

DOI 10.46320/2077-7639-2025-2-135-41-46

# Экономическая культура молодёжи в обществе потребления

Маяцкая О.Б., Ковров В.Ф., Егамедиева А.Ж.

Актуальность исследования экономической культуры молодёжи исходит из того, что именно это поколение является основным драйвером потребительской активности, так как молодёжь не только воспроизводит существующие модели поведения, но и создаёт новые тренды потребления, влияющие на экономические процессы в масштабах общества. Объект исследования – экономика культуры. Предмет исследования – экономическая культура молодёжи. Целью данного исследования является выявление особенностей экономической культуры молодёжи в контексте общества потребления, а также определение её роли в формировании устойчивых моделей поведения потребления. В условиях информационной перегрузки и доступности кредитных инструментов молодые люди всё чаще сталкиваются с проблемами нерационального потребления, долговой зависимости и недостаточной финансовой грамотности, что ставит перед исследователями задачу анализа того, как формируется экономическая культура молодёжи, какие факторы на неё влияют и как можно способствовать её развитию в направлении осознанного и ответственного отношения к ресурсам.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Маяцкая О.Б., Ковров В.Ф., Егамедиева А.Ж. Экономическая культура молодёжи в обществе потребления // Дискуссия. – 2025. – Вып. 135. – С. 41–46.

ГОСТ 7.1-2003

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Экономика культуры, культура потребления, потребление, ценность потребления, практика потребления.

# Economic culture of youth in a consumer society

Kovrov V.F., Mayatskaya O.B., Egamedieva A.Zh.

The relevance of the study of the economic culture of youth comes from the fact that it is this generation that is the main driver of consumer activity, since young people not only reproduce the existing models of behaviour, but also create new trends of consumption that affect economic processes on the scale of society. The object of the study is the economy of culture. The subject of the study is the economic culture of youth. The purpose of this study is to identify the peculiarities of the economic culture of youth in the context of consumer society, as well as to determine its role in the formation of sustainable patterns of consumption behaviour. In conditions of information overload and availability of credit instruments, young people are increasingly faced with the problems of irrational consumption, debt dependence and insufficient financial literacy, which puts before researchers the task of analysing how the economic culture of young people is formed, what factors influence it and how to promote its development in the direction of conscious and responsible attitude to resources.

#### FOR CITATION

Kovrov V.F., Mayatskaya O.B., Egamedieva A.Zh. Economic culture of youth in a consumer society. *Diskussiya [Discussion]*, 135, 41–46.

#### APA

#### KEYWORDS

*Economic culture, consumer culture, consumption, consumption value, consumption practice.*

## ВВЕДЕНИЕ

Современное общество характеризуется глубокой трансформацией экономических, социальных и культурных процессов, где доминирующую роль играет рыночная парадигма потребления. В условиях глобализации и цифровизации молодёжь становится одной из ключевых социальных групп, формирующих и воспроизводящих феномен общества потребления. Экономическая культура молодёжи, как важнейший аспект её социализации, представляет собой совокупность ценностей, установок, знаний и практик, связанных с управлением ресурсами, принятием финансовых решений и формированием потребительского поведения. В современных реалиях, когда маркетинговые технологии и цифровые платформы активно воздействуют на сознание

молодых людей, их экономическая культура приобретает особую значимость для понимания механизмов функционирования общества.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В современном мире, где общество потребления определяет правила поведения, экономическая культура молодёжи становится ключевым элементом её социализации и успешной адаптации к быстро меняющимся условиям информационного общества. Экономическая культура представляет собой совокупность знаний, ценностей, установок и практик, которые определяют поведение человека в экономической сфере, играя важную роль в формировании рационального подхода к управлению ресурсами, принятию финансовых решений и осознанному потреблению. Это актуально для молодёжи, кото-

