

**Дудина Ольга Мухаметшевна**  
Финансовый университет при Правительстве РФ,  
Москва, Российская Федерация  
[dudinaom@yandex.ru](mailto:dudinaom@yandex.ru)

### **Монетарная культура молодых москвичек: факторы формирования и особенности**

**Аннотация.** В статье описываются результаты социологического исследования монетарной культуры гендерной общности. Предмет исследования: женская монетарная культура (на примере молодых москвичек). Цель работы – раскрыть особенности монетарной культуры молодых москвичек. Приоритетной задачей определено изучение ценностных аспектов монетарного сознания молодых москвичек. Сделан вывод о том, что монетарная культура молодых москвичек отличаются противоречивостью, сочетая в себе элементы традиционной, советской и рыночной монетарной культуры.

**Ключевые слова:** монетарная культура; денежная культура; женская монетарная культура; деньги как ценность; ценностный выбор

**Dudina Olga Muhametshvna**  
Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russian Federation  
[dudinaom@yandex.ru](mailto:dudinaom@yandex.ru)

### **Monetary culture of young muscovites: factors of formation and features**

**Abstract.** The article describes the results of sociological research of the monetary culture of gender community. Subject of research: women's monetary culture (on the example of young Muscovites). The purpose of the work is to reveal the features of the monetary culture of young Muscovites. The priority task is to study the value aspects of the monetary consciousness of young Muscovites. It is concluded that the monetary culture of young Muscovites is characterized by inconsistency, combining elements of traditional, Soviet and market monetary culture.

**Keywords:** monetary culture pecuniary culture; women's monetary culture; money as value; value choice

#### **Введение**

Актуальность изучения денежной культуры связана с трансформацией отношения населения к деньгам в постсоветский период и проблемами формирования монетарной культуры, отвечающей как потребностям личности, так и требованиям рыночной экономики. Малоизученной является монетарная культура гендерных общностей, в частности, женская монетарная культура.

В статье мы будем рассматривать личностную составляющую монетарной культуры, которую определим, как «...совокупность социальных установок, норм и

ценностей, являющихся регулятором монетарного поведения личности в определенной системе социально-экономических отношений» [Абрамова, 2002].

Монетарная культура развивается под воздействием объективных и субъективных факторов. Среди объективных можно выделить основную систему распределения, принятую в данном обществе (социалистическая/рыночная); систему ценностей данного общества, в том числе представления о ценностях успеха и способах его достижения; социокультурные особенности национального менталитета.

К субъективным факторам относятся:

- 1) семейные ценности и установки;
- 2) ценностные ориентации и установки личности;
- 3) уровень дохода;
- 4) уровень образования;
- 5) профессионально-статусные позиции;
- 6) религиозная принадлежность;
- 7) непосредственный опыт участия в экономической деятельности (осуществление купли-продажи / собственные заработки / карманные деньги).

С целью выявления основных компонентов женской монетарной культуры в контексте «новой экономической реальности», сущностной чертой которой является кризис, нами было проведено инициативное социологическое исследование.

Использовались методы раздаточного анкетирования и фокусированного интервью. Всего было опрошено 150 жителей Москвы, из них 82 женщины и 68 мужчин. Это молодые мужчины (45,3 %) и женщины (54,7 %), в возрасте 15–30 лет по преимуществу, отличающиеся высоким уровнем образования (высшее и неполное высшее).

Они различаются по статусу: предприниматели (2,6 %); руководители (1,3 %); работающие (46,7 %); учащиеся/студенты (40,7 %); пенсионеры (4,7 %) и неработающие (4 %). Среди женщин в основном это студентки (46,3 %) и работницы (42,7 %). Основным источником доходов является заработная плата (56 %); родительская помощь (31,3 %), и социальные выплаты (стипендии, пенсия и пр. выплаты от государства) – 12,7 %. По уровню удовлетворения базовых потребностей среди опрошенных преобладают состоятельные люди.

Так, сумма вариантов ответов «Для нас приобретение товаров длительного пользования не проблема, а вот действительно дорогие вещи – машина, квартира, дача – сложны для приобретения» и «Мы в настоящий момент можем себе позволить приобрести все, что захочется», свидетельствующих о высоком уровне жизни, составляет практически 2/3 (65,3 %) по выборке и 100 % – среди женщин.

