

ЭФОРУМ

№ 4 (35) октябрь, 2013 г.

БЮЛЛЕТЕНЬ

 ЛАБОРАТОРИИ
 ЭКОНОМИКО-
 СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
 ИССЛЕДОВАНИЙ
ЗНАКОМИМСЯ.....2

Интервью с Олесей Кирчик: «Социология экономического знания добавляет объемность понятиям современной экономики»

УЗНАЕМ.....6

Выпускники магистратуры факультета социологии НИУ ВШЭ

УЧИМСЯ.....10

Летняя школа 2013. Попытка расколдовывания ЛЭСИ

ШУТИМ.....14

The Owl and The Cat на Летней школе ЛЭСИ 2013

Уважаемые читатели!

В свое время сотрудники «SuperJob» провели опрос работников различных отраслей на предмет их склонности к обману на рабочем месте¹. Оказалось, что самыми «нечестными» профессиями являются торговые представители, менеджеры по продажам и пиарщики, а самыми «честными» – няни и домработницы, врачи и преподаватели. Интересно, какое место в этом рейтинге займут социологи, если ответят на вопрос о своей готовности сказать неправду и приукрасить информацию для достижения более высоких результатов?

В рубрике «Интервью» представлена беседа со старшим преподавателем кафедры экономической социологии


Олесею Кирчик, которая рассказывает о своей карьерной траектории в социологии. Окончив магистратуру Высшей школы социальных наук Парижа и получив там PhD, Олеся впоследствии приняла предложение о работе во ВШЭ, о чем нисколько, по ее признанию, не жалеет. Поскольку именно в нашем университете созданы все условия для того, чтобы начинающие исследователи занимались тем, что им интересно настоящему.

В рубрике «Узнаем» публикуется эссе доцента кафедры экономической социологии Дениса Стребкова, написанное по результатам опроса выпускников разных лет магистратуры факультета социологии НИУ ВШЭ. Автор наконец-то приоткрывает для многих тайну, чем же социоло



логи занимаются после окончания вуза и насколько они успешны на рынке труда.

В рубрике «Учимся» помещены блокнотные записи студентки факультета социологии Елены Витухиной, которые она сделала на Летней школе ЛЭСИ «Экономическая социология как профессия», проходившей 10–15 июля 2013 г. в ближайшем Подмосковье. По мнению автора, в течение этих пяти дней ей удалось произвести массу открытий, в том числе, что работодатели считают порядочность одним из самых важных профессиональных качеств социолога.

В рубрике «Шутим» печатаются забавные зарисовки Алены Акимовой и Вероники Денисовой, созданные во время все той же Летней школы ЛЭСИ. 

¹ Составлен рейтинг самых «честных» и «нечестных» профессий. URL: <http://www.open.by/entertainment/5342>

С пожеланием интересного чтения!
Создатели «ЭСФорума»

Интервью с Олесей Кирчик: «Социология экономического знания добавляет объемность понятиям современной экономики»



Олеся Кирчик

старший преподаватель кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ, ведущий научный сотрудник Института гуманитарных историко-теоретических исследований имени А.В. Полетаева (ИГИТИ)

– **Расскажите, пожалуйста, немного о себе, о Вашем карьерном пути; все-таки он у Вас нетипичен для сотрудника Вышки.**

– В самом деле, моя образовательная карьерная траектория отличается от большинства тех, кто здесь работает. Вышло так, что социологии я никогда не училась в России, и все мое образование как социолога было получено в рамках французской системы. Сначала я обучалась во Французском университетском колледже, который очень успешно функционирует в России уже больше 20 лет. Именно там я поняла, что хочу заниматься социологией, и что уже не может быть сомнений по поводу профессионального выбора. По окончании Колледжа я получила стипендию для продолжения обучения в магистратуре во Франции – в Высшей школе социальных наук Парижа, где я подготовила и защитила диссертацию. Так что, можно сказать, в интеллектуальном отношении я полностью являюсь продуктом этой Школы, которая стоит несколько особняком во французской образовательной систе-