рая сталкивается с множеством вызовов: от глобальных экономических процессов до влияния цифровых технологий и маркетинговых стратегий. «Экономическая культура современного человека, являющаяся частью общей культуры, продолжает развиваться и расширять сферу своего влияния, что обусловлено ростом мировой экономики. В современное время актуально рассмотрение нравственного аспекта экономической культуры» [1, с. 103]. То есть надо понимать важность не только практического владения экономическими знаниями, но и осознания их морально-этической составляющей, что напрямую касается молодёжи, которая формирует своё поведение в условиях общества потребления, где доминируют материальные ценности и стремление к удовлетворению импульсивных потребностей. Современные исследования показывают, что молодые люди часто сталкиваются с проблемами управления личными финансами, планирования бюджета и понимания долгосрочных последствий своих решений: «Владение экономической культурой актуально не только для тех, кто хочет в кризис сохранить или приумножить свои финансовые активы, но и для тех, кто просто потребляет товары и услуги с целью поддержания своей жизнедеятельности» [2, с. 72]. Для молодёжи, как одной из наиболее активных групп потребителей, этот аспект приобретает особое значение, так как молодые люди часто сталкиваются с проблемами управления личными финансами, планирования бюджета и понимания долгосрочных последствий своих решений, что связано с тем, что экономическая культура выступает не просто набором знаний, а сложным механизмом, посредством которого она опосредует связь между экономическим сознанием и экономическим мышлением: «Особенность экономической культуры заключается в механизме, посредством которого она опосредует связь между экономическим сознанием и экономическим мышлением» [3, с. 23]. Именно эта связь позволяет молодым людям переходить от поверхностного восприятия экономических процессов к критическому анализу и осознанному принятию решений, но формирование экономической культуры происходит не изолированно, а под влиянием различных институтов: семьи, системы образования, средств массовой информации и т.д. «Без серьезной работы по целенаправленному воспитанию культуры труда, утверждению уголовной ответственности за невыполнение государственных программ, без удержания утечки умов из страны и укрепления общегосударственной дисциплины бессмысленно надеяться ни на частное

предпринимательство, ни на госкапитализм в развитии экономики РФ» [4, с. 217]. Важность и необходимость системного подхода к формированию экономической культуры очевидны, так как они включают не только образовательные инициативы, но и государственную политику, направленную на создание условий для устойчивого развития общества. «Формирование экономической культуры будущих специалистов происходит под влиянием различных институтов: семьи, системы образования, средств массовой информации и т.д. Но целенаправленное формирование экономической культуры студентов непрерывно связано с образовательной деятельностью вузов» [5, с. 40]. Это подчеркивает роль образовательных учреждений в подготовке молодёжи к жизни в условиях общества потребления, но важно отметить, что эффективность таких образовательных программ зависит от их способности адаптироваться к современным вызовам, таким как цифровизация, глобализация и изменение ценностных ориентаций. «Современная цивилизация характеризуется превалированием новаций информационно-технологического плана при явной деградации ценностно-прескриптивной сферы, в том числе и культурно-запретительной» [6, с. 79]. Цифровые технологии и доступность информации создают новые возможности для развития предпринимательских навыков и участия в глобальной экономике, но они также способствуют утрате традиционных ценностей, таких как бережливость, ответственность и долгосрочное планирование.

Мы убедились, что экономическая культура молодёжи в обществе потребления представляет собой сложный феномен, формирующийся под влиянием множества факторов и требует внимания со стороны исследователей, практиков и политиков для обеспечения гармоничного развития личности и общества в целом. Настоящее исследование экономической культуры молодёжи в контексте общества потребления позволяет выделить ряд ключевых тенденций, факторов и особенностей, которые формируют современную картину её поведения. Основываясь на анализе эмпирических данных, теоретических концепций и практических наблюдений, можно утверждать, что экономическая культура молодёжи представляет собой сложное, многослойное явление, находящееся под влиянием как объективных социально-экономических условий, так и субъективных факторов, таких как личностные установки, образовательный уровень и цифровая среда. Важнейшей характеристикой экономической культуры молодёжи является её ориентация

на потребление как основной способ самовыражения и социализации. Современные отечественные исследования наглядно демонстрируют, что для молодых людей потребление часто становится инструментом идентификации с определёнными социальными группами или культурными сообществами. Как пример: приобретение брендовой одежды, гаджетов последнего поколения или участие в популярных онлайн-трендовых практиках воспринимается не только как удовлетворение материальных потребностей, но и как способ демонстрации статуса, принадлежности к определённой субкультуре или даже выражения личных ценностей. Важно отметить, что такие модели поведения активно поддерживаются маркетинговыми стратегиями, которые целенаправленно воздействуют на молодёжь через социальные сети, рекламу и лидеров мнений, что приводит к формированию специфического «потребительского менталитета», где ценность товара или услуги зачастую определяется не их функциональностью, а символическим значением.