#### ***Монетарное сознание молодых москвичек: ценностные аспекты***

***Деньги как ценность.*** В какой мере москвички сосредоточены на деньгах как на главной ценности, обладание которыми – это само счастье в жизни? Большинство женщин, более чем 2/3, считают, что «деньги – не главное в жизни». Причем среди

женщин так думает на 20 % больше опрошенных, чем среди мужчин (71 % по сравнению с 51,5 %). Это свидетельствует о том, что среди женщин большинство относится к деньгам, как к инструментальной, а не терминальной ценности. Иными словами, деньги представляют для них средство для достижения счастливой, благополучной жизни, а не само «счастье».

Среди женщин реже встречается терминальная ценность денег: лишь примерно каждая пятая считает, что «деньги – это главное в жизни». А среди мужчин так думает почти каждый третий (29,4 %). Таким образом, для этих людей обладание деньгами представляется **самим счастьем**, а не условием для достижения счастья.

Но почти 2/3 опрошенных (64,7 %) все же заявили, что в их жизни деньги играют достаточно большую роль. Во-первых, такой результат говорит об изменениях в системе ценностей москвичей «по западному типу». А во-вторых, о внешних факторах таких изменений: в условиях кризиса люди не уверены в своих заработках и сбережениях, поэтому деньги выступают не объектом поклонения, а причиной тревоги за свое будущее.

Исследования российских социологов показывают место ценности денег среди других ценностных ориентаций российской молодежи. Так, петербургские социологи отмечают: «среди жизненных ценностей на первом месте остается семья. Несмотря на все неурядицы современной брачно-семейной жизни, возрастание количества официально незарегистрированных браков, семья остается российской мечтой. На 2 месте, по-прежнему, ценность здоровья. На 3 месте (хотя как ни странно, уже не у большинства) – друзья. Далее, следуют три близкие по значимости ценности: интересная работа, деньги и справедливость» (опросы 2013–2017 гг., около 20 тыс. опрошенных) [Семенов, 2017].

Как видим, и по российскому, и по нашему исследованию можно сделать вывод о том, что для российской молодежи деньги – не главная ценность в жизни, но играют в ней большую роль.

Роль денег продемонстрирована опрошенными в ответах на вопрос об их значении для социального статуса. Большинство женщин (63,4 %) убеждены, что «деньги являются гарантом социального статуса», но мужчины верят в это несколько сильнее (69,1 %). По-видимому, женщины считают, что важны все же и другие составляющие статуса.

*Ценность источника получения денег.* С точки зрения социального качества монетарной культуры важным является отношение людей к источнику получения денег. Одно дело – заработать их трудом, другое дело – получить, например, как комиссионные в сомнительные рода сделках. Делают ли москвички ценностный выбор, говоря об источниках получения денег? К сожалению, довольно заметная часть, 38 % из них, не считают необходимым задумываться об этом. Они дали ответы, что «*деньги не пахнут*» и «*в условиях кризиса задумываться об источнике денег не стоит*». Есть

такие опрошенные и среди мужчин, и их значительно больше по сравнению с женщинами (46 %).

Итак, источник заработка не подвергается ценностной оценке: как для части опрошенных москвичек, так и для москвичей он может быть любым видом деятельности, в том числе, как можно предположить, сомнительным с точки зрения нравственности или даже закона.

Причем, и само понятие «заработанные деньги» уже не так прочно связано с трудом: опрошенные ассоциируют их *«с любым видом деятельности, которая может принести денежный доход»*. Более того, так думают половина женщин и 56 % мужчин.

Это означает, что опрошенные нами респонденты уже не выбирают ценность «честный способ заработка, получения денег» при оценке источника получаемых денег. На наш взгляд, это асоциальная составляющая монетарной культуры молодых москвичей.

*Ценность денег как вознаграждения за труд.* Значимость денег проявляется и в том, что в условиях кризиса привлекательность денег в качестве вознаграждения за проделанную работу стала основным мотивационным фактором трудовой деятельности и для мужчин, и для женщин. Нематериальной формой вознаграждения практически никто не интересуется (как женщины, так и мужчины, практически в одинаковой степени).

В то же время нельзя сказать, что ценность труда и заработанных денег трудом исчезла из сознания молодых женщин. Интересно отметить, что, почти половина москвичек (49 %) предпочли бы интересную, но менее оплачиваемую творческую работу неинтересной, однообразной, но высокооплачиваемой. Среди мужчин так думают только 28 %, они в большинстве своем согласились бы на неинтересную, но высокооплачиваемую работу (68 %).

