

ЭФОРУМ

№ 5 (16) декабрь, 2009 г.

БЮЛЛЕТЕНЬ

 ЛАБОРАТОРИИ
 ЭКОНОМИКО-
 СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
 ИССЛЕДОВАНИЙ
ЗНАКОМИМСЯ.....2**УЗНАЕМ**9**УЧИМСЯ**12**ШУТИМ**15

Интервью с Даниилом Александровым о Белом море, СЛОНе и нескучной социологии

Как писать научные статьи. Рекомендации авторам

Прогнозирование в экономической социологии: предсказательная возможность потребительских настроений

Весенний кроссворд

Уважаемые читатели!


Содержание декабрьского бюллетеня «ЭСФорум» столь же разнообразно, как времена года. Четыре материала в этом номере по своему настроению напоминают нам соответственно о лете, осени, зиме или весне.

В рубрике «Знакомимся» царит лето. Здесь профессор Даниил Александров рассказывает о том, как в период летних каникул студенты социологического факультета филиала ГУ ВШЭ в Санкт-Петербурге проводят свою загородную полевую практику. В самой теплой обстановке они осваивают «нескучную» науку – социологию.

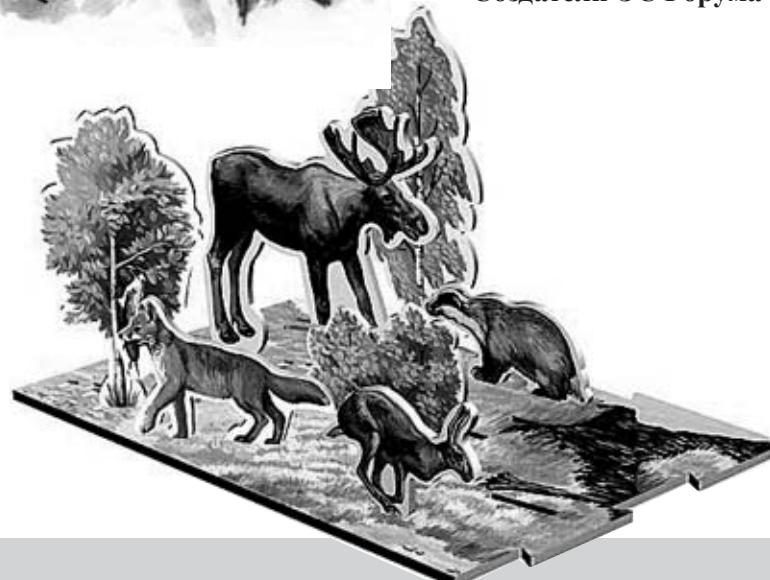
В рубрике «Узнаем» к нам приходит осень. Именно в это время начинается новый виток академической деятельности. Поэтому здесь мы публикуем перевод эссе Эзры Цукермана «Как писать научные статьи. Реко-



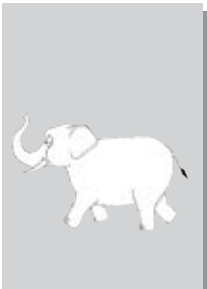
мендации авторам», в котором профессор Массачусетского технологического института дает советы коллегам относительно того, что и как следует делать с тем, чтобы написать качественную научную работу. В рубрике «Учимся» наступает зима. Чтобы окончательно не замерзнуть и быть готовыми к любым превратностям нашей переменчивой погоды, магистрант факультета социологии ГУ ВШЭ Максим Маркин предлагает экономсоциологам инструментарий, позволяющий им делать прогнозы – не хуже чем у метеорологов.

И наконец-то, в рубрике «Шутим» воцаряется весна. Чудное настроение. Улыбка на пол-лица! Вам предстоит разгадать весенний кроссворд по экономической социологии. 

Приятного чтения!
Создатели ЭСФорума



О Белом море, СЛОНе



Даниил Александров

кандидат биологических наук,
профессор кафедры социологии
СПб филиала ГУ ВШЭ,
зам. директора СПб филиала
ГУ ВШЭ, зав. научно-учебной
Лабораторией социологии
образования и науки

– **Кандидат биологических наук – научная степень, необычная для профессора социологии.**

– Это причуда ВАКовской системы. История моей специализации такова: по образованию я – биолог, а по специальности – науковед. Закончив в свое время биофак и работая в области морской экологии, я всегда интересовался науковедением, историей науки и историей образования, но считал, что при советской власти изучать историю – занятие бессмысленное. Острое ощущение, что этими темами, наконец-то, можно заниматься свободно, возникло у меня лишь во время перестройки. Раньше я занимался историей науки, историей образования для себя, хотя и публиковал статьи. Работал в архивах, занимался историей советской науки, в том числе и репрессиями в отношении ученых, и мои коллеги посмеивались: «сейчас человек в архивах работает, а потом его высылают в Париж». Но я как-то избежал этого. А в 1988-м я перешел в Академию наук, в Институт истории естествознания и техники, где сфокусировался на социальной истории российской науки. Моя диссертация была написана о поколениях в российской науке – такая стандартная социологическая проблема в духе Карла Мангейма.

Интервью с профессором Даниилом Александровым.

Меня интересовала поколенческая динамика: когда поколения, в том числе и научные, формировались за счет разного экзистенциального опыта – в период буржуазной революции 1905 г., в первую мировую войну и во время большевистской революции 1917 г. Получалось так, что люди с разными научными ориентациями, сталкиваясь с этими событиями, распределялись по разным социальным группам, у которых политические и академические убеждения были удивительным образом связаны. Например, сторонники определенных научных концепций оказывались эсерами. В моей работе, конечно, не было статистики, потому что известных имен в каждой научной области мало, но на уровне всех ведущих ученых-биологов первой четверти XX в. эти зависимости наблюдались. Об этом и была написана моя диссертация. Однако особенность организации российской академической системы состоит в том, что в ее основе находятся диссертационные советы и ВАК, а также определенная номенклатура специальностей. Специальность 07.00.10 – история науки – относится к области исторических наук, но поскольку предполагается, что человек занимается историей какой-то одной науки, то и диссертационные советы разделены по наукам: история биологических наук, история геолого-географических, история физико-математических наук и т.д. Соответственно я был вынужден защищать свою историко-социологическую диссертацию на совете биологических наук, потому что писал ее на материале биологических наук, т.е. об ученых-биологах. И только когда уже мои ученики стали защищать диссертации, изменились правила, и стало возможным получать степень кандидата исторических наук. А я так и остался «биологом», хотя по специ-

альности я социальный историк науки и образования.