Другим важным аспектом экономической культуры молодёжи является низкий уровень финансовой грамотности, который наблюдается в большинстве исследований по данной теме. Так молодые люди, особенно в возрасте 18–25 лет, часто сталкиваются с проблемами управления личными финансами, планирования бюджета и понимания долгосрочных финансовых последствий своих решений. Согласно данным международных исследований, более 60% молодёжи испытывают трудности с распределением доходов, а около 40% имеют опыт использования кредитных карт или микрозаймов без чёткого плана погашения задолженности<sup>1</sup>. Данные свидетельствуют о том, что отсутствие базовых знаний в области финансов создаёт предпосылки для рискованных экономических решений и долговой зависимости. Особенно актуальной эта проблема становится в условиях доступности финансовых услуг через цифровые платформы, где оформление кредита занимает считанные минуты, а реальные последствия могут проявиться лишь спустя годы. Другой характеристикой экономической культуры молодёжи является её высокая адаптивность к цифровым технологиям и новым формам экономической

активности. В отличие от предыдущих поколений, современная молодёжь активно использует возможности интернета для поиска дополнительных источников дохода, таких как фриланс, создание контента на платформах (например, ВК, Телеграм и т.д.) или участие в краудфандинговых проектах, что свидетельствует о том, что молодёжь обладает потенциалом к гибкому реагированию на изменения экономической среды и готовности осваивать новые профессиональные ниши. Здесь также проявляется двойственность: с одной стороны, цифровизация открывает широкие возможности для развития предпринимательских навыков и накопления капитала, а с другой – усиливает зависимость от алгоритмов платформ и требует значительных временных и эмоциональных затрат. Многие молодые люди, стремясь быстро заработать, выбирают краткосрочные решения в стратегии поведения, которые не всегда соответствуют их долгосрочным интересам в жизни.

Другим аспектом, требующим внимания, является экологическая и этическая составляющая экономической культуры молодёжи, так как в последние годы наблюдается рост интереса к вопросам устойчивого потребления и ответственного отношения к окружающей среде. Исследования показывают, что значительная часть молодёжи предпочитает покупать товары от брендов, которые заявляют о своей приверженности экологии или социальной справедливости, например, популярность вторичного рынка одежды (так называемых винтажных вещей, секонд-хэнд), отказ от использования одноразовой пластиковой упаковки или выбор продуктов местного производства становятся всё более заметными трендами. Этот процесс нельзя рассматривать как универсальный: в то время как одна часть молодёжи активно продвигает идеи осознанного потребления, другая продолжает следовать традиционным моделям массового потребления, руководствуясь импульсивными желаниями или социальным давлением.

Другая форма культуры потребления, выявленная в ходе анализа, связана с ролью семьи и образовательных учреждений в формировании экономической культуры молодёжи. Исследования демонстрируют, что семейные традиции и передача финансовых навыков от родителей к детям играют ключевую роль в формировании базовых представлений о деньгах и их управлении, но в условиях разнообразия социальных контекстов и культурных различий эта роль может варьироваться. В семьях с высоким уровнем дохода