ме. Высшая школа социальных наук была основана в 1975 г. группой исследователей, связанных со Школой Анналов (Жак ле Гофф, Фернан Бродель и др.), стремившихся порвать с традиционной системой образования, против которой был направлен и студенческий бунт в мае 1968 г. До сих пор Школу отличает особое понимание социальных наук как единого поля, лишённого жестких перегородок, установка на историзм и открытость другим географическим пространствам. Лучше всего о духе Школы скажут имена работавших (и все еще работающих) там людей, среди которых Клод Леви-Строс (Claude Lévi-Strauss), Пьер Бурдьё (Pierre Bourdieu), Робер Капель (Robert Castel), Ален Турен (Alain Touraine), Люк Болтански (Luc Boltanski), Лоран Тевено (Laurent Thévenot). Изначально Школа была в большей степени ориентирована на исследования, а образование рассматривалось как второстепенная функция. С этим связано и то, как там организован процесс передачи знаний: обучение исследованию через исследование, в основном в форме участия в исследовательских семинарах.

– **Какое у Вас первое образование?**

– В Москве я училась языкам. Собственно говоря, я начала учить французский язык, и это позволило мне поступить во Французский университетский колледж. Так и получилось, что моя жизнь оказалась связанной с Францией. Я не жалею об этом выборе (хотя английский язык и англоязычная страна на сегодняшний день были бы более разумным выбором с точки зрения академической карьеры). Помимо всего прочего Франция – это та страна, которая внесла большой вклад в развитие социальных наук. Как раз то место,

куда нужно ехать за этим и этому учиться.

– **Чем Вас привлекла именно социология?**

– Социология была для меня новым предметом, я не знала о нем до того, как пришла в Колледж. Было безумно интересно, потому что в том варианте, в котором она преподавалась мне, это был новый способ задавать вопросы, видеть мир, проводить исследования. Французская социология смогла предложить многое в плане понимания общества, социальных отношений, культуры – в целом пробудить интерес к такого рода предметам. Прежде всего необходимо отметить критическую школу, теорию Пьера Бурдьё, которая определяет действительно интересные и острые вопросы относительно социальной реальности и заставляет ее видеть радикально по-другому. Каждое новое занятие проблематизировало набор верований и представлений о мире, порождало сомнение в том, что с детства казалось незыблемым. Социология снаряжала также инструментами для понимания проблем, которые иначе не казались объяснимыми или даже вовсе не могли быть сформулированы.

Социология Бурдьё, социальная антропология, гендерные исследования, социология социальных движений – все это давало иную перспективу на социальный мир с его общими местами, банальностями и клише, позволяло обнаружить то, как действует общество за этой гладкой поверхностью, которую транслирует телевидение, СМИ, то, как устроено общественное мнение, и т.д.

– **Почему после защиты диссертации Вы решили вернуться в Россию, а не продолжать карьеру во Франции?**



Alain Touraine

– Так получилось, что я практически сразу уехала из Франции по семейным обстоятельствам. Я получила предложение по работе от Высшей школы экономики, причем на две разные позиции. И нисколько не жалею, что приняла одно из них. ВШЭ – место динамичное, создающее интересные условия для работы, включая достойную оплату труда, что выгодно отличает Вышку от большинства академических заведений в России, но что не менее важно – университет дает богатые возможности для проведения исследований, оплаты этих исследований, поездок на конференции и т.д. На раннем этапе карьеры, т.е. в первые годы после защиты диссертации, это было одно из лучших мест, куда я в принципе могла бы попасть. Современная ситуация на Западе, в Штатах, да и в Европе, является не простой в плане начала академической карьеры. Особенно сложно стало после кризиса конца 2000-х годов, повсюду происходят ощутимые сокращения рабочих мест. Во Франции, к примеру, профессора выходят на пенсию, а многие ставки при этом не возобновляются. Бессрочные контракты заменяются на более гибкие и менее защищенные формы занятости. Есть такой парадокс: университет перегружен – студентов все больше, а денег все меньше, чтобы платить преподавателям. То есть все довольно сложно. И до того как занять позицию в университете или научном центре (а на это могут уйти годы), новые доктора часто вынуждены делать не совсем то, что они хотят, работать в каких-то проектах, может, не очень интересных им лично, но которые позволяют им продвигаться. Вышка же предоставляет замечательные возможности делать, что тебе хочется, и профессионально расти.