– **И биологией Вы никогда не занимались?**

– Почему? Занимался. Я окончил биофак ЛГУ и семь лет там преподавал. Я занимался морской экологией, ездил в экспедиции на Белое море, в район полярного круга. В первый раз я поехал туда после девятого класса, а потом много лет участвовал в разных экспедициях как полевой исследователь. Кстати, в тот период я довольно много занимался количественными методами исследования. В частности, в 1970-е годы мы были первыми в России морскими экологами, которые стали использовать многомерные методы анализа данных – факторный анализ, дискриминантный анализ. Так что моей первой специальностью была количественная морская экология. Потом я стал заниматься социальной историей науки, но это уже были не количественные, а аналитические методы исследования. Я работал с архивными документами и занимался, в общем-то, исторической социологией. Тогда же, как историк науки, я стал много ездить за рубеж. В 1990 г. я поехал на летнюю школу в Швецию, а затем – на стажировку в Америку, осенью 1991 г. я снова отправился в Америку и преподавал в Чикагском университете... И так я бы продолжал заниматься науковедением, не меняя специальности, если бы не был создан Европейский университет (ЕУ). Я участвовал в первых его заседаниях и рассчитывал, что там можно будет преподавать историю науки. Однако этой вакансии не оказалось. Зато была вакансия на факультете социологии, куда привлекали специалистов с международным опытом и репутацией, и я стал преподавать там социологию знания.

И нескучной социологии

– **Материал пришлось готовить с нуля?**

– Конечно. И прошло определенное время, прежде чем я почувствовал себя больше социологом, нежели историком науки. Этот переход был продолжительным. Окончательная же «конденсация» или «кристаллизация» меня как социолога произошла совсем недавно, когда с Социологической лабораторией образования и науки (СЛОН) я приступил к работе в больших проектах: мы организовали летнюю практику, стали проводить крупномасштабные исследования, основанные на наших собственных теоретических моделях. Вот тут и произошла окончательная «кристаллизация»: когда я сам понял, что изменился. Я – уже не историк, рассказывающий истории. Я – социолог, занимающийся аналитической социологией.

– **Означает ли это, что не только Вы создали Лабораторию...**

– ...Но и Лаборатория создала меня? Безусловно. И мне необходимо было это изменение. Я сел заново всему учиться. Довольно смешно, что я уже освоил третью специальность и в своем возрасте при поездках за границу веду себя как юный аспирант. Прихожу к какому-нибудь профессору и говорю: «Вот Вы занимаетесь проблемой образования детей мигрантов, и я тоже собираюсь ею заняться. Не могли бы Вы рассказать мне, над чем Вы работаете, а я запишу в свой блокнотик». И это не дает мне скучать.

– **Даниил Александрович, а как организована проектная деятельность Лаборатории? Как вообще замышлялась Лаборатория?**

– Она замышлялась ради создания единого коллектива из моих учеников разного возраста. В ЕУ у меня были ученики, которые занимались, например, социологией образования. И в ГУ ВШЭ тоже появились студенты, работающие над подобными темами. Первое время в Лаборатории преобладало разнообразие тем, хотя с самого начала мы ориен-



тировались на создание масштабных проектов, у которых будет коллективное авторство. У меня была идея применить в социологии современные правила, свойственные естественным наукам, когда пять–семь человек делают проект, становясь соавторами.

– Но ведь авторство тогда не будет полностью указываться в статье?

– Просто при цитировании часто указывают фамилию первого автора, а потом «и др.». В некоторых науках авторы коллективных публикаций чередуются, чтобы у всех было равное с первым автором число публикаций. В некоторых областях существует также правило, что, если работу писал коллектив, но при этом во главе проекта был руководитель, то его фамилия ставится в конец. И у меня по старым проектам есть несколько совместных с моими

сотрудниками публикаций на английском языке в международных журналах, где фамилии авторов приведены не по алфавиту, а моя фамилия и вовсе стоит в конце. Для социологов такой «сигнал» непонятен, тогда как, скажем, для молекулярных биологов или экспериментальных физиков и химиков он абсолютно прозрачен. Фамилия человека, стоящая в конце списка, допустим, из семи авторов, – это фамилия руководителя всего проекта. Первая же фамилия в списке принадлежит автору, который внес наибольший вклад в написание работы. В лаборатории нам показалось интересным не разбредаться по разным темам, а попробовать организовать коллективный труд: когда мы вместе создаем инструмент для исследования, вместе рассматриваем модели (чему предшествуют коллективные семинары по обсужде-

нию литературы) и способы обработки данных. В ходе работы появляются лидеры – люди, явно способные вносить больший вклад, глубже понимающие проблематику, умеющие лучше ставить вопросы или быстрее обрабатывать данные. Естественным образом выявляется функциональность людей: кто что лучше умеет делать. При этом коллективные проекты не отменяют разработку самостоятельных тем, проведение поисковых исследований. Более того, не все проекты, которые ведутся в Лаборатории, – мои. Я очень рад, что работа Лаборатории выходит за рамки моих интересов. У нас есть, например, большой проект по социологии социальных наук Михаила Михайловича Соколова; есть проект по миграции, этничности и религии Эдуарда Дмитриевича Понарина, с которым мы вместе работаем.



Мои проекты в Лаборатории связаны с коллективной полевой работой в городе и на селе. Поскольку наша Лаборатория еще и научно-учебная, то нам показалось важным, чтобы молодежь приобщалась к науке, проходя через все ее ступени, и потому наши молодые сотрудники сами собирают данные, сами создают инструментарий и сами обрабатывают материал. И все это началось в 2006 г., когда благодаря фонду «Хамовники» появился всероссийский проект (я был его координатором) по изучению бедности в локальном измерении. Предполагалось, что в разных городах бедность будет изучаться не с точки зрения критериев, принятых в экономике и социальной политике, а так, как ее определяют сами жители. Этот проект мы делали в Санкт-Петербурге и Приозерском районе Ленинградской области. Тогда мы впервые сняли в Приозерском районе жилье, и с тех пор каждое лето вывозим туда на летнюю практику всех желающих студентов.

– **Даже первокурсников?**

– Да, особенно первокурсников. На практику выезжают и опытные ребята, которые работают в Лаборатории, однако главная задача – рекрутировать совсем «зеленых» первокурсников, которые получают возможность «вживую» посмотреть, что такое социология. Семинары у нас проходят в доме, который мы снимаем. Мы регулярно читаем какую-то литературу, проводим рабочие совещания, на которых обсуждаем полученные результаты, составляем планы (к этому времени мы сделали то-то и то-то, остается то-то и то-то, определяем, кто готов взять этот кусок на себя). Создаются команды из людей, у которых есть опыт полевой работы, и из новичков, у которых такого опыта нет. Мне это кажется необычайно важным. Во-первых, в таком тесном общении осуществляется связь поколений: я участвую в семинарах, мои ученики участвуют в посиделках, приезжают какие-то гости, старшекурсники и первокурсники. Благодаря такому общению навыки и знания передаются более естественно, не аудиторным способом, а из рук в