1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://finance.yahoo.com/news/young-adults-are-more-reliant-on-credit-cards-than-ever-before-172038233.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly95YS5ydS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAALaONauJtx1RgDahx5OqZNapQV\\_55T4C9knfHLMMjs-GusYK523M5Svh9JAqujYYIHNEye1gTSPyNWQhvaOwU9HBveS-al20o3KIkjOBK5tiuOUv8IKtod71auYbCa6AEiLIBOOZWusmm-z807P4fvzRLHM8J0EdLaBNAhMk3Dd](https://finance.yahoo.com/news/young-adults-are-more-reliant-on-credit-cards-than-ever-before-172038233.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly95YS5ydS8&guce_referrer_sig=AQAAALaONauJtx1RgDahx5OqZNapQV_55T4C9knfHLMMjs-GusYK523M5Svh9JAqujYYIHNEye1gTSPyNWQhvaOwU9HBveS-al20o3KIkjOBK5tiuOUv8IKtod71auYbCa6AEiLIBOOZWusmm-z807P4fvzRLHM8J0EdLaBNAhMk3Dd).

молодёжь чаще получает возможность обучаться инвестициям и долгосрочному планированию, тогда как в семьях с ограниченными ресурсами акцент делается на экономии и минимизации расходов. Что касается образовательных учреждений, то несмотря на усилия многих стран включить финансовый ликбез в школьную программу, результаты пока остаются неоднозначными, поэтому многие молодые люди отмечают недостаточность практических примеров и интерактивных методов обучения, что снижает эффективность образовательных инициатив.

Последнее, что заслуживает внимания – это влияние глобальных экономических процессов на экономическую культуру молодёжи. Современные кризисы, такие как пандемия COVID-19, экономические санкции или колебания курсов валют, оказывают существенное влияние на поведение молодых людей. Во время пандемии наблюдался рост интереса к онлайн-шопингу, а также увеличение числа молодых людей, начинаяющих собственные бизнес-проекты в условиях удалённой работы, но такие изменения сопровождаются повышенной неопределенностью и стрессом, что может негативно сказываться на принятии финансовых решений [7], [8]. Глобализация создает парадоксальную ситуацию: с одной стороны, молодёжь имеет доступ к международным рынкам и возможностям, а с другой – становится более уязвимой к внешним экономическим шокам.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование экономической культуры молодёжи в обществе потребления позволяет выделить несколько ключевых выводов: 1) потребление остается центральным элементом её поведения, однако его мотивация и формы постоянно меняются под влиянием цифровизации и социальных трендов; 2) низкий уровень финансовой грамотности продолжает оставаться серьёзной проблемой, требующей комплексных мер со стороны государства, образовательных учреждений и бизнеса; 3) молодёжь демонстрирует высокую адаптивность к новым экономическим условиям, что открывает перспективы для развития инноваций и предпринимательства; 4) растущий интерес к экологическому и этическому потреблению указывает на потенциал формирования более устойчивых моделей поведения; 5) влияние семьи, образования и глобальных процессов подчеркивает необходимость интеграции различных подходов для повышения экономической культуры молодёжи. Данные выводы позволяют нам обосновано утверждать о необходимости дальнейших научных исследований в направлении разработки эффективных стратегий повышения финансовой грамотности, создания образовательных программ, учитывающих особенности цифровой среды, и поощрения практик устойчивого потребления среди молодёжи.

## Список литературы

1. Каргаполов, В. Е. Экономическая культура человека, общества и государства / В. Е. Каргаполов // Современные проблемы науки и образования. – 2006. – № 3. – С. 103-104. – EDN IIWXEJ.
2. Тихонова, И. Ю. Финансовые аспекты экономической культуры в условиях кризиса и пандемии / И. Ю. Тихонова // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки. – 2020. – № 1. – С. 68-73. – DOI 10.24411/2308-7226-2020-10009. – EDN NPVIBC.
3. Джавадова, С. А. Экономическая культура и исторический характер развития страны / С. А. Джавадова, Е. С. Понькина // Дискуссия. – 2024. – № 4(125). – С. 21-26. – DOI 10.46320/2077-7639-2024-4-125-21-26. – EDN AGIFTS.
4. Тимофеев, М. И. Культура труда и перспективы экономического Возрождения в РФ / М. И. Тимофеев // Вестник Национального Института Бизнеса. – 2023. – № 1(49). – С. 211-218. – EDN BZDDKG.
5. Капитонова, Н. В. Компоненты экономической культуры будущих специалистов / Н. В. Капитонова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2009. – № 15. – С. 39-41. – EDN KYSXDV.
6. Гуноев, И. С. Историческая динамика ценностей экономической культуры / И. С. Гуноев // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2010. – № 1(50). – С. 77-80. – EDN MRZIDT.
7. Казакова, Н. В. Студенческая молодежь: в современном мире / Н. В. Казакова, Ю. З. Богданова, Х. Н. Садыкова // Евразийский юридический журнал. – 2024. – № 2(189). – С. 469-470. – EDN HZCJTM.
8. Леонидова, Г. В. Оплата труда ученых как фактор готовности молодежи к научной деятельности / Г. В. Леонидова // Human Progress. – 2024. – Т. 10, № 3. – С. 3. – DOI 10.34709/IM.1103.3. – EDN FSAISM.