Marc Augé



Pierre Bourdieu



François Furet



Jacques Lacan



Françoise Héritier

– **Каким проектом Вы сейчас занимаетесь?**

– Сейчас, в частности, я пользуюсь одной из таких возможностей, т.е. реализую проект по теме, которая занимает меня уже долгое время. Помимо материальных ресурсов, решающими для воплощения этой идеи были встречи с людьми, которых волновали похожие вопросы. В течение двух последних лет с группой коллег и студентов мы делаем проект, финансируемый научным фондом Вышки в формате научно-учебной группы (НУГ), который посвящен истории математической экономики в Советском Союзе в сравнении с западной. Интерес к социологической истории экономического знания сложился у меня во время написания докторской диссертации. Поэтому когда Иван Болдырев, преподаватель факультета экономики Вышки, предложил вместе сделать коллективный проект по истории советской экономики, я с большим энтузиазмом на него откликнулась. Тем более что эта история совершенно неизвестна, такая неизведанная область, целина. История западной математической экономики довольно хорошо изучена, за что ни возьмись на Западе, фактически любому предмету посвящено большое количество исследований, статей и книг. У нас ситуация несколько иная, эта история еще не написана, и я рада, что появилась возможность ей заниматься. Надеюсь, что после того как наша работа в рамках НУГа, которая имеет временный формат, закончится, будут возможности и другой формы работы, как коллективной, так и индивидуальной, по теме социальных исследований экономического знания...



Claude Lévi-Straus

– **Каковы Ваши планы на будущее?**

– В том или ином виде хотелось бы продолжить эти исследования, которые касаются социологии экономического знания. Это такой предмет, который находится на стыке нескольких областей: тут и социология знания, и философия, и эпистемология, так же социальная история. Все перечисленные аспекты взаимосвязаны, что и составляет особый интерес этой темы.

– **По Вашему мнению, какие модели соединяют Ваш проект с экономической социологией?**

– Социология экономического знания, на мой взгляд, является неотъемлемой частью экономической социологии. В рамках нее ставятся вопросы о том, что такое «экономическое», какова генеалогия экономических явлений, через обращение к общей истории хозяйственных форм и форм знания. Тем самым социология экономического знания добавляет объемность и рефлексивность понятиям современной экономики, большую глубину в понимании экономических процессов. Каким образом связано знание, с одной стороны, и социальная реальность, хозяйственные процессы, экономическая политика – с другой? Тезис об укорененности экономического знания в социальной реальности известен по меньшей мере со времен Карла Полаanyi. В последние годы стал популярен тезис о перформативности экономического знания, который, напротив, утверждает, что экономическое знание первично по отношению к социальной реальности, т.е. оно способно переделывать социальную реальность так, чтобы она стала лучше соответствовать экономической теории.

Занятия социологией экономического знания показывают, что реальность и знание в разных его формах связаны друг с другом множественным образом. Они находятся в сложном переплетении, в сложных каузальных отношениях, и как раз социология экономического знания необходима для того, чтобы обнаружить эту связь, а также проблематизировать некоторые расхожие представления об экономике. Например, почему определенная экономическая

политика представляется сегодня бесспорной? Какие альтернативы существовали в прошлом? Мне кажется, очень важно ставить такой тип вопросов, когда вы занимаетесь экономической социологией. Эти подходы и идеи легли в основу курса «Социальный анализ экономического знания», который мы разработали и читаем вместе с Григорием Юдиным в бакалаврской программе по экономической социологии и в магистратуре «Сравнительная история знания» на историческом факультете.

– **Своего рода критический подход в рамках экономической социологии...**

– Критический, да. Но здесь необходимо уточнение. Это слово у нас часто воспринимается в каком-то негативном ключе: кого-то или что-то раскритиковать, вывести на чистую воду. Тут речь идет все же не об этом. Хотя иной раз выходят исследования, содержащие жесткую критику экономической науки, особенно в связи с кризисом: экономическая наука не смогла предсказать экономический кризис и, возможно, даже косвенно в нем повинна. Это все на слуху. Но когда я говорю о критике, я имею в виду инструмент проблематизации, дающей более глубокое понимание современного мира. Причем мне кажется, что это знание было бы интересно не только социологам, но и даже людям вне университета.