руки. Во-вторых, поскольку на летней практике все время идет теоретическое обсуждение проблем, люди учатся тому, что социология – наука аналитическая, наука с теоретическими моделями, а также тому, что в поле мы ищем ответы на вопросы-гипотезы, которые сформулированы теоретически. Без такой специальной работы в головах у студентов нередко остается разрыв между «аудиторной» теорией и эмпирикой, которую они видят в опросах и которая в итоге предстает в отчетах в виде кресттабов и пирожковых диаграмм. Когда же в наших коллективных исследованиях мы строим сложные модели, при помощи которых потом обрабатываются данные, когда из опросных данных конструируются социально-психологические индексы, когда идет сложная обработка полученной информации и когда самим не всегда просто понять, что же мы сделали, молодые, талантливые ребята приобретают способность ясно мыслить теоретически, а точнее, теоретико-эмпирически. Теперь они способны увидеть эмпирическую проблему, пойти в электронные базы данных, подобрать литературу, принести ее на семинар и сказать: на наш взгляд, для того чтобы мы могли продуктивно работать, нам потребуются такие-то концепции, давайте попробуем их использовать. Вот, например, одна из интересующих нас проблем: почему в одних поселках школы успешно работают, а в других – нет. Ясно, что это никак не связано, например, с финансированием школы и с оплатой учителей. Зато явным образом нам помогает концепция социальной действенности (*social efficacy*), которая была разработана с целью понять, почему жители в одних районах Чикаго живут лучше, чем в других. И теперь мы собираемся применить эту модель к местным сообществам в России.

А кроме этих летних поездок, когда у нас проходят большие опросы, мы все время ездим туда и зимой: в районный центр, в школы, получаем какие-то новые данные. Для нас это и летняя практика, и пилотная площадка, на которой мы пытаемся понять, какие концепции можно ис-

пользовать и как их необходимо адаптировать. Вот, например, давний спор: годятся ли для изучения российской действительности западные модели. Но вместо того, чтобы обсуждать эти вопросы в аудитории, мы пытаемся тестировать их на практике. Этим летом мы занимались тем, что переводили на русский язык, а точнее, адаптировали для России, опросный инструмент, который был разработан в США, и пытались его пилотировать в интервью, для того чтобы понять, насколько данные концепции и инструменты применимы в России. Жизнь в разных странах устроена по-разному, потому и вопросы нужно задавать другие. Однако при этом важно, чтобы вопросы, которые мы задаем здесь, работали на ту же самую задачу, которая решается там.

И что бы мы ни делали, мы все время приходим к сравнительным исследованиям. Так, например, мы изучаем, как работают социальные работники. Есть социальная политика, а есть социальная работа, и они радикально отличаются друг от друга, как право и правоприменение. Мы изучаем, как же реально происходит социальная работа с бедными. И естественно, этим занимаемся не только мы, но и разные специалисты в Америке, Израиле. Слава Богу, не все журналы доступны в электронных базах Высшей школы экономики. Почему «слава Богу»? Потому что подобный дефицит заставляет и моих учеников, и меня самого писать письма коллегам за рубеж. Причем это происходит прямо в поле: находясь в Ленинградской области, мы обнаруживаем, что какая-то статья недоступна в Вышке, и мы запросто можем написать, например, в Израиль, чтобы нам прислали PDF некоторых работ по социальной защите. Так, у нас была очень живая переписка с социологами, которые изучают социальную работу в Израиле и которые предлагают проводить сравнительные исследования. Иначе говоря, мы находимся в поле и уже планируем сравнительное исследование. Одна моя студентка, которая делала работу по семьям, находящимся в трудном положении, при небольшой

моей подначке написала профессору в Калифорнию, который проводил сходное исследование. И он снабдил ее всем необходимым инструментарием. Для меня это и есть международный исследовательский университет. Я работаю в международном исследовательском университете, потому что мои студенты, когда нужно, с легкостью обращаются к немецким, американским, бельгийским исследователям, вступают с ними в переписку, получают от них статьи, инструментарий, рукописи. Между ними устанавливаются отношения коллег. И западные коллеги сразу начинают просить, чтобы мы написали им о полученных результатах. Еще не было случая, когда мне просто прислали бы статью и отмахнулись: им интересны коллеги из России.

– Вы готовите отчеты на английском языке?

– Статьи на английском языке мы напишем по завершении проектов, а пока ограничиваемся тем, что пишем западным коллегам длинные письма.

– Даниил Александрович, а какие у Лаборатории планы на будущее?

– Во-первых, я надеюсь на то, что наши международные исследования, которые на сегодня носят скорее случайный характер, превратятся в правило. Я хотел бы, чтобы магистранты ездили на исследовательские стажировки за границу, причем не в Берлин, Кельн и Париж, а в Кению, Южную Африку, Пакистан, Индию, Мексику и другие интересные места. Я считаю, что мы не обязательно должны исследовать только Россию. С коллегами на факультете мы также договорились, что студентам, желающим работать с уже имеющимися эмпирическими материалами, мы будем давать американские и немецкие базы данных. Я хочу, чтобы наша молодежь писала магистерские диссертации об американских или немецких проблемах, ведь прекрасные данные исследований во многих зарубежных странах теперь доступны и нам. Во-вторых, я рассчитываю, что теперь, когда у нас уже накоплен опыт

и установились международные связи, когда мы можем заинтересовать зарубежных коллег не просто тем, что мы – русские, а нашими исследовательскими достижениями, у нас будут настоящие совместные сравнительные проекты. Мне кажется, что и у студентов возникнет другое ощущение от жизни, по сравнению с тем, когда речь шла только о локальных исследованиях. Нам известно, в каком направлении дальше работать. У нас пока нет публикаций на английском языке, а они должны быть. Мы должны не только переписываться с коллегами, а выступать на международном рынке идей.

– Как можно попасть в вашу Лабораторию?

– В Лабораторию попадают все желающие. У нас есть такой статус – волонтер. Первокурсники и второкурсники, которые еще не знают, хотят ли они делать научную карьеру или нет, у нас волонтерствуют. Если они начинают работать в проектах, то просто получают сдельную оплату. В итоге студенты, которые не отсеялись, а наоборот, увлеклись работой, становятся сотрудниками Лаборатории. Понятно, что кто-то из студентов настроен просто учиться, получить диплом и пойти работать, а участие в Лаборатории требует большего. Работа в Лаборатории занимает много времени, а это порождает конфликт с основным обучением. Так что не все остаются у нас, но мы стараемся дать возможность себя попробовать всем, кому это интересно. Я доверяю такому социальному отбору. Например, в системе летней практики у нас работа не оплачивается, все получают только суточные. И мои коллеги, которые к нам приезжают, удивляются и спрашивают: «Как у вас все так успешно здесь складывается, вы им что-нибудь платите?» Нет. Только суточные, которые идут в общий котел и на которые покупается еда. «Они что у вас, по двенадцать часов в сутки работают бесплатно?» Я говорю: да, в этом состоит вся идея Лаборатории. Так, собственно, и проверяется, интересно студентам заниматься исследованиями или нет. Если им интересно и они готовы рабо-

тать бесплатно, становится понятно, что из них получатся ученые, которые смогут своим энтузиазмом зарабатывать деньги. Ведь научный энтузиазм, желание много работать, все время думать над материалом – очень важно. И все это должно прийти вместе с ощущением, что ты можешь это делать, и тогда ты способен почувствовать, что готов строить академическую карьеру. Я, например, видел мальчиков, которые идут в аспирантуру, чтобы избежать армии. И наука им не интересна, и работать им не хочется, но поскольку не защитить диссертацию вроде бы нельзя, они пишут какие-то диссертации. Честное слово, лучше бы они их не писали.

