**Публична комуникация на финансовата грамотност в контекста на изкуството в споделени пространства – въпроси за последващи изследвания**

**Дисертационният труд, на който се опира настоящия доклад, под заглавие „Ролята на публичната комуникация във функционирането на небанковия финансов сектор“, набелязва примери и изследва възможни решения на актуалните предизвикателства по специализираната тематика, в теоретичен и практичен дискурс.** Той дава конкретни примери и по-широк обхват на темата, означена общо като „финансова грамотност сред обществото“, както и на подтемата за защитата на потребителите на финансови продукти и услуги от лоши практики и недобросъвестни търговци.

Въпросите, свързани с начините, по които се изгражда ефективна защита на потребителите в сектора чрез съвкупност от методи, в основата на които стои повишаването и популяризирането на финансово ограмотяване, досега не са били обект на научна разработка у нас. След като изяснява базисни понятия, дисертацията набляга на ролята на финансовата грамотност – функционална и специализирана, сред широките кръгове на обществото. Друг интегрален за **актуалността** на текста елемент е все по-широкото обществено разбиране на важността и ежедневните ползи от финансови познания за благосъстоянието на всеки човек, което се откроява като приоритетен тематичен корпус в световен мащаб. В България, през последните години, се наблюдава известно развитие и следване на тези тенденции, като способите за финансово ограмотяване придобиват все по-голям отзвук**. Разработката се стреми да развие и обогати с данни по-рано известни постановки, с фокус върху локалния контекст, но и с поглед върху европейските и световни добри практики.** Това се налага, тъй като у нас темата как да се повиши финансовата култура на всички възрастови групи от обществото не е изследвана достатъчно, което все още е валидно и в други държави.

**Целта на дисертационния труд е да опише и изследва конкретиката по поставения проблем, като разшири и надгради тезата за необходимостта от повишаване на финансовата грамотност в България, разглеждана частично и от други автори, чрез използване на PR и други похвати. Стремежът е явлението да се проследи в интердисциплинарен контекст, включващ комуникационни, финансови, културологични, обществени, икономически, политически и педагогически аргументи и тенденции, като същевременно бъде подкрепено и с ясни примери от практиката.**

Техниките на финансовия PR, които подкрепят по-широката интервенция на нуждата от информирани финансови решения сред обществото, включват разнообразни видове практики за изграждане на правилно оценен от потребителите имидж на финансовата грамотност – базова и специализирана, чрез повишаването на нивото на осведоменост за нарастващата нужда от нея. Това би било практически осъществимо като се използват ресурсите на интернет, електронни медии, образователни инициативи сред подрастващите, както и различни видове събития, на база таргетиране на целите по възрастови групи и показатели като образование, доходи и др. **Трудът проучва как различните видове начини за постигане на умения по лични финанси биха въздействали върху целевите групи в интеракция с финансовото образование в глобален план. Въз основа на това се установява и доказва как комуникационните и законодателни методи трябва да се доразработват, за да бъдат актуални и, следователно, по-резултатни.** В контекста на темата за изкуството в споделени пространства, която набира все по-голяма популярност в света, виждаме важността на финансовите познания като начин за внедряване на изкуството в практическа полза за хората, в това число и като модерен начин за популяризирането му и превръюането му в бизнес, без този способ да го комерсиализира в негативен контекст. Съществуващите в България практики се разглеждат в специфичен дискурс, затова се предлагат самостоятелни и сравнителни анализи на европейски концепции и проучвания, които синкретично кореспондират с изводите от направеното емпирично проучване сред експерти и потребители у нас. Използваните данни от всички тях се предоставят в обобщен вид, за да послужат за основа на бъдещи разработки сред специалистите-практици и научната общност. **Методите, чрез които се формират резултатите, са дескриптивна статистика, анализи и дълбочинни интервюта. На базата на тях в настоящия доклад се прави първи паралел между финансова грамотност и изкуство в споделени пространства, с цел да се изведе каква взаимовръзка съществува между двете.**

