

Социодинамика

Правильная ссылка на статью:

Круглова Е.Л. — Экономические стереотипы российских семей через призму пословиц и поговорок // Социодинамика. – 2023. – № 7. DOI: 10.25136/2409-7144.2023.7.43831 EDN: VKXSSA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=43831

Экономические стереотипы российских семей через призму пословиц и поговорок

Круглова Елена Леонидовна

ORCID: 0000-0003-2714-3864

кандидат социологических наук

доцент департамента социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

125167, Россия, Московская область, г. Москва, ул. Ленинградский пр-Кт, 49, каб. 515

✉ ELKruglova@fa.ru



[Статья из рубрики "Семья и общество"](#)

DOI:

10.25136/2409-7144.2023.7.43831

EDN:

VKXSSA

Дата направления статьи в редакцию:

17-08-2023

Дата публикации:

10-09-2023

Аннотация: Стереотипы и предрассудки могут влиять на наши взгляды и решения в различных сферах жизни, включая экономику. Автор обращается к важнейшей социальной группе – семье и рассматривает особенности экономического поведения всех ее членов в сравнении с моделями и паттернами поведения, описанными в русских пословицах и поговорках. Семья, как нуклеарная, так и расширенная, является основным объектом исследования. Будучи основой государства, семья остается важнейшим источником информации для понимания экономической и финансовой культуры населения, условий её формирования и выявления опорных пунктов для дальнейшего развития. В качестве основного метода анализа выбран социологический контент-анализ. Статья написана на стыке социологической, лингвистической, исторической и философской наук. Научной новизной представленного исследования является как сама проблемная тема, ранее не представленная в научном поле, так и

объединение в ходе авторского анализа трех модусов времени: прошлого, настоящего и будущего. В ходе контент-анализа автором выделены пять тематических групп пословиц и поговорок, имеющих смысловые отсылки к финансам, отношению к деньгам и экономическим ролям в семье. Каждая из групп сопровождается актуальными данными вторичных социологических исследований и статистики с целью сравнения, выделения общего и различного в экономической жизни российских семей на протяжении последних столетий. Фокус исследования ориентирован на анализ динамики изменения отношения членов российской семьи к финансам и силе влияния экономических стереотипов на семьи XXI века, выраженных посредством специфических лингвистических форм. Выводы данного научного исследования представляют интерес для широкого круга читателей, в чью сферу профессиональных или социальных интересов входит экономическая социология, демография, история России и историческая лингвистика, а также вопросы народонаселения.

Ключевые слова:

экономические стереотипы, финансовая грамотность, семья, финансовое поведение, пословица, поговорка, семейные ценности, бюджет, экономическая культура, семейный бюджет

Введение

Каждое поколение провозглашает, что живет в период трансформаций, постоянных изменений и турбулентности; о невозможности следовать старым законам и правилам; о переходе на качественно новый уровень развития как общества в целом, так и отдельных личностей внутри него.

Обозначенный в XXI в. «новый гендерный порядок»^[1] дал понимание изменениям, происходящим на уровне взаимоотношения полов, а глобализация экономических систем наводит на мысль о том, что такие изменения имеют место во всем мире.

Однако, не стоит забывать тот факт, что для России всегда были характерны традиционные ценности, устойчивы многие стереотипы и сильна память прошлого. Поэтому в данной работе мы предлагаем обратиться к таким инструментам познания социальной и исторической реальности как пословицы и поговорки и проанализировать их с точки зрения изучения экономических стереотипов, присущих нашим предкам и передававшихся через поколения до современных семей. Интерес к паремиологии – разделу филологии, занимающемуся изучением различного рода изречений, к которым мы относим, в первую очередь, пословицы и поговорки, – возрос в последние годы. Во многом это связано с пониманием, что язык несет в себе многовековые знания и может быть элементом инструментария исследований разных наук^[2]. Через пословицы и поговорки люди передавали накопленный опыт, аккумулировали знания предков для потомков^[3]. Обратившись к данному источнику, основными методами данного исследования были выбраны общенаучные: анализ, синтез, аналогия и социологический – контент-анализ.