Но заниматься наукой надо весело. В частности, работа на летней практике должна быть веселой «тусовкой», которая организована вокруг науки. Иначе практика перестает быть тем, чем она должна быть. Поэтому очень важно, чтобы наука не была скучной. И у нас она вроде бы нескучная. К нам приезжала выпускница соцфака другого университета, погуляла с нашими студентами и задала мне вопрос: «Что вы делаете с детьми?» Я говорю: «А что такое?» «Они у вас даже во время купания обсуждают социологические проблемы».

– Значит, когда наука – призвание, она всегда «в кайф»? Или занятия наукой все же требует напряжения?

– Конечно, наука требует напряжения. Но это напряжение должно быть в «кайф». Можно иметь призвание преподавателя, но это не значит, что вам не будет тяжело «тащиться» на лекцию. Дело в том, что в научной, инструментальной коллективной работе может быть любовь к самому процессу. Например, химики, даже хорошие, любят не статьи писать, а переливать жидкости из пробирки в пробирку. Научный результат часто является побочным, хотя и самым важным побочным продуктом исследовательской деятельности. В конечном счете ученые участвуют в соревновании за результат, что придает их работе определенное возбуждение. Наша беда состоит в том, что российская




социология глубоко фрагментирована. И люди не получают необходимой эмоциональной поддержки от окружающих в отношении своей работы, что заставляло бы их все время вертеться и получать новые результаты. И без соответствующей академической среды не возникает привычка к научной работе, не происходит интериоризация научных норм. Необходимо иметь внутреннее желание все время обдумывать какие-то новые идеи, обсуждать новый материал. Мы стараемся построить работу со студентами так, чтобы они работали без остановки. Не должно быть ситуаций, когда человек полгода пишет дипломную работу, а потом еще полгода раздумывает над тем, что ему делать дальше. При наличии коллективных исследований ребята не ос-

танавливаются, и, закончив один проект, его участники сразу должны включаться в какой-то другой. Нужно поддерживать в коллективе такую обстановку, когда каждый хочет внести свой вклад в общую работу, а остальные этому радуются. И это непросто.

– **По-моему это очень трудно.**

– Мне кажется, что, когда вы вовлечены в какую-либо игру, которая устроена относительно просто, но при этом она продуктивна и конкурентна, интерес к ней будет поддерживаться сам собой. Вообще, почему существует наука? Потому что это ужасно интересная интеллектуальная игра с наличием конкуренции, где, с одной стороны, работать трудно, а с другой – издержки на входе не очень высоки. Поэтому мы

и привлекаем к ней первокурсников. Можно было бы сказать им: «приходите после третьего курса». Но к третьему курсу они пойдут работать в какое-нибудь маркетинговое агентство, и зачем мы им тогда будем нужны? Поэтому уже сейчас мы говорим им: «добро пожаловать». Но также говорим: чтобы стать настоящими социологами, им придется прочитать груды литературы, семь пар сапог истоптать, семь железных хлебов съесть... Летом они в этом убеждаются сами, видя, как трудно из года в год делается исследовательский проект. И они, во-первых, вовлекаются в эту работу, а во-вторых, принимают для себя решение: нужно им это или нет. 

Беседовала
Елена Александрова





Эзра Цукерман

профессор стратегического менеджмента и экономической социологии Школы менеджмента им. Слоана Массачусетского технологического института

Как писать научные статьи¹

Рекомендации авторам

В последние годы я часто ловлю себя на мысли, что даю коллегам и студентам (а также авторам, когда выступаю рецензентом журналов) одни и те же советы относительно того, каким образом им следует улучшить свои работы, дабы они могли внести какой-то вклад в корпус социально-научной литературы. Так как я даю эти советы часто, я подумал, что имело бы смысл собрать их воедино и поместить на моем сайте.

Пожалуйста, учтите, что данное эссе не является пособием на тему: «Как писать выдающиеся работы». Один бог знает, как пишутся выдающиеся статьи, и если бы у меня был такой рецепт, мне бы самому легче давался этот процесс! Также примите во внимание, что существует множество опубликованных работ, которые не соответствуют изложенным здесь советам. Конечно, многие напечатанные статьи ужасны, а некоторые очень неплохие статьи в действительности оказываются не допущенными к печати. Но ниже следующие рекомендации в целом должны способствовать улучшению ваших работ. И что заставляет меня до сих пор заниматься этим делом, так это моя вера в то, что наши журналы, как правило, публикуют сильные статьи и не

публикуют слабые. Однако моя вера часто проходит проверку на прочность.

И наконец, последнее, что я хочу здесь упомянуть: пока я исполняю роль наставника (комментатора, критика², дискуссанта, рецензента³), я время от времени буду обновлять свои советы. Ваши комментарии (по электронной почте⁴) также приветствуются.

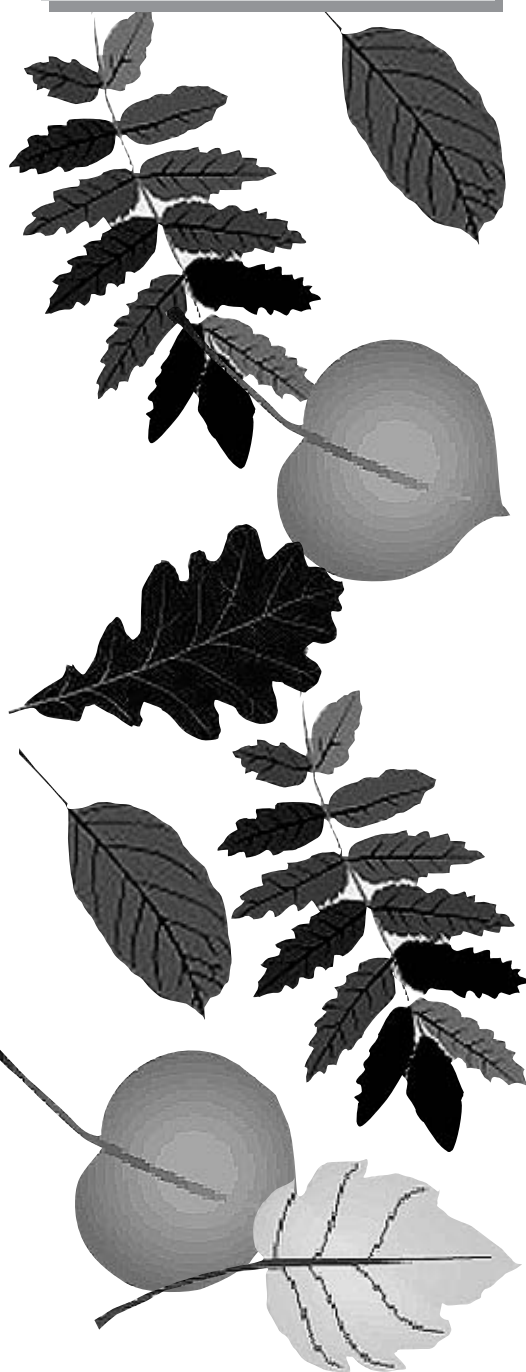
1. Заинтересуйте читателя. Первый вопрос, на который вы должны ответить читателям, почему они должны прочитать вашу статью? Ведь помимо нее существует ОГРОМНОЕ число других работ, которые стоит прочитать, и при этом довольно легко найдутся причины, почему не стоит читать вашу работу. У большинства людей не доходят руки даже до того, чтобы прочитать все статьи, которые выходят в ведущих журналах их предметных областей. Поэтому, если вы хотите, чтобы вашу статью прочитали, вам необходимо ясно объяснить другим, что в ней такого выдающегося, из-за чего это стоит сделать. И потому введение в работе просто обязано быть впечатляющим. Оно должно замотивировать читателя, сформировать у него ощущение, что если он не прочитает вашу работу,

