



Дела семейные

Текст: Вера Колерова

В России за последние три года сложился уникальный формат просветительских мероприятий по повышению финансовой грамотности, аналогов которому нет больше нигде в мире, — большие семейные финансовые фестивали. В Москве они сейчас проходят дважды в год — и становятся всё масштабнее. Опыт таких мероприятий активно перенимают регионы, хотя тиражируется он непросто.

18 мая в Москве в РЭУ им. Плеханова прошёл пятый по счёту Семейный финансовый фестиваль. Пожалуй, на сегодня это самое крупное событие в сфере финансового просвещения в России. «На таких мероприятиях очень важно создать правильную атмосферу, — уверен один из организаторов, партнёр коммуникационного агентства «Р.И.М.» **Владимир Фролов.** —

Они должны быть ненавязчивыми. Они должны быть о людях и для людей. Такие фестивали нужно делать на энтузиазме — и тогда в них будут с энтузиазмом участвовать». Агентство «Р.И.М.» впервые провело подобное мероприятие в 2017 году в ДК «ЗИЛ» на свой страх и риск и на собственные средства. Министерство финансов России, оценив результат, приняло решение сделать фестиваль постоянным: весной он

должен завершать Неделю финансовой грамотности для детей и молодёжи, а осе-
нюю — стать финальным аккордом Недели
сбережений.

Весной этого года огромную площадку
фестиваля, занимавшую 4 тыс. кв. метров,
посетило более 2,5 тыс. человек. (А всего
за четыре года в московских фестивалях
приняли участие более 10,5 тыс.) Програ-
мма включала сотню с лишним мероприятий:
викторины и конкурсы, настольные финан-
совые игры, мюзиклы и спектакли на тему
финансовой грамотности, лекции и дискус-
сии для взрослых, мастер-классы по руко-
делию для всей семьи и т. д. Здесь были
представлены лучшие практики Минфина
России в области повышения финансовой
грамотности, в том числе игра «Деньги в ко-
шельке», разработанная совместно с эконо-
мическим факультетом МГУ, мастер-класс
«Финансовые уроки золотого ключика»,
финансовый курс «Приключения кота Бело-
бока, или Экономика для малышей» и мно-
гое другое.

Площадка была спланирована по прин-
ципу города, где в каждой локации проис-
ходило что-то интересное — от сооруже-
ния копилки и вязания кошелька до програм-
мирования робота и изучения «внутренно-
стей» банкомата и истории денег в выезд-
ном «музее». Посетители ориентировались
в этом огромном пространстве довольно
легко благодаря волонтерам.

Сложную «ткань» фестиваля помогли
создать более девяноста партнёров. При-
чём 80% из них участвовали в фестивале в
этом качестве уже не первый раз: Сбербанк,
Почта Банк, крупнейшие страховые компа-
нии, издательства литературы и настоль-
ных игр, учебные центры, производители
сувениров, СМИ. Организаторам удалось
привлечь более 40 экспертов в области фи-
нансовой грамотности и защиты прав по-
требителей финансовых услуг.

Формат фестиваля — вовсе не нечто за-
стывшее. Организаторы каждый раз изо-
бредают что-то новое. В этом году придума-
ли, например, «Фин-ТВ»: весь фестиваль-
ный день съёмочная группа с «корреспондентом»
посещала различные локации фестиваля и
делала прямые включения, которые можно
было посмотреть на экране в центральном
зале, рядом со сценой. А привычный лекци-
онный формат на этот раз очень оживило
присутствие профессионального журна-
листа (в этом амплуа выступил Ян Арт), который
модерировал выступления и вступал в дис-
куссию с приглашёнными экспертами.