Методы и методология исследования

Прежде чем приступить к непосредственному описанию результатов проведенного исследования, следует уточнить несколько принципиальных моментов, касающихся

методики отбора пословиц и поговорок, использованных в работе:

- в первую очередь, важна верная интерпретация самих понятий. Мы берем за основу определение, которое дал Даль В.И., поскольку именно его можно по праву считать отцом-основателем самого процесса изучения пословиц и поговорок. «Пословица - краткое изречение, поученье, более в виде притчи, иносказания, или в виде житейского приговора; она переходит в поговорку или простой оборот речи, а сама о себе говорит: Пословица не даром молвится» [4]. Определение поговорки автор дает уже в более позднем своем труде: «Поговорка – окольное выражение, переносная речь, простое иносказание, обиняк, способ выражения, но без притчи, без суждения, заключения, применения; это одна первая половина пословицы» [5]. Также Даль В.И. при сборе материала пояснял его ценность: с помощью пословиц и поговорок можно проанализировать мысли народа, стереотипы его мышления относительно того или иного события, явления, а также прийти к общим выводам о духовной и нравственной составляющей русского народа. Пословицы и поговорки являются частью народного дискурса и отражают устойчивые представления о практиках, принятых в обществе в определенное время [6]. Таким образом, определения Даля В.И. и его собрание пословиц и поговорок служат теоретической базой нашего исследования;

- во-вторых, следует обозначить принцип отбора изучаемых пословиц и поговорок. В качестве единиц контент-анализа были отобраны те из них, в которых отражены принципы, идеи, положения, имеющие отношение к финансовой стороне жизни семьи, а также то, что сейчас обозначается как «экономическая культура семьи».

Помимо этого, при отборе мы обращали внимание и на лингвистическую составляющую, то есть использовались изречения, в которых есть такие слова как «деньги (и любые их обозначения), финансы, траты, расходы, плата, заработок и др.», непосредственно связанные с экономической сферой, что облегчалось наличием тематических разделов в работе Даля В.И. Те пословицы и поговорки, которые имеют более социальную, чем экономическую коннотацию, в итоговый отбор не вошли. Хотя, как будет описано ниже, нами выделена отдельная группа «социально-экономические роли в семье», пристальное внимание обращено именно на роли экономические.

Общее количество изученных пословиц и поговорок составило 122 единицы. При этом нами не учитывалась степень их популярности и частота использования в современном мире;

- в ходе анализа нас интересовало, насколько выраженные нашими предками в пословицах и поговорках взгляды на семейный бюджет, доход и культуру его распределения, принципы расходов и т.д. находят отражение в современном мире, что из, казалось бы, пережитков прошлого все еще сильно в современной российской семье, или же мы полностью отказались от опыта предыдущих поколений. Поэтому было принято решение о необходимости проведения параллелей с современными реалиями посредством приведения данных социологических опросов и статистики. Подобного рода исследований ранее не проводилось, хотя сама сфера паремиологии достаточно популярна и, как выяснили Верников А.В. и Курышева А.А. в базе электронной библиотеки ELIBRARY содержится более тысячи статей, в той или иной степени, обращенных к изучению пословиц и поговорок. Однако, в большинстве своем их научное поле представлено филологическими и педагогическими науками: к примеру, показана связь паремиологии и гуманитаристики [7]; исследование в лингвоаксеологическом и лингвокультурологическом аспектах [2]; психологические

особенности народа, отраженные в пословицах и поговорках [8]; роль пословиц в обыденной психологии [9] и многое другое, в то время как экономика и социология встречается редко [10].

С экономической точки зрения достаточно глубоко анализ пословиц и поговорок провел Горшков А.В. [11], который делает акцент на трудолюбии, порицании стяжательства, идеале скромности, иными словами, представляет экономическую культуру русского человека с положительной точки зрения. Наш анализ предполагал отбор пословиц и поговорок, подходящих под задачи исследования, без учета их положительной или отрицательной направленности, однако, как будет описано далее, наши выводы близки по своей тональности к описанным Горшковым А.В. Также концепт «деньги» в паремиологии отметила Ермакова Н.В., которая провела сравнение российских и французских пословичных практик [12], а Карачина О.Е. - с англоязычными источниками [13].