¹ Zuckerman E. 2008. Tips to Article-Writers. MIT.edu. <http://web.mit.edu/ewzucker/www/Tips%20to%20article%20writers.pdf>.

² В настоящее время профессор Цукерман является редактором журнала Management Science. Он также входит в состав редакционных коллегий журналов Strategic Organization и Administrative Science Quarterly. – *Примеч. перев.*

³ Профессор Цукерман занимается (или занимался в прошлом) рецензированием статей для журналов American Journal of Sociology, American Sociological Review, Sociological Theory, Social Psychology Quarterly, Sociological Methodology, Administrative Science Quarterly, Organization Science, Academy of Management Journal, а также для научных и исследовательских фондов National Science Foundation (Sociology) и Academy of Management Section on Organization and Management Theory. – *Примеч. перев.*

⁴ ewzucker@mit.edu – *Примеч. перев.*



значит, упустит уникальную возможность узнать что-то новое.

2. Определите свою читательскую аудиторию. Поскольку разные люди восхищаются разными вещами, вы не сможете их заинтересовать, пока не поймете, каковы их пристрастия. Но у различных академических сообществ (журналов) различны вкусы в отношении того, какие вопросы являются интересными и какие подходы следует применять к их изучению. У моего друга и коллеги Роберто Фернандеза [Roberto Fernandez]⁵ есть превосходная теория, касающаяся читательской публики, которая широко известна в Школе менеджмента им. Слоана Массачусетского технологического института как «Ряды и колонки» («Rows and Columns»). Я не стану здесь вдаваться в подробности, но ее суть заключается в следующем. Академические сообщества социальных наук располагаются вдоль двух осей, где горизонтальная ось – «ряды» – обозначает объекты изучения (т.е. сферы исследования; например, такие темы, как предпринимательство или расовое неравенство), а вертикальная ось – «колонки» – дисциплины и теории. Важный урок состоит в том, что необходимо определиться, для какой аудитории (журнала) вы пишете – для «рядов» или для «колонок». И только затем мотивировать их соответствующим образом. Попытка заинтересовать и тех, и других, как правило, не срабатывает.

3. Акцентируйте внимание на содержании, а не на эстетике. Под эстетической мотивацией я понимаю ситуацию, когда автор пытается убедить читателя в том, что в данном случае должна быть использована конкретная теория или подход, не взирая на их объяснительную силу (т.е. мы долж-

⁵ Профессор менеджмента и организационных исследований MIT. – *Примеч. перев.*



ны избегать «слишком экономических», или «функционалистских», или «редукционистских» объяснений). Иногда эстетическая мотивация срабатывает (и тогда ваша статья принимается редакцией), но вы почти не вносите никакого научного вклада, потому что цель исследования (объяснение того, как этот мир устроен) вами приносится в жертву средствам (рассказу о том, как вы любите определенные идеи). Другими словами, нам не должна нравиться статья лишь за то, что она с гордостью демонстрирует принадлежность автора к определенному лагерю.

4. Всегда определяйте зависимую переменную. Зависимая переменная – это исследовательский вопрос, а независимые переменные – ответы на этот вопрос. Поэтому не имеет смысла начинать статью с ответа. Наоборот, начинайте ее с вопроса!

5. Обозначьте проблему в реальном мире, а не в литературе о ней. Лишь одна причина может послужить успеху той или иной статьи, – ее способность прояснить проблему в реальном мире. Поэтому начинайте с практической проблемы. В связи с этим замечание: если до вас никто не изучал этот феномен, это не значит, что вам следует им заниматься. Феномен интересен только тогда, когда он бросает вызов существующим способам объяснения реального мира. Слишком часто мне приходится читать статьи, в которых авторы пытаются апеллировать к факту, что в предшествующей литературе «не было уделено внимание» x , y или z . Ну и что? Вообще-то всегда и в огромном количестве найдутся неисследованные (учеными) вопросы. Вопрос здесь заключается в другом: какое это имеет значение?

6. Формулируйте только одну гипотезу (или несколько тесно связанных между собой гипотез). Читатели если и запомнят

статью вообще, то только потому, что у них отложится в памяти одна идея. Поэтому не пытайтесь в одну работу впихнуть бесконечное множество идей. Трудность, связанная с большим числом гипотез в статье, состоит в том, что никогда не понятно, что означает для нашей теории опровержение тех или иных гипотез. (Хочу отметить, что многие из тех, кто специализируется на теориях организаций, не согласны со мной по этому пункту).

7. По возможности всегда формулируйте «нулевую» гипотезу. Ваша статья не будет интересной, если в ней не будет такой гипотезы. Если не существует никаких интересных альтернатив аргументации автора, почему ваша работа должна быть интересной остальным? Просто заниматься бичеванием сторонников противоположных позиций непродуктивно и неинтересно.

8. Определите условия «нулевой» гипотезы. Как только вы обозначили «нулевую» гипотезу, необходимо определить условия, при которой она является верной. Работа автора статьи заключается в том, чтобы объяснить читателям, что x действительно объясняет реальность, но только до тех пор, пока выполняются определенные для x условия, в противном же случае ему (ей) следует перестать доверять x . Это поможет читателю легко переключаться на новые идеи. Более того, незаметное переключение читателя на несколько отличную перспективу взгляда на мир может быть очень сильным ходом.

9. Сориентируйте читателя. Читателю все время надобно понимать, какое отношение имеет каждое предложение к основной части вашего повествования (narrative arc)⁶. Уж слишком часто мне приходится иметь дело с работами, где я теряюсь в дебрях, но

⁶ Часть работы, в которой разворачиваются основные события, включая все поворотные точки и моменты напряжения – *Примеч. перев.*

«лес» из авторских «деревьев» никак не складывается. Основное повествование (narrative arc) должно начинаться в первом или втором параграфе, в котором обозначается основной исследовательский вопрос, ведущий к основному выводу статьи. Все остальное в вашей работе должно быть на службе у этой основной части, одновременно проясняя вопрос и обнаруживая на него ответ (включая кропотливую работу с контраргументацией). В связи с этим заключительный совет.