**Отправна точка на тезата на дисертацията е доказването на хипотезата за ниското ниво на финансови познания сред българските потребители на продукти и услуги, последвана от хипотезата за теоретичните и практически решения за неговото повишаване.** **Целта е да се покажат различните аспекти, които съставляват този проблем, както и релевантните практики, предмет на обследване.** **Задачата, която разкрива целта, се състои в това да се формират решения на база на резултатите от обхванатите аспекти на проблема, които да послужат за основа на бъдещи по-мащабни проучвания за нарастване на популяризирането на финансовата култура у нас.** По-конкретно, поставените задачи са: теоретично моделиране на проблема; изследване на водещите най-скорошни проучвания в областта на финансовата грамотност в световен и национален план – „Financial Education in Europe: Trends and Recent Developments“, OECD и “Бяла книга на финансовата грамотност в България“; анализ на непублични планове за външни комуникации на Европейския орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване (EIOPA) и стратегия за външни комуникации на Европейския орган за ценни книжа и пазари (ESMA), както и други източници.

**Изкуството в споделени пространства съществува в много форми, още повече е любопитна и на практика безкрайната възможност на въображението да продуцира идеи и концепции, свързани с реализацията на този вид дейност. Изкуство в споделени пространства могат да бъдат например художествени изложби на произведения от проминентни автори в актуална и модерна градска среда, наприимер ресторанти, клубове и много други. Това прави изкуството широкодостъпно, отвъд съществуващите граници на специално предназначените за културни прояви локации.** Този модел на ново търсене за популяризиране на изкуство, е приветстван вече в много държави по света. Действително, поставянето на произведения на изкуството в нестандартни места и възможността публиката да усети по различен, но не по-малко приятен и общодостъпен начин посланията на творбите, прави цялата концепция за споделени пространства безкрайно интересна и вълнуваща, тъй като дава нова перспектива пред автори и потребители на изкуство. Неминуемо следствие от това обобщение е развитието на бизнес с такава цел. Популярно, но не некачествено поради по-голяма масовост, сякаш става своеобразно мото на тази сравнително нова световна тенденция.

Взимайки предвид тези аспекти, следва да се отбележи, че финансовата грамотност присъства като неделима съставна част на концепцията за изкуство в споделени пространства. Без базисна финансова грамотност, тя би замряла. Разгръщането на новия тренд предстои и това е видно от редица изложби и реализирани проекти в световни столици като Лондон, Париж, Ню Йорк.

За да съществува този вид концепция и да помага на изкуството, е нужно организатори и куратори да имат определено ниво на познание на финансови продукти и услуги, които да ползват адекватно и успешно.

В цитирания дисертационен труд „Ролята на публичната комуникация във функционирането на небанковия финансов сектор“ в логическа последователност се прилага и качествен метод - дълбочинни интервюта с експерти и потребители-неспециалисти, които покриват подтемите на цялото изследване и по емпиричен път доказват резултатите от него. Този емпиричен опит е първа стъпка в проучването на нагласите сред специалисти и ползватели на услуги, която на следващ етап може да бъде продължена с разширено изследване и сред останалите участници в процеса – теоретици, практици и академици. **Практическата приложимост** на дисертацията се изразява в нейната функция на фундамент, върху който да се дискутира и реализира бъдещо по-мащабно развитие на темата. Целта е да бъде дадена пълната картина на проблема, включваща различните гледни точки на субектите и обектите на финансова култура и комуникации, към причини, практически проявления и тенденции в областта. Изяснени са липсите на различни видове финансово познание сред обществото.

**Това ни води към въпроса как да се комуникира темата за финансовата грамотност сред хората на изкуството, така че да бъде сложено ударение върху значимостта на тесните й и широки аспекти, с цел по-добро набиране и усвояване на необходимите средства за реализиране на даден проект. Какви емпирични методи ще са подходящи за тези цели. Как да се подбере правилният набор от техники, които ще доведат до полезен резултат.** Всичко това са предизвикателства, които понастоящем задават търсене на своя най-правилен отговор. Или, казано симплифицирано в контекста на разгледаната тема за изкуството в споделени пространства: обогатяването на обществото с култура (изкуство) без наличие на достатъчна финансова култура, би било по-трудно, особено ако съотнасяме комуникирането на темата към възможно най-широк кръг публики. А целта е именно такава.