– **В Вашем НУГе участвуют люди из разных профессиональных полей: социологи и экономисты. Скажите, пожалуйста, как Вы сами воспринимаете этот междисциплинарный опыт?**

– Да, Вы правы. Проект является междисциплинарным, однако у нас не было установки стать междисциплинарными любой ценой, потому что это модно или из-за возможного поощрения. Проект по своей сути междисциплинарный. С одной стороны, для его реализации требуется знание экономики, экономической теории, которым обладают экономисты, т.е. люди, занимающиеся этим профессионально. С другой – также необходимы социологи и представители иных социальных дисциплин, которые могут дать ин-

струменты рефлексии о том знании, которое первым кажется непроблематичным. И так получается, что без этих двух составляющих такого рода исследование делать невозможно: нужно и то и другое. Критика без понимания экономической теории остается поверхностной, да и не достигает своих целей. Предмет нашего проекта (история теории общего равновесия) относится к сфере высокой экономической теории, поэтому одни социологи без экономистов здесь бы не справились. Конечно, хотелось бы еще привлечь и историков, так как изучение советского периода требует навыков работы с архивами, понимания, что такое исторические документы.

Но Вы также правы насчет того, что такое взаимодействие совершенно не простое, и нельзя сказать, что прошло оно очень гладко. Хотя в нашем случае мы постепенно смогли выработать общее понимание того, что мы в проекте делаем, не приятие, конечно, но понимание другой дисциплины. Хотя очень сложно принять исследовательскую оптику другого. Но надеюсь, что те, кто участвовал на протяжении двух лет в этом проекте, смогли выглянуть за границы своей дисциплины и увидеть иную перспективу, понять, в чем состоят ее особенности. Мне кажется, что если хотя бы эта цель достигнута, то такой опыт можно считать успешным.

– **Меня еще интересует вопрос об академических культурах. Как бы Вы сравнили в этом плане Россию, в частности ВШЭ, и Ваш опыт, приобретенный во Франции?**

– Об этом достаточно сложно говорить. Потому что настоящий ответ потребовал бы серьезного исследования, а так можно говорить скорее о каких-то личных наблюдениях, впечатлениях. Кроме того, как я уже упоминала вначале, Высшая школа социальных наук Парижа, которую я знаю лучше всего, является не самой репрезентативной для Франции. Но я могу подчеркнуть, что мне кажется положительным в плане того, как там организовано обучение, и чего, возможно, здесь не хватает. Там изначально человек, который приходит учиться, рассматривается как сознательная, самостоятельная едини-

ца, коллега, – неважно, занимается он или она исследованиями 40 лет или пока год. И в целом для западной системы, не только французской, характерно то, что никто никого «не тянет за уши». То есть считается, что если человек поступил в вуз, он знает, зачем он здесь. У него обычно уже есть свой проект, который он может при помощи других, более опытных, коллег реализовывать. Иначе говоря, образование там больше ориентировано на самостоятельную работу. Образование *per se* рассматривается как индивидуальный проект человека, с этим связана установка на выбор курсов по индивидуальной программе, т.е. исходя из того, какая тема человека интересует или чем он хотел бы заняться. Впрочем, иногда такой подход может иметь свои издержки: к примеру, когда студенты на уровне магистратуры или даже аспирантуры, еще не обладая достаточным объемом понимания, ресурсов, не могут точно знать, чего они хотят, и могут чувствовать себя изолированными, одинокими в своей работе. И иногда бывает, что у человека, выбирающего самостоятельно курсы, образование может оказаться недостаточно систематичным. И студент, придя, скажем, в магистратуру по социологии из какой-то другой дисциплины, может, не усвоив базовых вещей, сразу попасть на очень продвинутые курсы, не понимая, о чем они и зачем. Но в принципе, если человек целеустремленный и серьезный, то способен пройти через все трудности, получить те знания, которые ему нужны. Однако работа в основном самостоятельная. А у нас скорее по-другому, хотя в Вышке как раз прилагаются усилия по отходу от более традиционной модели, доминировавшей в советский период.