10. Никогда не пишите обзоры литературы. Никому не нравится их читать. Они всегда скучны. Поэтому – не пишите их. Однако это вовсе не значит, что вы должны игнорировать «релевантную литературу». Наоборот. Вы сформулировали практическую проблему (см. пункты 3–5). Одна из причин, почему она является проблемой, состоит в том, что существуют различные способы ее объяснения (см. пункт 7), но все они неудовлетворительны. Следовательно, вы делаете обзор литературы не ради обзора как такового, а ради того, чтобы продемонстрировать несостоятельность имеющихся ответов на изучаемый вопрос. Все остальные исследования, которые не отвечают данной цели, запросто можно не упоминать. (Некоторые рецензенты будут требовать от вас упомянуть их имена или имена предпочитаемых ими ученых, даже если их работы не являются релевантными вашему исследованию. Важно понимать, что существует подобная практика. Но старайтесь прибегать к ней как можно реже). ☒

Перевод
Дмитрия Крылова



Прогнозирование в экономической социологии: предсказательная возможность потребительских настроений



Максим Маркин

магистрант факультета социологии ГУ ВШЭ, стажер-исследователь ЛЭСИ



Экономическая социология, в отличие, например, от экономической теории, редко в качестве цели своего анализа ставит предсказание. Экономсоциологам интересно не строить многочисленные прогнозы, что любят делать их коллеги экономисты, а создавать тонкие и выразительные описания, принципиально важные для объяснения¹. Однако есть в экономической социологии направление, граничащее с экономической психологией, в котором предсказание играет одну из ключевых ролей. Речь идет об изучении потребительских настроений (consumer sentiment)².

Зарождение нового направления

История изучения потребительских настроений уходит своими корнями в середину XX в., когда бизнес и государственные учреждения в Соединенных штатах Америки столкнулись с острой необходимостью предсказания финансового поведения населения, у которого за годы Второй мировой войны накопились значительные сбережения. Было непонятно, как люди поступят со своими средствами. Продолжат их сберегать? Или бу-

дут тратить? Если да, то на что? Если нет, то почему?³ От ответов на эти вопросы зависело экономическое развитие страны.

Существующие экономические модели не помогали прояснить ситуацию. Теория Дж. Кейнса больше не подтверждалась практикой, а многочисленные ее критики не предлагали ничего взамен⁴. Одним

из немногих исключений стала психологическая концепция Дж. Катона, который не только подверг сомнению существующие экономические модели (прежде всего классическое уравнение равенства дохода сумме потребления и сбережения, где потребление определяется как функция от дохода, а сбережение – как разность дохода и функции потребления⁵), но и предложил реально применимый способ включения психологических переменных в экономический анализ.

Таким образом, Дж. Катона в 1950-е годы вместе со своими коллегами из Мичиганского университета (США) разработал новый макроэкономический индикатор – индекс потребительских настроений – ИПН (Consumer Sentiment Index). Он рассчитывается на основе ответов населения на пять вопросов. У людей спрашивают: как изменилось их материальное положение за последний год; какие изменения они ожидают в ближайший год; каковы их ожидания относительно экономической ситуации в стране через год;

¹ Смелзер Н., Сведберг Р. Социологический подход к анализу хозяйства // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / сост. и науч. ред. В. В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. С. 33.

² Наша статья продолжает тематику изучения потребительских настроений, начатую в июньском номере бюллетеня интервью с Д.Х. Ибрагимовой, участником, а в 2000–2008 гг. руководителем проекта «Индекс потребительских настроений в России». Мы также благодарим Д.Х. Ибрагимову за ценные комментарии к более раннему варианту этого текста.

³ Ибрагимова Д.Х., Николаенко С.А. Индекс потребительских настроений / Независимый институт социальной политики. М.: Помтур, 2005. С. 9–10.

⁴ Кузина О. Экономико-психологические теории финансового поведения населения. Ч. 1. С. 58–61. На правах рукописи // <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/97877/2763.html>

⁵ Katona G. To Spend or to Save? // Katona G. Psychological Economics. N. Y.: Elsevier, 1975. P. 230.

через пять лет; какова их оценка настоящего момента, подходящее ли время для того, чтобы делать крупные покупки, или нет.

Что предсказывают потребительские настроения?

На данный вопрос можно дать простой и лаконичный ответ: «потребительские настроения предсказывают будущие изменения в тратах домохозяйств»⁶. Однако уже более полувека в научных кругах идет дискуссия, нацеленная на уточнение прогностических способностей ИПН. Не только теоретиков, но и практиков (последних даже в большей степени) интересуют два вопроса. Во-первых, изменения в каких именно тратах могут предсказывать потребительские настроения? Во-вторых, каковы ограничения модели ИПН?

ИПН позволяет прогнозировать рост личных потребительских расходов населения, а также вероятность наступления рецессии в экономике⁷. При этом интерпретировать изменения потребительских настроений можно исключительно на макроуровне, когда рассматривается усредненная картина для всего населения, а контрастные мнения респондентов взаимно компенсируются.

ИПН – это общий индекс, на основе которого строятся также частные индексы. Каждый из них обладает своей спецификой, влияющей на его предсказательную способность. Исследования показывают, что лучше всего траты домохозяйств прогнозирует не общий ИПН, а его частная вариация – индекс потребительских ожиданий (Index of Consumer Expectations)⁸, рассчитываемый на основе ответов на вопросы об ожиданиях населения относительно личного материального положения людей в течение года и оценок перспектив экономического развития страны на год и на пять лет.

ИПН строится во многих странах мира, однако формулировки соответствующих вопросов не являются универсальными. Во многом это объясняется языковыми различиями, но свое влияние также оказывают и взгляды исследователей. В США изучением потребительских настроений по методике Дж. Катоны занимаются Мичиганский университет и Ассоциация американских предпринимателей (Conference Board), чьи индексы различаются незначительно. С точки зрения прогностических возможностей мичиганский индекс превосходит

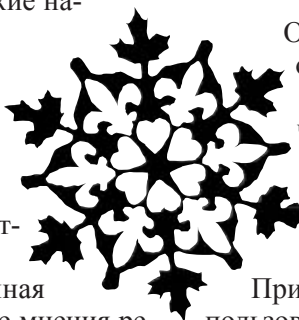
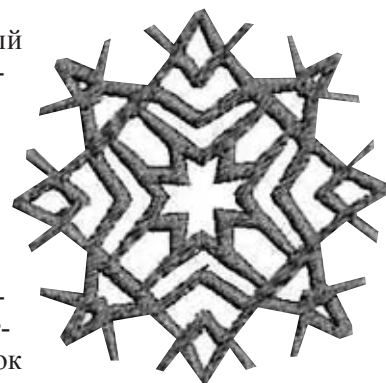
индекс, рассчитываемый Ассоциацией американских предпринимателей⁹. Потребительские настроения в целом предсказывают тенденции в потреблении домохозяйств, но наибольший успех в прогнозировании расходов населения был достигнут относительно покупок товаров длительного пользования¹⁰. Один из частных индексов ИПН, который чаще всего применяется в данном случае, получил соответствующее название – индекс крупных покупок.