В иностранной традиции отмечается опыт обращения к паремиологии [14], которому мы отдаем должное, но учитываем более в теоретическом плане, поскольку практическое поле отражает национальные и языковые особенности и должны быть изучены в соответствии с этим пониманием.

Анализ пословиц и поговорок по тематическим блокам

Как было упомянуто выше, в ходе контент-анализа было отобрано 122 единицы, которые далее были объединены в 5 тематических групп: заработок/доход, накопление/сохранение, траты/расход, социально-экономические роли в семье, отношение к финансам и общие стереотипы, касающиеся финансово-экономической сферы семьи. Перейдем к их более детальному разбору.

1.Заработок/доход.

Через призму пословиц и поговорок русская семья представляется работающей, которая ради достижения благополучия привыкла рассчитывать только на себя и свой труд:

- «Хочешь есть калачи, не сиди на печи»;
- «Шевелись, чтобы денежки велись»,
- «Где работа, там и густо, а в ленивом доме— пуст»,
- «Денежки труд любят».

В современной России увеличилось количество источников получения доходов. Но, тем не менее, заработная плата остается основным. По данным Росстата за 2022 г. возросли доли доходов населения от предпринимательской деятельности (с 5,5 в 2021 г. до 6,2%), социальных выплат (с 20,6 до 20,7%), а снизились от собственности (с 5,7 до 5%) и оплаты труда (с 57,3 до 57,2%) [15].

Из данной группы можно выделить положительные стороны экономической культуры российской семьи: упор на честный труд и доход от него, побуждение к работе, положительную мотивацию [16],[17].

2.Накопление/сохранение

Практика сохранения, откладывания «на чёрный день» пришла к нам от наших далеких

предков. Еще в каменном веке люди поняли, что нельзя использовать или тратить все сразу, надо иметь запас. Сохранившиеся к середине XIX века пословицы и поговорки (во времена публикации труда В.И. Далема) также напоминают нам о важности накоплений [\[18\]](#):

- «Всякая копейка кладётся на счёт: бережёная копейка рубль бережёт»,
- «Тот без нужды живёт, кто деньги бережёт»,
- «Береги денежку про черный день».

По результатам исследования, выполненного Сберстрахованием (результаты представлены на официальном сайте Сбербанка) россияне в среднем хотели бы накопить 370 тыс. рублей. При этом, только каждый второй респондент твердо выказал намерения откладывать денежные средства, а каждый пятый (22%) точно не будут этого делать.

К концу 2022 г. накопления были у 54% опрошенных. Больше склонны к сберегательному поведению люди до 25 и старше 55 лет, а россияне самого трудоспособного возраста копят меньше. По нашему мнению, причин для этого несколько: во-первых, работающие люди больше склонны считать, что при необходимости смогут заработать, поэтому иметь сбережения не обязательно. Во-вторых, они чаще имеют ипотечные и долговые обязательства перед банками, следовательно, доходы тратятся на их погашение. В-третьих, к сожалению, россияне среднего возраста недостаточно финансово грамотны и не считают, что накопления – это обязательная часть финансового поведения. Молодежь до 25 лет в России имеет более высокий уровень финансовой культуры, что является следствием образовательной политики в этой сфере, а поколение в возрасте старше 55 – жизненного опыта, который нередко заменяет финансовое образование и учит людей иметь накопления.

3. Траты/расходы

Все отобранные в этой группе единицы для анализа условно можно разделить на две: одна призывает тратить как можно меньше, а купленное беречь и о вещах заботиться; а вторая повествует о тяготах ведения семейного бюджета: деньги быстро расходуются, расходы трудно распределить (см. Таблицу 1).

Таблица 1.

Примеры пословиц и поговорок по теме траты/расходы

Table 1.