Фестиваль широко освещался в СМИ, в
том числе на телевидении, и попал в топ
новостей «Яндекса». Столичные возможно-

**Огромную площадку фестиваля,
занимавшую 4 тыс. кв. метров,
посетило более 2,5 тыс. человек**



**Владимир Фролов,
партнёр
коммуникационного
агентства «Р.И.М.
Портер Новелли»**

*Такие фестива-
ли нужно делать
на энтузиазме —
и тогда в них будут
с энтузиазмом
участвовать*



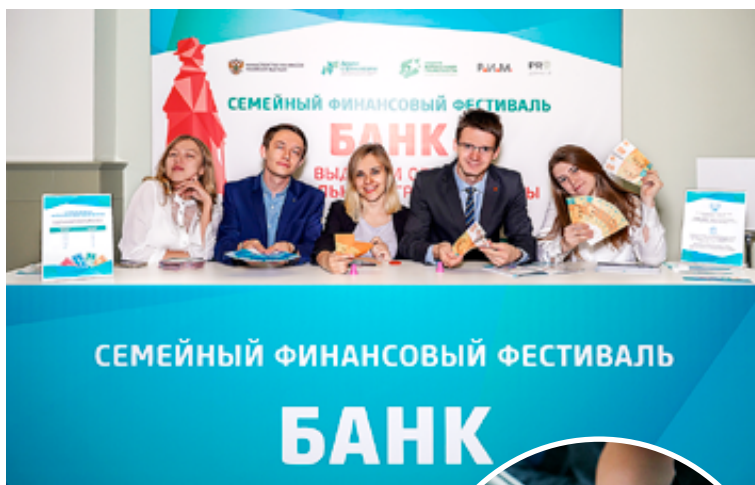


Посетители семейного финансового фестиваля в Москве хвалили удобную навигацию на фестивальной площадке и слаженную работу волонтеров

сти «оповещения» организаторы использовали по максимуму: были и публикации в газете «Метро», даже видеоролики на плазменных панелях в вагонах метрополитена. Участники и спикеры оставили множество отзывов о мероприятии. «Людам было действительно интересно, непривычно много вопросов и от детей, и от родителей», — отметил **Дмитрий Рыженков** из Почта Банка. Посетители отдельно хвалили организацию и навигацию, наличие продуманных фотозон и в целом интересный контент. Со стороны профессионального сообщества признание выразилось в присуждении сертификата отличия в номинации PR agency citizenship престижной международной PR-премии — SABRE Awards в регионе EMEA.

Как отмечают организаторы московского фестиваля, он становится очень популярен у коллег, занимающихся финансовым просвещением в регионах: они любят приезжать сюда, чтобы присмотреться к формату.

«Мы видим всё больше интереса к фестивалю в регионах, — говорит **Андрей Бокарев**, директор Департамента международных финансовых отношений Минфина России. — Причём не только в регионах, которые давно участвуют в Проекте Минфина в качестве пилотных, но и в новых. Например, в Центральном Черноземье, где высока доля сельского населения. Мы хотим помочь им с организацией подобных фестивалей и поделиться своими ноу-хау». Планируется организовать десять семейных финансовых фестивалей в регионах —



Самые любопытные участники фестиваля рассматривали «внутренности» банкомата, чтобы понять, как он работает. Самые деловые — пробовали себя в роли сотрудников банка. Но и любители рукоделия тоже не сидели без дела

пять уже этой осенью и ещё пять весной следующего года, рассказывает **Евгения Блискавка**, директор Национального центра финансовой грамотности. «Нам важно найти формат, подходящий для региона, — подчёркивает она, — поскольку мы проводим такие мероприятия в формате партнёрства, объединяя усилия всех заинтересованных сторон. Регион участвует организационно и своей инфраструктурой».

Уже стали появляться местные инициативы проведения семейных фестивалей: один из них состоится в деревне Сарда-ял Республики Марий Эл. Ключевым партнёром выступит Межрегиональный методический центр, созданный на базе Казанского федерального университета. Предварительно известно, что программа

будет включать мастер-классы для детей и взрослых по основам финансовой грамотности, ролевые и настольные игры, а также центральную большую игру на весь день для детей. В организации пригодится опыт Алтайского края, где уже прошёл первый в России сельский семейный финансовый фестиваль (подробнее о нём — ниже).