Молодые женщины, участницы фокус-группы отметили: *«А я бы предпочла интересную работу, потому что когда тебе интересно, чем ты занимаешься, то ты и заработать в конечном итоге неплохо на этом сможешь... Человек же должен развиваться»*.

Таким образом, можно отметить то, что среди москвичек есть заметная группа тех, кто стремится найти свое призвание, ту профессию, которая сможет приносить им творческую самореализацию, а не только денежный доход.

*Финансовые роли и семья.* Коснулись ли изменения сферы семейных финансовых ролей? Обычно в нашем обществе принято и в семейной реальности складывается так, что муж является «кормильцем», он обеспечивает главный источник доходов семьи. Но рыночные отношения позволили и части женщин получить высокооплачиваемую работу либо стать успешными «бизнес-леди», хотя социальная мобильность женщин в СССР, отметим, была выше. Это привело к новым финансовым ролям женщин в семье, когда жена становится «главным кормильцем». Исследователи выделяют три основные модели денежного менеджмента в семье: приоритетно

мужская; приоритетно женская; эгалитарная. При этом используемая в семьях модель денежного менеджмента напрямую зависит от количества денег у одного из партнеров [Валуйскова, 2012].

Как это воспринимается молодыми женщинами? Отметим, что 3/4 женщин (76,8 %) придерживаются более традиционных взглядов, полагая, что муж все-таки должен зарабатывать больше, то есть приоритетно мужской модели денежного менеджмента. И лишь примерно каждая пятая считает, что «жена может зарабатывать столько же, или больше, чем муж». Поразительно, что молодые мужчины начинают привыкать к «финансовому неравенству» в пользу жены, и заметно меньше придерживаются взглядов о мужской роли «главного кормильца». Причем каждый третий (35,3 %) полагает, что жена может зарабатывать наравне или даже больше мужчины.

Для 35 % опрошенных москвичек при заключении брака имеет значение финансовое положение супруга (среди мужчин так ответили в 2 раза меньше – 16 %).

Как видим, здесь доминируют ценности традиционного сознания в сфере денежных отношений в семье. Таких же взглядов придерживаются и участники фокус-группы, среди которых было больше девушек.

### **Выводы**

Денежная культура москвичек отличается противоречивостью и мозаичностью. Ценность денег не является для них приоритетной, хотя играет в их жизни большую роль, выступает гарантом социального статуса. В денежную культуру включаются ценности рыночного общества: стремление к материальному обогащению, порой за счет игнорирования нравственности или безнравственности деятельности, выступающей источником дохода.

В то же время сохраняются ценности трудовой деятельности, выступающей средством для развития личности. Несмотря на рост возможностей для социальной мобильности молодых женщин, среди них распространены представления о традиционном разделении финансовых ролей в семье.

Таким образом, можно отметить как некоторые изменения роли денег в сознании москвичек, так и приверженность традиционным ценностям в представлении о деньгах.

### **Библиографический список**

*Абрамова С. Б.* Деньги в социальном взаимодействии: опыт исследования актуальной денежной культуры. Автореферат дисс...канд. соц. наук. Екатеринбург, 2002.

*Абрамова С. Б.* Деньги как социальная ценность: поколенческий срез проблемы // Социологические исследования. – Москва, 2000. № 7. С. 37–41.

Деньги в жизни россиян [Электронный ресурс] // ФОМ: [веб-сайт]. 01.08.2002. URL: [http://bd.fom.ru/report/cat/job\\_and\\_leis/dd023028#tb023008](http://bd.fom.ru/report/cat/job_and_leis/dd023028#tb023008).

*Валуйскова Е. Р.* Распределение социальных ролей и денежный менеджмент в современной нуклеарной семье. // Научная мысль Кавказа, 2012. № 4. С.165–167.

*Семенов В. Е.* Тенденции изменений в ценностях российской молодежи. Коллективная монография по материалам международной научной конференции 26–27 апреля 2017 г. Санкт-Петербург, Издательство: Любавич, 2017. Том. 2 (6). С. 59–70.

*Силласте Г. Г.* Экономическая социология. – М.: Альфа-М, Инфра-М, 2012–480 с.

Экономическая социология; учебное пособие: в 2 т. Том 2 под ред. В. И. Верховина. – 2 издание, дополненное и переработанное. – М: КДУ, 2009. 356 с.