The examples of proverbs and sayings on the topic of spendings

Группа 1 (примеры)	Группа 2 (примеры)
Бережливость — не скупость	На дворе мороз, а в кармане денежки тают
Пока не купил — жалею деньги, а купил — жалею вещь	Деньги — как вода: плывут неизвестно куда

Источник: составлено автором.

Как видно из приведенных выше примеров, наши предки не заостряли внимания на конкретных статьях расходов. Причин для этого, скорее всего, несколько: во-первых, для среднестатистической семьи раньше траты были одинаковы и не возникало мыслей,

что можно тратить деньги на что-то кроме привычных вещей, а, во-вторых, отсутствовал и сам выбор [\[19\]](#).

В XXI веке у потребителей помимо обязательных трат (таких как, к примеру, услуги ЖКХ и налоги) огромный выбор товаров и услуг, что существенно расширяет количество статей бюджета, а также требует больших сумм денег, поскольку все меньший процент населения живет за счет натурального хозяйства или практикует принципы социального обмена.

По результатам исследования консалтинговой компании Яков и партнеры за 2022 г. средний чек россиян увеличился на оплату ЖКХ, лекарственных препаратов и медицинских услуг, продуктов, связи и интернет, а также бытовой химии. При этом снизился на предметы роскоши, путешествия, рестораны и электронику. С марта 2022 г. все больше россиян стали переходить на сберегательную модель поведения. «Российские потребители, показав крайне высокую степень лояльности определенным сетям, при этом в большинстве своем изменили набор брендов в продуктовой корзине: 39% из них — из-за роста цен, 33% — из-за ухода с рынка привычных брендов, а 21% — для тестирования отечественного производства. Однако пока что менее половины перешедших остались довольны заменой», - говорится в отчете (представлен на официальном сайте компании Яков и партнеры).

Таким образом, в данном пункте мы видим различия в экономических практиках наших современников и предков: по крайней мере до середины XVIII в. (времени сбора пословиц и поговорок В.И.Далем) основной целью людей было тратить как можно меньше, в современном мире много статей бюджета, которые невозможно сократить. Однако, неизменным остается тот факт, что большая часть населения испытывает нужду и очень тщательно подходит к вопросу планирования своих расходов [\[20\]](#) [\[21\]](#).

4. Социально-экономические роли в семье

Данная группа пословиц и поговорок представляется одной из наиболее интересных, поскольку, во-первых, напрямую объединяет социальную и экономическую составляющую в исследуемом объекте, во-вторых, имеет две четкие противоположные по смыслу тенденции, и в-третьих, дает возможность для качественного сравнения социально-экономических ролей и представлений о них с современными стереотипами [\[22\]](#) [\[23\]](#).

Условно две выделенные группы можно обозначить как «главенство социального» и «главенство материального» в семье.

В первом случае народ через пословицы и поговорки выражает мысль о том, что хорошие взаимоотношения – это основа семьи, а не деньги, а также выделяет конкретные социальные роли, которые дошли до наших дней (муж – добытчик, жена – хозяйка) [\[24\]](#) [\[25\]](#):

- «Семейное согласие всего дороже»,
- «Согласье в семье — богатство»,
- «Муж вези гуж, а жена шей рубашки»,
- «Муж — дому строитель, нищете отгонитель».

Во второй выделенной группе ведущая роль в семейном благополучии отведена

финансам: если деньги есть, то и семья ладится. Причем относится это не только к паре муж-жена, но и к другим родственникам (чаще всего упоминается теща):

- «Муж в долгу, а жена в шелку»,
- «Муж любит жену богатую, а тещу — тороватую».

Однако, несмотря на различия в значениях этих двух групп половиц и поговорок, общий посыл у них одинаков – для семейного счастья необходима материальная стабильность и достаток. Трудно опровергать это утверждение и в XXI веке [\[26\]](#).