Он рассчитывается на основе ответов на вопрос о том, насколько удачным является данный период времени с точки зрения совершения значительных приобретений для дома. На этом индексе мы остановимся подробнее.

Возможности и ограничения предсказания крупных покупок

При моделировании спроса на товары длительного пользования исследователи либо оперируют исключительно объективными показателями (доход, цена и т.п.), либо концентрируют внимание только на субъективных мнениях (стремлениях потребителей), либо используют комплексную модель, сочетающую классические макроэкономические индикаторы с агрегированием потребительских намерений. По мнению ряда аналитиков, последний вариант наиболее предпочтителен, когда речь идет о предсказании крупных покупок¹¹.

Возможность прогнозирования расходов домохозяйств на приобретение товаров длительного пользования в сильной степени зависит от установок населения. Они в свою очередь в значительной мере определяются потребительскими ожиданиями относительно краткосрочных перспектив развития экономики¹². При этом переменные, отражающие субъективные мнения населения, должны не вытеснять из модели объективные показатели, а дополнять их. Потому, интерпретируя потребительские настроения населения, необходимо учитывать и изменения в финансовых балансах домохозяйств, оказывающих сильное влияние на формирование спроса на товары длительного пользования¹³.



⁶ Carroll C., Fuhrer J., Wilcox D. Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? // The American Economic Review. 1994. Vol. 84. No. 5. P. 1398.

⁷ Howrey P. The Predictive Power of the Index of Consumer Sentiment // Brookings Papers on Economic Activity. 2001. Vol. 2001. No. 1. P. 205.

⁸ Kwan A., Cotsomitis J. Can Consumer Attitudes Forecast Household Spending in the United States? Further Evidence from the Michigan Survey of Consumers // Southern Economic Journal. 2004. Vol. 71., No. 1. P. 136.

⁹ Huth W., Eppright D., Taube P. The Indexes of Consumer Sentiment and Confidence: Leading or Misleading Guides to Future Buyer Behavior // Journal of Business Research. 1994. No. 29. P. 205.

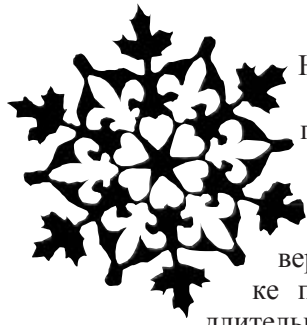
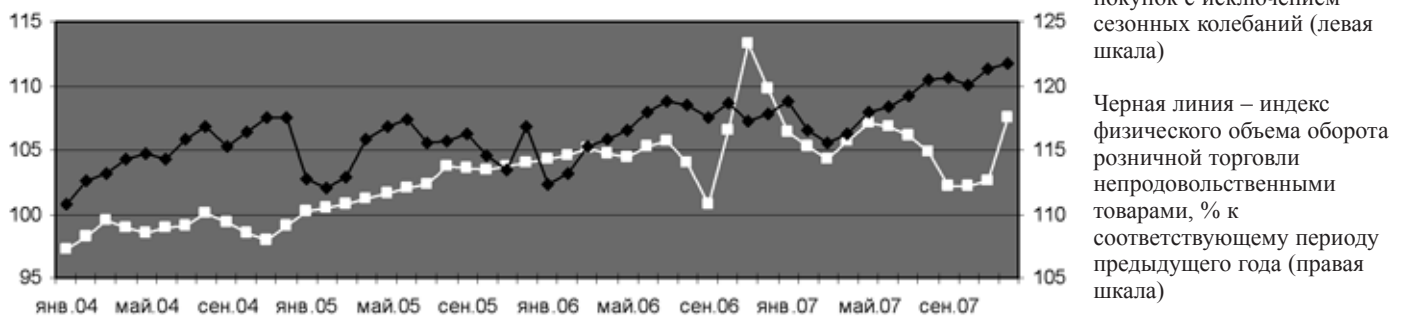
¹⁰ Easaw J., Garratt D., Heravi S. Does Consumer Sentiment Accurately Forecast UK Household Consumption? Are There Any Comparisons To Be Made With The US? // Journal of Macroeconomics. 2005. No. 27. P. 530.

¹¹ Juster T., Wachtel P. Anticipatory and Objective Models of Durable Goods Demand // The American Economic Review. 1972. Vol. 62. No. 4. P. 578.

¹² Adams F. Consumer Attitudes, Buying Plans, and Purchases of Durable Goods: A Principal Components, Time Series Approach // The Review of Economics and Statistics. 1964. Vol. 46. No. 4. P. 355.

¹³ Mishkin F., Hall R., Shoven J., Juster T., Lovell M. Consumer Sentiment and Spending on Durable Goods // Brookings Papers on Economic Activity. 1978. Vol. 1978. No. 1. P. 230.

Рис. 1. Динамика индекса крупных покупок и индекса физического объема оборота розничной торговли непродовольственными товарами, 2004-2007 гг.



Несмотря на хорошую прогностическую возможность индекса потребительских настроений, он имеет и свои ограничения. Еще в 1970-е годы коллеги Дж. Катоны из Мичиганского университета заметили, что при попытке предсказания спроса на товары длительного пользования (прежде всего, на автомобили) раз за разом возникают ошибки, которые нивелируются только при прогнозировании на короткий срок¹⁴. Дискуссия по данному вопросу¹⁵ позволила качественно уточнить возможную интерпретацию показаний ИПН в целом и индекса крупных покупок в частности.

Предсказания в России

ИПН стали измерять в России с начала 1990-х годов, однако практически до конца XX в. приходилось доказывать необходимость его использования в нашей стране. Большую роль в легитимации данного показателя сыграли и его предсказательные способности. Проиллюстрируем аналитические и прогностические возможности ИПН и индекса крупных покупок на эмпирических данных.

Зафиксированное падение значений ИПН в 1994 г. стало предвестником валютного краха, «черного вторника», последовавших за ним роста цен и снижения реальных доходов населения. Нисходящая тенденция конца 1996 г. указывала на реальность осуществления всероссийской забастовки, назревавшей в то время¹⁶.

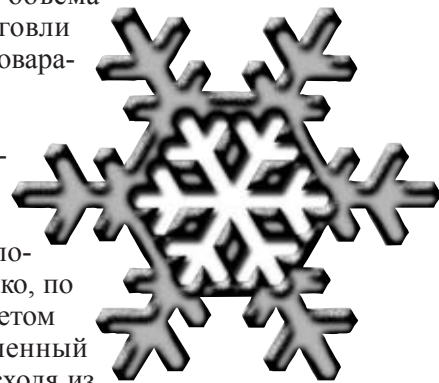
Как и во всем мире, в России для прогнозирования чаще всего используют индекс крупных покупок. Так, например, резкое падение, но и быстрое восстановление данного индекса в 1998–1999 гг.¹⁷ предсказало, с одной

стороны, значительное снижение темпов роста продаж непродовольственных товаров, а с другой – короткую продолжительность этого явления, скорое восстановление восходящей тенденции.