## References

1. Kargapolov, V. E. Economic culture of man, society and state / V. E. Kargapolov // Modern problems of science and education. – 2006. – № 3. – Pp. 103-104. – EDN IIWXEJ.
2. Tikhonova, I. Y. Financial aspects of economic culture in the conditions of crisis and pandemic / I. Y. Tikhonova // Vestnik of Perm State Humanitarian-Pedagogical University. Series № 3. Humanities and social sciences. – 2020. – № 1. – Pp. 68-73. – DOI 10.24411/2308-7226-2020-10009. – EDN NPVIBC.
3. Javadova, S. A. Economic culture and the historical character of the country's development / S. A. Javadova, E. S. Pon-

- kina // Discussion. – 2024. – № 4(125). – Pp. 21-26. – DOI 10.46320/2077-7639-2024-4-125-21-26. – EDN AGIFTS.
4. 4. Timofeev, M. I. Labour Culture and Prospects of Economic Revival in the Russian Federation / M. I. Timofeev // Bulletin of the National Institute of Business. – 2023. – № 1(49). – Pp. 211-218. – EDN BZDDKG.
5. 5. Kapitonova, N. V. Components of economic culture of future specialists / N. V. Kapitonova // Vestnik of Buryat State University. – 2009. – № 15. – Pp. 39-41. – EDN KYSXDV.
6. 6. Gunoev, I. S. Historical dynamics of values of economic culture / I. S. Gunoev // Humanities and socio-economic sciences. – 2010. – № 1(50). – Pp. 77-80. – EDN MRZIDT.
7. 7. Kazakova, N. V. Student youth: in the modern world / N. V. Kazakova, Y. Z. Bogdanova, H. N. Sadykova // Eurasian Law Journal. – 2024. – № 2(189). – Pp. 469-470. – EDN HZCJTM.
8. 8. Leonidova, G. V. Remuneration of scientists as a factor of youth's readiness for scientific activity / G. V. Leonidova // Human Progress. – 2024. – Vol. 10, № 3. – Pp. 3. – DOI 10.34709/IM.1103.3. – EDN FSAISM.

## Информация об авторах

**Маяцкая О.Б.**, кандидат философских наук, доцент кафедры политологии и связей с общественностью Уфимского университета науки и технологий (г. Уфа, Российская Федерация).

**Ковров В.Ф.**, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и работы с молодёжью Уфимского университета науки и технологий (г. Уфа, Российская Федерация).

**Егамедиева А.Ж.**, студент кафедры философии и культурологии Уфимского университета науки и технологий, независимый исследователь (г. Уфа, Российская Федерация).

© Маяцкая О.Б., Ковров В.Ф., Егамедиева А.Ж., 2025.

## Information about the authors

**Mayatskaya O.B.**, Ph.D. in Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Political Science and Public Relations of the Ufa University of Science and Technology (Ufa, Russian Federation).

**Kovrov V.F.**, Ph.D. in Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Work with Youth of Ufa University of Science and Technology (Ufa, Russian Federation).

**Egamedieva A.Zh.**, student of the Department of Philosophy and Cultural Studies at Ufa University of Science and Technology, independent researcher (Ufa, Russian Federation).

© Kovrov V.F., Mayatskaya O.B., Egamedieva A.Zh., 2025.