Основным спорным вопросом остается роль и вклад каждого партнера в семейный бюджет [\[27\]](#). В России один из самых больших разрывов в заработной плате мужчин и женщин: по данным ТАСС разница составляет 30%. Вторая важная причина возможного неравноценного вклада в семейный доход – это период декрета, когда женщина с ребенком/детьми находится почти на полном иждивении мужа. 54% респондентов мужского пола в исследовании, проведенном порталом SuperJob ответили, что их заработная плата выше или существенно выше, чем у жены. Доля женщин, зарабатывающих больше мужа, увеличивается с возрастом. Равный вклад в семейный бюджет отметили только по 18% опрошенных как мужского, так и женского пола (полные результаты исследования приводит портал banki.ru) [\[28\]](#) [\[29\]](#).

Таким образом, мы приходим к выводу, что стереотипы о социально-экономических ролях и положении в семье, отраженные в пословицах и поговорках около двух веков назад, находят свое отражение в современной жизни [\[30\]](#) [\[31\]](#).

5. Отношение к финансам и общие стереотипы, касающиеся финансово-экономической сферы семьи

Последняя выделенная нами группа логически объединяет все предыдущие пункты, делая акцент на той роли, которую деньги играли в жизни семьи и как влияли на взаимоотношения.

Большинство пословиц и поговорок признают ведущую роль денег в благополучии семьи, а также имеют оттенок фатальности, говоря о том, что больших денег не заработать, но они нужны и люди ради них на многое готовы пойти:

- «Деньги идут к деньгам»,
- «Хуже всех бед, когда денег нет»,
- «За денежки и черт спляшет»,
- «Дорого, да мило, дешево, да гнило».

Тем не менее можно встретить и обратное, более социально значимое утверждение: люди важнее денег, а человеческие взаимоотношения нельзя купить или измерить материально:

- «Люди — всё, а деньги — сор»;
- «В избе теснота, да в душе чистота».

Очевидно, что сейчас мы можем встретить обе эти позиции в современном мире, они не являются продуктом определенной исторической эпохи, а отражают, скорее, социально-

психологические характеристики людей.

Заключение

Стоит отметить, что экономические стереотипы, существующие среди российских семей, могут быть достаточно точными «продуктами» исторической памяти, но большинство из них отражают низкий уровень экономической культуры населения и могут привести к неправильным решениям при управлении финансами. Каждый второй житель России оценивает свой уровень финансовой грамотности как неудовлетворительный.

В данной работе не стояла задача разработки комплекса мер по решению данной проблемы, однако, стоит выделить один наиболее очевидный и действенный подход, исходя из того факта, что мы говорим о стереотипах и паттернах поведения, формировавшихся столетиями, и это – обучение. В данном контексте оно подразумеваем под собой целый комплекс мер, направленных на передачу информации, внедрение новых образовательных технологий, продвижение финансовых знаний в СМИ и т.д. Иначе говоря, необходимо проводить массовую работу, направленную на замену старых, уже отживших и неработающих сценариев финансового поведения на актуальные и адекватно отвечающие на современные вызовы.

Результаты проведенного контент-анализа в сравнении с современной статистикой и данными социологических исследований наглядно демонстрируют влияние сложившихся, устойчивых межпоколенных стереотипов на экономическое поведение наших современников. Интеграция и совместное использование опыта предков и актуальных знаний в финансово-экономической сфере дадут возможность к грамотному выстраиванию как личных, так и семейных финансов, и позволят укрепить семью как социальный институт.

