – это все, что создано и создается человечеством в процессах материального и духовного производства. Денежная культура охватывает совокупность идеалов, преобладающих идей и ценностей в области монетарного поведения, традиций, образов мышления и чувствований, а также психологию народа, нормы, стереотипы и образцы поведения, принятые стандарты и правила, общепринятые способы деятельности в области накопления и распоряжения денежными средствами, способы решения возникающих проблем с нехваткой денег. Также это культура отношения к материальным ценностям, окружающим людей во всех сферах их жизнедеятельности. Культура концентрируется в человеке, в его индивидуальных способностях, творческих возможностях, умениях и их реализации, формируется она окружающей средой в процессах социализации вступающих в жизнь поколений, а также образованием и воспитанием [2]. Именно поэтому необходимо, на наш взгляд, расширить освещаемые курсами финансовой грамотности вопросы ведения семейного бюджета, ориентирования в мире новых финансовых инструментов и прочие, вопросами морально-этической направленности. Денежная культура как научное понятие и как современное явление действительности – это новое направление, которому, на наш взгляд, еще предстоит реализоваться в учебных курсах.

Заметим, что сама тема монетарного поведения была обозначена еще классиком социологии Т. Вебленом в труде «Теория праздного класса» в 1899г., в котором он затронул понятие денежной культуры для критики демонстративной праздности, показного, паразитического потребления господствующих классов. Демонстративное потребление как мотив потребительского поведения существовало с древнейших времен, существует оно и сейчас, приобретая свою специфику, во многом обусловленную влиянием средств массовой информации. Реализуя коммерческие цели бизнес с помощью средств массовой информации влияет на потребительское поведение использованием убеждений, ассоциативных рядов, стереотипизации и других методов. Не секрет, что потребительский выбор в современных условиях представляет собой очень сложную многоаспектную задачу, требующую привлечения значительного интеллектуального ресурса. Тот факт, что процесс принятия экономических решений не так прост и однозначен, очевиден и обучающимся. При обсуждении

собственно практики принятия жизненных решений студенты подтверждают, что решения зачастую принимаются ими интуитивно, без просчета возможных выгод и издержек совершаемого выбора. Кроме того, можно получить подтверждения того, что часто используются когнитивные эвристики (упрощения), допускаются систематические ошибки [3]. В рамках современной поведенческой экономики все многообразие потребительских мотивов и способов можно свести к трем типовым эвристикам:

1. Покупка самого дорогого в соответствии с принципом «цена – показатель качества».

2. Выбор того, что выбирают другие, т.е. «эффект присоединения к большинству».

3. Выбор того, что никто не покупает, так называемый «эффект сноба».

Таким образом, массово реализуется попытка обыграть сложность потребительского выбора на основе эвристик. Тема эвристик применительно к потребительскому поведению достаточно хорошо описана в рамках поведенческой экономики. По нашему мнению, эвристики в денежной культуре и монетарном поведении должны найти должное внимание и понимание, их наличие следует изучать и отражать во всех блоках курсов финансовой грамотности: подходы к управлению активами, инвестированию, распоряжению и управлению наследством, вложениям в криптовалюты. Таким образом, в реальной жизни средства массовой информации и эвристики формируют модели поведения как конкретного человека, так и общества в целом, определяют денежную культуру. Они могут создавать ложные потребности и ценности, например, все мы знакомы с демонстративным потреблением в области покупки новых смартфонов, массового потребления типовых «модных» услуг в области бьюти-индустрии и т.д. Дело в том, что первоначально информация надежно фиксируется в подсознании слушателей (зрителей), а затем начинает воздействовать на их сознание, а, следовательно, будет влиять на поведение людей через заложенные в него ценности. Большое количество и постоянное муссирование определенных стереотипов способствует программированию общества, принятию конкретной модели поведения или культуры. В зависимости от ценностей общество начинает перераспределять ресурсы. Уже само понимание подобных механизмов влияния, изученное в рамках курсов финансовой грамотности, может повысить осознанность при расходовании денег, сформировать денежную культуру.

Поскольку ценности играют важную роль в распределении ресурсов, то их «ревизия» видится нам рациональной, экономически целесообразной.

В доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную эпоху денежная культура часто меняется циклически, под влиянием ученых и общественных лидеров. Например, в период первоначального накопления капитала и домонополистической стадии развития в буржуазных экономиках деньги возводились в культ, а вот в СССР деньгам особенно «не повезло» в оценках об-

щественности. С изменениями в шкале потребностей у общества приобретают ценность одни блага и утрачивают другие. При изменении в мотивах распределения денежных средств меняется само отношение к денежным средствам. Обозначенная проблема формирования денежной культуры должна найти отражение при моделировании курсов экономических дисциплин начиная с уровня школы и продолжая уровнем высших учебных заведений – звеньев системы образования ответственных за формирование не только финансово-грамотного, но и денежно-культурного индивида. Таким образом, можно считать, что исследования в этом направлении остаются серьезным вызовом для экономистов и педагогических работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Абрамова, С. Б.** Деньги в социальном взаимодействии: опыт исследования актуальной денежной культуры: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Абрамова С. Б. Екатеринбург, 2002г. – 22 с. – Текст: непосредственный.

2. **Ольшевский, В. Г.** Денежная культура России: к реализму в науке, индивидуальном и общественном сознании / В. Г. Ольшевский – Текст: непосредственный //Национальная Ассоциация Ученых. – 2023. – № 86 (3). – С. 56–65.

3. **Зарубина, Ю. В.** Важность осознания ограниченной рациональности потребителя при формировании навыков финансовой культуры, обучающихся вуза / Ю. В. Зарубина, А. Н. Кузьмин – Текст: непосредственный // Современные технологии и научно-технический прогресс. – 2022. – № 9. – С.349-350.