– Да, в магистратуре практически все курсы мы выбираем сами.

– Я думаю, что это положительный момент.

– Различаются ли во Франции и России подходы к проведению исследований или все примерно одинаково?

– Об этом довольно сложно говорить на таком уровне обобщения.

Я коснулась бы не содержательного, а, скорее, институционального аспекта проблемы, который мне кажется существенным. У нас могут проводиться (и проводятся) исследования на довольно высоком уровне, сопоставимом с тем, что делается во Франции или, скажем, в Соединенных Штатах. Но для этого необходимы ресурсы разного рода, инфраструктура, определенная плотность интеллектуальной среды, а самое главное – время. У наших исследователей часто в силу огромной (несопоставимой с западными стандартами) преподавательской нагрузки, громоздкой отчетности, просто не хватает времени для того, чтобы реализовывать фундаментальные исследования, которые могут внести заметный вклад в науку. В идеале серьезное исследование требует нескольких лет кропотливой работы, за которыми следует публикация статей и затем – выход книги. Так появляются научные шедевры. В России исследователи, как правило, не могут позволить себе такой ритм работы; если исследование прикладное – счет идет на недели и в лучшем случае – на месяцы; если собственно научное, то это может быть год или максимум два, по истечении которых требуется результат в виде публикаций. Такое требование часто является нереалистичным, если речь идет о большом исследовании «с нуля», тем не менее мы вынуждены ему подчиняться. Впрочем, на Западе тоже постепенно ситуация меняется, в силу того что вводятся новые требования эффективности, показатели академической результативности и т.д. – все это ведет к сокращению исследовательско-публикационного цикла.

– Скажите, есть ли у Вас опыт преподавания во Франции? Вы же там защищали PhD.

– Нет, там такого обязательства к аспирантам не предъявляли. И такого опыта у меня не было.

– И напоследок я хотела бы спросить Вас о недавно прочитанных книгах или статьях, которые Вас впечатлили.

– Постоянно появляется большое количество хороших книг, но достаточно тяжело выделить среди них какую-то одну. Может быть, из-за того, что в последние годы в социологии не происходит больших теоретических прорывов. Одним из важных концептуальных достижений в моей области была, пожалуй, теория перформативности экономического знания¹. Тем не менее постоянно публикуются грамотные работы, общий уровень которых достаточно высокий, идет активное накопление и обобщение знаний об истории и социологии экономического (и другого социально-научного) знания. Ярким явлением, к примеру, несколько лет назад стал выход книги Марион Фуркад «Экономисты и общество»², посвященной анализу экономической профессии и дисциплины в США, Великобритании и Франции. Другой важной работой, опубликованной в последние годы, является коллективная монография, охватывающая исследования отдельных национальных полей и ставящая вопросы о механизмах и перспективах глобализации экономического знания³. Еще одна важная книга, на которую стоит обратить внимание, – коллективная монография под редакцией Филипа Миrowsки и Дитера Плеве, внесшая важный вклад в наше понимание неолитерализма⁴. Но среди недавно вышедших работ припомнить те, которые изменили наш взгляд на окружающий мир, я не могу.

– Большое спасибо Вам за интервью!

Беседовала
Регина Решетева

¹ MacKenzie D.A., Muniesa F., Siu L. Do Economists Make Markets? Princeton: Princeton University Press, 2007.

² Fourcade M. Economists and Societies: Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s. Princeton: Princeton University Press, 2009.

³ Montecinos V., Markoff J. (eds). Economists in the Americas: Convergence, Divergence, and Connection. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2010.

⁴ Mirowski P., Plehwe D. The Road from Mont Pèlerin: The Making of the Neoliberal Thought Collective. Cambridge: Harvard University Press, 2009.