Библиография

1. Силласте Г.Г. Социальные трансции и формирование нового гендерного порядка // Женщина в российском обществе. 2019. N 2. С. 3—16.
2. Паремииология без границ / Под ред. М. А. Бредиса, О. В. Ломакиной. – Москва : РУДН, 2020 – 244 с.
3. Снегирёв И. Русские в своих пословицах: рассуждения и исследования об отечественных пословицах и поговорках. М.: В Университетской типографии, 1831 - 187 с.
4. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. / Факс. изд.- Москва: Русский язык, 1989.
5. Пословицы русского народа: сборник В. И. Даля. 4-е изд., Москва: Русский яз. Медиа, 2009.
6. Моисеева И. Ю., Чудина Е. Прагматические функции пословиц и поговорок // Вестник Оренбургского государственного университета. - 2004. - № 11. - С. 170–172.
7. Лысикова Н.П. Паремииология в контексте гуманитаристики: поликультурный аспект // Гуманитарные науки в новой реальности: проблемы, подходы, ценности. Сборник трудов. Саратовю. - 2022. - С. 480-486.
8. Иванов А. В. Пословицы как отражение национального менталитета // Иднакар: методы историко-культурной реконструкции. - 2015. - №4 (29). - С.91-99.
9. Баранова О. Г. Роль русских пословиц и поговорок в обыденной и научно-практической психологии // Социокультурные проблемы современной молодежи :

- материалы Междунар. науч.-практ. конф., 11-13 мая 2006 г. Ч. 2. - Новосибирск : НГПУ. - 2006. - С. 13-20.
10. Верников А.В., Купышева А.А. Отношение к жизни не по средствам в русских пословицах и поговорках // Экономическая социология. - 2023. - Т.24. - № 3. - С. 33-57.
 11. Горшков А. В. Русские пословицы и поговорки как выражение национальной экономической культуры // Вестник ЧелГУ. - 2011. - №36. - С. 28-33.
 12. Ермакова Н. В. Параллелизм концепта «Деньги» в русской и французской паремиологии // Russian Journal of Education and Psychology. - 2012. - №10. - С. 70-75.
 13. Карачина О. Е. Долг в русских и английских поговорках // Национальная ассоциация учёных. - 2015/ - №6.3. - С. 67-70.
 14. Hoffman R. R., Honneck P. Proverbs, Pragmatics, and the Ecology of Abstract Categories // Cognition and Symbolic Structures: The Psychology of Metaphoric Transformation. Norwood: Ablex Publishing. - 1987. - P. 121-140.
 15. Росстат. Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/189829>
 16. Горшков А. В. Русские пословицы и поговорки как выражение национальной экономической культуры // Вестник ЧелГУ.-2011.-№36.-С. 28-30.
 17. Худолей Н.В. Национальный код культуры и его актуализация в пословицах, поговорках и классических литературных текстах // Полилингвильность и транскультурные практики.-2017.-№4. – С. 643-653.
 18. Орлова И.А. Пословицы и поговорки о семейном бюджете: история и современность. Сборник научных трудов "Молодой ученый", 2020, №18(434), 226-230.
 19. Adapa S., Sheridan A. A case of multiple oppressions: women's career opportunities in Malaysian SME accounting firms // International Journal of Human Resource Management, 2021. № 32(11), pp. 2416-2442.
 20. Бондаренко, В. А. Из истории экономической культуры России. Москва, 2002.
 21. Пословицы. - М.: Экономическая газета. 2018.
 22. Лихачев, Д. С. Разыскивается отправная точка: статьи, беседы, заметки о русской культуре XIX - XX веков. Санкт-Петербург, 2000.
 23. Демин М.В. Социально-психологические аспекты экономической культуры семьи. М.: Академический проект, 2018.
 24. Цветков О.В. Потребительские расходы семьи и формирование семейного бюджета. Экономист, 2019, №6, 52-59.
 25. Bonal X., González S. The impact of lockdown on the learning gap: family and school divisions in times of crisis. Int. rev, 2020. p. 635-655.
 26. Alayo M. and others. Mapping family firm internationalization research: Bibliometric and literature review // Review of Managerial Science. 2020. № 15, pp. 1517-1560.
 27. Byrne J. and others. Gender gymnastics in CEO succession: Masculinities, femininities and legitimacy // Organization Studies. 2021. № 42, pp. 129-159.
 28. Hernández-Lara A.B., Gonzales-Bustos J.P. The influence of family businesses and women directors on innovation // Applied Economics. 2020. № 52. pp. 36-51.
 29. Kubiček A., Machek O. Gender-related factors in family business succession: A systematic literature review // Review of Managerial Science. 2019. № 13. pp. 963-1002.
 30. Экономическое поведение и управление домашним хозяйством. Под ред. С.Г.