Регионам фестивали могут дать главное — импульс для развития темы финансовой грамотности на долгие годы. Мероприятий по повышению финансовой грамотности проводится много, в том числе и для родителей с детьми. Но семейный финансовый фестиваль из этого ряда выбивается, потому что в его организацию и совместное продумывание программы вовлекается очень много участников из совершенно разных сфер.

Везде своя специфика, и программы фестивалей обязательно будут подстраиваться под неё в зависимости от проблемных точек и намерений региона, будь то чрезмерная закредитованность населения или просто желание воспитать у детей полезные финансовые привычки.

Некоторые регионы уже могут поделиться опытом в этом «жанре» финансово-го просвещения.

Екатеринбург экспериментирует

Этой весной впервые прошёл (одновременно с московским) Семейный финансовый фестиваль в Екатеринбурге. Его организовала Школа финансовой грамотности Money Start. Как рассказывает инициатор проекта и руководитель школы **Анна Долженко**, сначала ей предложили этот проект в Национальном центре финансовой грамотности, но вскоре его отменили. «Однако я уже загорелась этой идеей, — признаётся Долженко. — Я больше трёх лет занимаюсь в Екатеринбурге темой финансовой грамотности и решила провести фестиваль практически сама — ради опыта и потому что убеждена: финансовую культуру в стране нужно поднимать. Не только ведь гастрономические фестивали нужны людям». Анна и её деловой партнёр **Ольга Харламова** задействовали все свои рабочие и личные связи и соцсети: именно на личном пиаре во многом и была построена организация фестиваля. Сложнее всего оказалось найти площадку (в итоге фестиваль прошёл в Ельцин Центре на площадке «Точка кипения») и привлечь участников и партнёров, притом что в рекламу организаторы вложили всего 5 тыс. рублей собственных средств. К счастью, в «активе» были ещё подписчики в соцсетях, партнёры школы Money Start и клиентская база.

Очень помог Региональный центр финансовой грамотности, предоставивший не только имитацию банкомата (для локации «таинственный банкомат»), но и волонтеров, которые трудились на площадках. Причём студенты-волонтеры, по словам Анны, отработали просто блестяще.

Екатеринбургский фестиваль был содержательно похож на московский. «Особых ноу-хау я не изобретала, — улыбается Анна Долженко. — Вообще, тема финансовой грамотности — это не совсем про творчество, это скорее точная наука». В программе были финансовые викторины и

много мастер-классов и лекций от местных специалистов в области личных финансов, коучей и тренеров.

Чтобы проводить такие мероприятия в регионах, нужно хорошо изучить локальный рынок финансовых услуг, советует Анна, иначе трудно будет быстро найти людей с гарантированно качественным продуктом, а не только с личной харизмой. Однако здесь есть тонкая грань, которую переступать нельзя: выступление самого опытного финансового эксперта не должно быть само-рекламой. Так же осторожно нужно встраивать в структуру фестиваля и активность банков. В этот раз удалось привлечь только одного партнёра — БКС Банк, который проводил розыгрыши призов среди участников. «Для банка участие в фестивале — это в первую очередь хороший способ «расписаться» в своей лояльности к клиентам, — уверена Долженко. — Но речь ни в коем случае не идёт о том, чтобы банк раздавал зазывные листовки с условиями кредитования».

Регионам фестивали могут дать главное — импульс для развития темы финансовой грамотности на долгие годы

Однако первый опыт, как считает Анна, не во всём оказался идеальным: большого количества партнёров привлечь не удалось, посещаемость тоже могла бы быть выше (пришло 150 человек). В этот раз практически не откликнулись местные СМИ: был только один информационный партнёр — региональный портал «Банк информсервис», который буквально за день до даты фестиваля попросил аккредитацию.