В конце 2004 г. на волне острых дискуссий по вопросу принятия закона о монетизации льгот, грозившего значительно уменьшить благосостояние россиян, индекс крупных покупок опустился ниже психологически важной отметки в 100 пунктов (когда доля оптимистов равна доле пессимистов), спрогнозировав тем самым снижение физического объема оборота розничной торговли непродовольственными товарами в начале 2005 г. (см. рис. 1).

В условиях текущего глобального экономического кризиса значения и ИПН, и индекса крупных покупок сильно упали. Однако, по данным Левада-Центра, летом 2009 г. начался постепенный рост данных индексов. Исходя из их прогностических способностей мы можем предположить улучшение экономической ситуации в России в ближайшее время.

Итак, экономическая социология, благодаря изучению потребительских настроений, получила в свое распоряжение показатель, обладающий хорошей предсказательной возможностью. Это, с одной стороны, обогатило экономико-социологическую теорию за счет появления подхода, ставящего своей целью не только объяснение и описание, но и прогнозирование, а с другой – расширило сферу практического применения знаний. Многочисленные научные дискуссии позволяют данному направлению развиваться, совершенствовать методику измерения потребительских настроений, уточнять возможность интерпретации полученных результатов. В России ИПН рассчитывается чуть более 15 лет, и у него, несомненно, большое будущее. 



¹⁴ Hymans S., Ackley G., Juster T. Consumer Durable Spending: Explanation and Prediction // Brookings Papers on Economic Activity. 1970. Vol. 1970. No. 2. P. 205.

¹⁵ Ответ Дж. Катоны своим коллегам по данному вопросу см.: Katona G. Consumer Durable Spending // Brookings Papers on Economic Activity. 1971. Vol. 1971 No. 1. P. 234–239.

¹⁶ Гребениченко Д. Х., Гребениченко С.Ф. Потребительские настроения: долгая дорога в Россию // Социологические исследования. 1998. № 2. С. 35.

¹⁷ Ибрагимов Д. Х., Николаенко С. А. Указ. соч. С. 72.

Весенний кроссворд



Елена Александрова

аспирант кафедры
экономической социологии
ГУ ВШЭ, младший научный
сотрудник ЛЭСИ



Зоя Котельникова

преподаватель кафедры
экономической социологии ГУ ВШЭ,
научный сотрудник ЛЭСИ

По вертикали

1. «По холодной хате ходит ... в халате» (автор: В.В. Радаев). 3. «Вдруг как в сказке скрипнула дверь, все мне ясно стало теперь...» (песнь не Жоржа Милославского, а известного французского социолога).

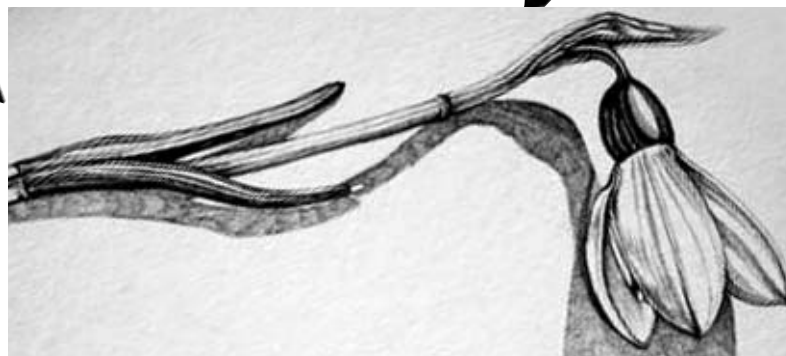
4. Социолог в законе. 5. Конт служил секретарем у Сен-Симона, Мосс был племянником Дюркгейма, а этот американский социолог эмоционально отказалась взять фамилию Сведберга. 6. Для певица – ледяной, для маляра – подвесной, для социолога – стеклянный. 9. Они привыкли к тому, что у них не работает социальный лифт. ☹

По горизонтали

2. Иными словами выброс. 6. Интересен эндокринологу, но не важен для социолога. 7. Похоже, что его обсчитали в Макдоналдсе. 8. Судя по его теории элит, свободное время этот автор проводил в зоопарке. 10. Не только обувь. 11. Занимается социологией хозяйственного развития. Пока не Вебер. ☹

По вертикали: 1. Хоббитус. 3. Латур. 4. Олейник. 5. Березин. 6. Потолок. 9. Андеркласс. По горизонтали: 2. Маргинал. 6. Пол. 7. Риппер. 8. Парето. 10. Эко. 11. Шевчук.

ОТВЕТЫ



НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ



Научный руководитель

Вадим Радаев

д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономической социологии, руководитель ЛЭСИ, первый проректор ГУ ВШЭ



Редакционный совет

Зоя Котельникова

преподаватель кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, научный сотрудник ЛЭСИ



Елена Александрова

аспирант кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ



Мария Правдина

магистрант факультета социологии ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ



Художественный редактор
(дизайн и верстка)

Мария Мишина

социальный психолог, журналист, дизайнер

Отдельная благодарность

Редактору Кларе Мироновне Канюк

Корректору Елене Евгеньевне Андреевой

НАШИ АВТОРЫ



Даниил Александров

кандидат биологических наук, профессор кафедры социологии СПб филиала ГУ ВШЭ, зам. директора СПб филиала ГУ ВШЭ, зав. научно-учебной Лабораторией социологии образования и науки



Эзра Цукерман

профессор стратегического менеджмента и экономической социологии Школы менеджмента им. Слоана Массачусетского технологического института



Максим Маркин

магистрант факультета социологии ГУ ВШЭ, стажер-исследователь ЛЭСИ



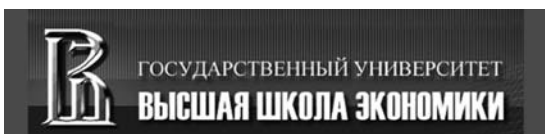
Елена Александрова

аспирантка кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, научный сотрудник ЛЭСИ



Зоя Котельникова

преподаватель кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, научный сотрудник ЛЭСИ



Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.
web: www.hse.ru



ЛАБОРАТОРИЯ
ЭКОНОМИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

125319, Россия, г. Москва, Кочновский проезд,
д. 3, комн. 403
тел.: (499) 152-07-61
e-mail: ealexandrova@hse.ru
web: ecsoclab.hse.ru

Адрес редакции

125319, Россия, г. Москва,
Кочновский проезд, д. 3, комн. 403
тел.: (499) 152-07-61

Выходит один раз в два месяца
Тираж 500 экз.

Распространяется бесплатно

Веб-версия номера: ecsoclab.hse.ru