Илышева. М.: Высшая школа экономики, 2020.

31. Экономическое поведение домохозяйств: анализ и моделирование. Под ред. Б.В. Сазонова, В.Г. Лебедева. М.: Академия, 2019.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье «Экономические стереотипы российских семей через призму пословиц и поговорок» предмет исследования – пословицы и поговорки как инструментам познания социальной и исторической реальности. Цель исследования – проанализировать пословицы и поговорки с точки зрения изучения экономических стереотипов, присущих нашим предкам и передававшихся через поколения до современных семей

Методология исследования базируется на необоснованном представлении пословиц и поговорок как некоторых стереотипов. Автор пишет, что «определение Даля В.И. и его собрание пословиц и поговорок служат теоретической базой нашего исследования». Но не собственных доказательств того, что пословицы и поговорки есть стереотипы поведения, как нет и ссылок на работы, раскрывающие эту взаимосвязь. Эмпирической базой исследования стали, в которых отражены принципы, идеи, положения, имеющие отношение к финансовой стороне жизни семьи, а также то, что сейчас обозначается как «экономическая культура семьи». Общее количество изученных пословиц и поговорок составило 122 единицы, которые были объединены в 5 тематических блоков: заработок/доход, накопление/сохранение, траты/расход, социально-экономические роли в семье, отношение к финансам и общие стереотипы, касающиеся финансово-экономической сферы семьи. Всего в работе проанализированы около половины пословиц и поговорок, из заявленных 122 единиц. Представленные пословицы и поговорки имеют положительную коннотацию. В связи с этим возникают вопросы:

1. А как бы автор интерпретировал поговорки «Жена верховодит, так муж по соседям бродит», «Муж — голова, шея — жена, куда шея, туда и голова», «Муж, что малое дитя, присмотру требует». Они явно противоречат авторскому распределению социально-экономических ролей в семье (муж – добытчик, жена – хозяйка).
2. А как отобраны были именно эти пословицы: по уровню популярности у населения или в соответствии с некоторым внутренним авторским убеждением? Часть представленных пословиц явно не являются популярными.

В качестве основных общенаучных методов исследования заявлены анализ, синтез, моделирование. Но моделирование как метод создания и исследования моделей в работе явно не применяется.

Актуальность исследования экономических стереотипов российских семей определяется необходимостью нахождения механизмов их оптимизации, способствующих эффективному социально-экономическому развитию в целом и успешную адаптацию к его последствиям больших масс людей. Безусловно, изменения в обществе требуют специального изучения направленности изменений в общественном сознании и его соответствия тем реалиям, которые существуют в нынешнее время.

В связи с не проработанностью методологии исследования вывод о его новизне сделать не представляется возможным.

В целом исследование характеризуется определённой последовательностью. Содержание соответствует требованиям научного текста. В статье неплохо подобраны

данные современной статистикой и социологических исследований, раскрывающие ситуацию в сферах заработок/доход, накопление/сохранение, траты/расход, социально-экономические роли в семье, отношение к финансам и общие стереотипы, касающиеся финансово-экономической сферы семьи.

Библиография публикации в целом достаточна. Она включает 20 публикаций. Таким образом, апелляция к основным оппонентам из рассматриваемой области присутствует, но требует расширения за счёт значимых работ, которые бы раскрыли возможность рассмотрения пословиц и поговорок как стереотипов поведения. Следует обратить внимание также, что литература в части монографий оформлена некорректно (отсутствует указание на издание и общее количество страниц).