«Надо реалистично смотреть на вещи и понимать, что пока люди могут как-то иначе расставлять приоритеты, — говорит Анна Долженко. — Такого интереса, как к «Ночи музеев» или велопробегу, фестивалю финансовой грамотности ждать не стоит. Но главное, что те люди, которые к нам пришли, сделали это осознанно. Это было видно по тому, как они слушали лекции и участвовали в играх с десяти утра до семи вечера».

Долженко уверена: подобные региональные фестивали вполне могут быть и коммерчески успешными — но только если удастся достичь нужного информационного охвата и привлечь крупных партнёров. Свой проект Money Start закрыла не «в минус», а с минимальной прибылью. «Банк остался



Андрей Бокарев,
директор
Департамента
международных
финансовых
отношений
Минфина России

Мы видим всё больше интереса к фестивалю в регионах



Анна Долженко,
руководитель
Школы финансовой
грамотности
Money Start
(Екатеринбург):

Я решила провести фестиваль в Екатеринбурге практически сама — ради опыта и потому что убеждена: финансовую культуру в стране нужно поднимать. Не только ведь гастрономические фестивали нужны людям



На главной сцене шла череда выступлений и прямых включений «Фин-ТВ» с различных локаций фестиваля, где участники увлечённо играли и учились

доволен, — рассказывает Анна, — а для меня самое главное — благодарности, которые люди до сих пор пишут в соцсетях».

Куда идут наши налоги?

Как и в Екатеринбурге, прошедший в прошлом году в Сочи Семейный финансовый фестиваль был отчасти личной инициативой. По словам его организатора **Светланы Москвичёвой**, начальника отдела анализа финансового сектора департамента экономики и стратегического развития Сочи, её вдохновлял московский фестиваль, и она много общалась с московскими коллегами. «Но, учитывая отсутствие большого бюджета, нам необходимо было привлечь к проекту банковское сообщество, что оказалось несложно», — говорит Москвичёва.

Согласились участвовать «опорный» партнёр фестивалей Сбербанк и ещё три-четыре банка, которые и провели основные активности на четырёхчасовом фестивале — финансовые игры и викторины для детей и взрослых. «Сложнее всего было задать единый вектор, чтобы вся информация подавалась в игровой форме, — комментирует Светлана Москвичёва. — Ну и в целом, когда ты сам себе и идеолог, и организатор, и исполнитель — это нелегко».

Многое в Сочи позаимствовали из столичного опыта, но всё же важное отличие было: в программу включили тематический блок, касавшийся бюджета города. «Это наш эксперимент, — рассказывает Москвичёва. — Мы объясняли людям, как формируется бюджет и куда направляются нало-



Лекционный формат оживлялся дискуссиями — как между экспертами, так и с участием слушателей. Параллельно в других кабинетах шли жаркие интеллектуальные «бои», ну а кто-то изучал историю денег — от соболиных шуруков до современных банкнот

говые сборы. Некоторые впервые узнавали, что не все собранные налоги остаются в городе. Для многих открытием становилось, что половина расходов бюджета приходится на сферу образования.

Этот почин в Сочи собираются развивать: с июня в городской библиотеке открылся лекторий на тему формирования городского бюджета. В городе заметный объём теневой экономики, и такая просветительская работа полезна: многие местные жители искренне не понимают, почему так важно платить налоги.

Первый опыт проведения семейного фестиваля показал, что необходимо достигаться до целевой аудитории как можно раньше: активнее информировать людей о фестивале, подключать и местную прессу, и

соцсети, и местных блогеров, пусть и крайне немногочисленных. В этот раз привлечь участников помогло Управление по образованию и науке, которое расписало квоты на школы. «Но это была вынужденная мера, — отмечает Москвичёва. — Нам всё-таки не хватало прямой работы с аудиторией». Не менее важно правильно выбрать место для проведения фестиваля: это обязательно должен быть центр города, а в случае с Сочи желательно, чтобы он проходил на открытом воздухе, и для этого нужно продумать разные варианты уличной активности.