Вывод: Статья «Экономические стереотипы российских семей через призму пословиц и поговорок» в настоящий момент имеет определённый эвристический потенциал. Она будет представлять интерес для специалистов в экономической социологии. Работа может быть опубликована после внесения исправления в методологическую часть.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

О том насколько большое значение имеет семья для российского общества сегодня говорят и пишут различные философы, культурологи, социологи. Именно семья, как и ряд других традиционных ценностей, являются системообразующими для нашей страны. Президент РФ В.В. Путин отмечает, что «благополучная, крепкая семья с детьми – это и есть будущее России». Неслучайно за последние годы в череду отечественных праздников вошел День семьи, любви и верности, приуроченный к памяти Петра и Февронии. И хотя за столетия произошли существенные перемены, в частности трансформация от патриархальной семьи к современной семье партнерского типа, тем не менее многие стереотипы и образцы поведения ведут свой отчет из глубины веков, а понять некоторые из них можно с помощью пословиц и поговорок.

Указанные обстоятельства определяют актуальность представленной на рецензирование статьи, предметом которой являются экономические стереотипы российских семей. Автор ставит своими задачами проанализировать принципы отбора пословиц и поговорок, а также принципы интерпретации, выявить с помощью пословиц и поговорок экономические стереотипы, присущие нашим предкам и передававшиеся через поколения до современных семей.

Работа основана на принципах анализа и синтеза, достоверности, объективности, методологической базой исследования выступает системный подход, в основе которого находится рассмотрение объекта как целостного комплекса взаимосвязанных элементов. Автор также использует метод контент-анализа.

Научная новизна статьи заключается в самой постановке темы: автор стремится охарактеризовать экономические стереотипы российских семей через призму пословиц и поговорок.

Рассматривая библиографический список статьи, как позитивный момент отметим его разносторонность: всего список литературы включает в себя свыше 30 различных источников и исследований, что уже само по себе говорит о серьезном объеме подготовительной работы, проделанной ее автором. Из привлекаемых автором источников отметим прежде всего «Толковый словарь живого великорусского языка» В.И. Даля, различные пословицы, а также материалы Росстата. Из используемых исследований укажем на труды И.А. Орловой, Н.В. Худолей, А.В. Горшкова, в центре

внимания которых различные аспекты паремиологии. Заметим, что библиография статьи обладает важностью как с научной, так и с просветительской точки зрения: после прочтения текста статьи читатели могут обратиться к другим материалам по ее теме. В целом, на наш взгляд, комплексное использование различных источников и исследований способствовало решению стоящих перед автором задач.

Стиль написания статьи можно отнести к научному, вместе с тем доступному для понимания не только специалистам, но и широкой читательской аудитории, всем, кто интересуется как институтом семьи, в целом, так и пословицами и поговорками о семье, в частности. Апелляция к оппонентам представлена на уровне собранной информации, полученной автором в ходе работы над темой статьи.

Структура работы отличается определенной логичностью и последовательностью, в ней можно выделить введение, основную часть, заключение. В начале автор определяет актуальность темы, показывает, что стремится выявить «насколько выраженные нашими предками в пословицах и поговорках взгляды на семейный бюджет, доход и культуру его распределения, принципы расходов и т.д. находят отражение в современном мире, что из, казалось бы, пережитков прошлого все еще сильно в современной российской семье, или же мы полностью отказались от опыта предыдущих поколений». Автор отмечает, что «в ходе контент-анализа было отобрано 122 единицы, которые далее были объединены в 5 тематических групп: заработок/доход, накопление/сохранение, траты/расход, социально-экономические роли в семье, отношение к финансам и общие стереотипы, касающиеся финансово-экономической сферы семьи». Примечательно, что как отмечает автор рецензируемой статьи, «стереотипы о социально-экономических ролях и положении в семье, отраженные в пословицах и поговорках около двух веков назад, находят свое отражение в современной жизни».

Главным выводом статьи является то, что «экономические стереотипы, существующие среди российских семей, могут быть достаточно точными «продуктами» исторической памяти, но большинство из них отражают низкий уровень экономической культуры населения и могут привести к неправильным решениям при управлении финансами».

Представленная на рецензирование статья посвящена актуальной теме, снабжена таблицей, вызовет читательский интерес, а ее материалы могут быть использованы как в учебных курсах, так и в рамках формирования стратегий молодежной политики и политики в области семьи и детства.

В целом, на наш взгляд, статья может быть рекомендована для публикации в журнале «Социодинамика».