Финансы в сельской местности

Алтайский край отличился тем, что провёл первый в России сельский семейный финансовый фестиваль. Это связано с вы-

сокой долей сельского населения в регионе (до 40%). Как рассказала **Татьяна Ярышева**, координатор работ по реализации Программы повышения финансовой грамотности, помогло в организации то, что в крае уже успешно работал проект по обучению сельских учителей методики преподавания курса финансовой грамотности. «Педагоги Тюменцевского района, — говорит Ярышева, — не только поддержали нашу идею организации сельского финансового фестиваля, но и приняли в нём самое активное участие и предоставили в наше распоряжение помещение средней общеобразовательной школы в селе Тюменцево».

Фестиваль собрал более пятисот участников (300 из них — дети) со всего Тюменцевского района, которые могли добраться до места проведения на специально выделенных автобусах. Программа напоминала сценарии городских фестивалей, но с некоторой сельской спецификой: участникам рассказывали о финансовых услугах, доступных и востребованных в сельской местности, а также был сделан акцент на безопасности удалённых платежей (на селе эта проблема остаётся очень актуальной), на обучении людей пользованию простыми платёжными сервисами и личным кабинетом налогоплательщика. Кроме того, в программе были предусмотрены площадки для детей с настольными финансовыми играми «Не в деньгах счастье», финансовыми викторинами и квестами, отдельная зона с площадками для взрослых, где эксперты Пенсионного фонда, Роспотребнадзора, Налоговой службы, Банка России, представители банковской сферы и страхового рынка ответили на вопросы гостей фестиваля.

По наблюдениям Татьяны Ярышевой, среди сельчан возможность приехать на фестиваль и пообщаться напрямую с экспертами в финансовых вопросах оказалась чрезвычайно востребованной: они стремились обойти все площадки и поучаствовать во всех активностях, дети азартно зарабатывали игровую валюту и тратили её на сувениры. В некоторых играх они оказывались сообразительнее родителей — быстрее понимали правила игры и подстраивались под них. «Общий вывод, который мы сделали по итогам фестиваля: проводить такие мероприятия в регионах можно и нужно, и это недорого», — заключает Татьяна Ярышева.

Опыт Волгограда и Перми

В Волгоградской области прошло уже два Семейных финансовых фестиваля. Первый был довольно скромным: в нём приняли участие около 40 семей с детьми разных возрастов. Но главное — не в размахе, а в умении сфокусироваться и сделать мероприятие нужным целевой аудитории. Младшие школьники были заняты игрой «Дети и деньги» (по одноимённой книге за авторством Евгении Блискавки), для детей постарше проводились профориентационные занятия, взрослые участвовали в викторинах и общались с экспертами. Зато созданием личного финансового плана занимались все участники любого возраста. В финале можно было сравнить, как представляют себе «финансовое будущее» разные члены семьи и насколько реально интегрировать запросы ребёнка в семейный бюджет. «Нам нужно было подтолкнуть родителей к обсуждению финансовых вопросов с детьми, ведь эта тема отчасти табуированная, — говорит **Ольга Андреева**, консультант по образовательным мероприятиям Программы по повышению финансовой грамотности на территории Волгоградской области. — Общероссийские опросы показывают, что родители начинают говорить с детьми о деньгах только с 16 лет. Но мы считаем, что можно и нужно — уже с шести, а с 12 — привлекать их на семейный совет и серьёзно обсуждать бюджет. Для многих родителей сама такая возможность становится открытием».

У мероприятий имелся чёткий фокус: грамотное потребление в период кризиса в экономике

В прошлом году, по словам Андреевой, удалось получить небольшое финансирование и оплатить площадку под проведение более крупного фестиваля в одном из детских учебных центров, в котором участвовало уже около 80 человек. С организацией фестиваля в Волгограде очень помогли партнёры — банки, учебные заведения (школа и детский учебный центр), а информационное партнёрство обеспечил журнал для родителей «Умка». У партнёров своя заинтересованность в участии: банки целенаправленно занимаются финансовой грамотностью, а для детского учебного центра это прекрасная возможность привлечь внимание большой



Татьяна Ярышева,
координатор работ
по реализации
Программы
повышения
финансовой
грамотности
(Алтайский край):

Общий вывод, который мы сделали по итогам фестиваля: проводить такие мероприятия в регионах можно и нужно, и это недорого



Возможно, участие в фестивале поможет детям определиться с профессией и лучше понять, что значит быть индивидуальным предпринимателем и как сделать из своего хобби источник дохода

аудитории родителей к своим услугам. Например, на фестивале детей знакомили с основами ментальной арифметики (которую преподают в партнёрском детском учебном центре), что заинтересовало многих родителей.

Для детей подготовили плотную трёхчасовую программу: в трёх аудиториях они занимались на мастер-классах примерно по полчаса, а в перерывах в отдельном зале смотрели «Смешариков» и обсуждали мультфильм с педагогом. Любопытно, что родители после окончания фестиваля немного попеняли организаторам: они тоже хотели иметь возможность зарабатывать игровую валюту — фингрики — и тратить её в фестивальной «магазине для финансово грамотных людей». «Теперь мы понимаем, что нужно позволить родителям ходить в этот магазин наравне с детьми, — улыбается Ольга Андреева. — Но тогда там должно быть больше призов и сувениров, подходящих для взрослых». В конце концов, взрослые участники фестиваля тоже должны получить свою долю удовольствия. Впрочем, как считает Андреева, главная задача фестиваля в том, чтобы родители поняли: во-первых, просвещать детей в области финансов нужно, а во-вторых — такую информацию можно дать детям самостоятельно, скачав материалы в интернете (существует и множество бесплатных, разработанных в рамках Проекта Минфина), либо же обратиться с запросом в школу или детский сад. «Если вам будут предлагать такие факультативы для детей,

не отказывайтесь: в жизни им это очень пригодится», — советует эксперт.

В Пермском крае тоже прошла серия семейных финансовых фестивалей в 2016–2017 годах, причём, помимо традиционной программы — деловых игр, консультаций с экспертами, практических занятий и лекций, у них имелся чёткий фокус — грамотное потребление в период кризиса в экономике. Целевой аудиторией двухдневных фестивалей «Гражданские выходные финансовой грамотности» (они состоялись в Перми и четырёх городах края) были семьи с низкими доходами, а также с риском наступления бедности, столкнувшиеся с необходимостью резко изменить финансовое поведение. Такая перестройка потребительской модели очень сложна и многократно увеличивает риски усугубить положение, например, с помощью необдуманно взятых кредитов. Организаторы мероприятий провели предварительно фокус-группы с семьями, входящими в целевую группу, чтобы учесть их потребности при разработке программы.

Так что подходов к организации семейных фестивалей в регионах может быть множество: всё зависит от актуальности проблем и запросов населения. Очевидно, что семейные финансовые фестивали могут стать «очагами» финансовой активности, разжечь которые способны обоюдные усилия федерального центра и заинтересованных регионов, понимающих зависимость общего благополучия от финансовой грамотности населения. 🌱



Ольга Андреева,
консультант
по образовательным
мероприятиям
Программы по
повышению финан-
совой грамотности
на территории
Волгоградской
области:

Нам нужно было подтолкнуть родителей к обсуждению финансовых вопросов с детьми, ведь эта тема отчасти табуированная. Общероссийские опросы показывают, что родители считают возможным говорить с детьми о деньгах только с 16 лет