Выпускники магистратуры факультета социологии НИУ ВШЭ



Денис Стребков

доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ, заместитель декана по магистратуре факультета социологии НИУ ВШЭ

На протяжении уже нескольких десятилетий российские вузы ежегодно выпускают на рынок труда сотни дипломированных социологов, однако, как показывает практика, ни самим студентам, ни абитуриентам, ни их родителям до конца не ясно, где же и кем они будут работать после окончания учебного заведения. Даже преподаватели факультета социологии теряются, когда им в лоб задают подобный вопрос. Начинаются абстрактные рассуждения о том, что «социология – это наука XXI века» и т.п. Действительно, каждому очевидно, что студенты-менеджеры, скорее всего, устроятся на работу менеджерами; студенты-экономисты – экономистами, студенты-психологи – психологами, а вот профессия социолога остается одной из самых загадочных. Практически нигде в трудовой книжке вы не увидите записи: «Принят на работу социологом». Соответственно «социологов» чрезвычайно трудно отыскать в списках вакансий кадровых агентств или интернет-порталов по поиску работы. Что же это за таинственная специальность такая? Чем занимаются социологи после окончания вуза и насколько они успешны на рынке труда?

Информационная база исследования

Чтобы ответить на эти непростые вопросы, мы провели мини-исследование, включающее сбор информации о том, в каких организациях и на каких должностях работают выпускники магистратуры факультета социологии НИУ ВШЭ, а также каковы их должностные обязанности. Первоначальный опрос выпускников проходил в январе – марте 2012 г., а через год, в феврале – марте 2013 г. данные были дополнены и уточнены (многие выпускники за это время поменяли место работы). Мы разослали персональные сообщения по электронной почте и посредством социальных сетей (Вконтакте и Facebook)¹.

В результате удалось получить подробную информацию от 118 человек из 288, окончивших магистратуру факультета социологии НИУ ВШЭ в период с 2006 по 2012 г. Таким образом, отклик на анкету (*response rate*) составил 41%. Опрос не был анонимным, собранную

информацию изначально планировалось сделать публичной и использовать для буклета о выпускниках магистратуры². Данное обстоятельство, а также наличие в анкете вопроса о том, чем именно помогла им магистратура Высшей школы экономики в плане профессионального роста, могли снизить желание людей участвовать в этом проекте.

К сожалению, некоторых выпускников мы не смогли найти: одноклассники не знали их контактов, а на сайтах виртуальных социальных сетей они не были зарегистрированы. Некоторые девушки вышли замуж и поменяли фамилию, что тоже затруднило их поиск.

В дополнение к данным опроса, из открытых источников (к которым в первую очередь относятся социальные сети Facebook, LinkedIn и др.) весной 2013 г. была собрана информация о текущем месте работы и должностях тех людей, которые не ответили на нашу анкету. В результате нам удалось охватить 71% выпускников магистратуры (204 из 288).

Однако отклик по отдельным магистерским программам был неодинаковым: если среди выпускников программы «Демография» 88% заполнили анкету, то среди выпускников программы «Комплексный социальный анализ» таких оказалось только 18%. Тем не менее, если учитывать вместе и опрос, и открытые источники, то информацию о месте работы и должности удалось получить более чем по половине выпускников на всех четырех магистерских программах, действующих на факультете социологии НИУ ВШЭ (см. табл. 1).

Таблица 1

Информационная база исследования

Магистерская программа	Всего выпускников	Ответили на анкету	Получена информация о месте работы и должности
Комплексный социальный анализ	74	13 (18%)	42 (57%)
Прикладные методы социального анализа рынков	139	67 (48%)	104 (75%)
Социология публичной сферы и социальных коммуникаций	43	10 (23%)	29 (67%)
Демография	32	28 (88%)	29 (91%)
Итого	288	118 (41%)	204 (71%)

Естественно предположить, что собранные нами данные будут смещенными в сторону более успешной трудовой карьеры, так как человек, которого устраивает его место работы и который удовлетворен тем, чем он зани-

¹ Сбор данных осуществлялся в первую очередь силами автора, Е. Ярской-Смирновой и И. Аминова.

² Кстати, сами буклеты выложены на сайте НИУ ВШЭ (<http://soc.hse.ru/ma>), и любой желающий может с ними ознакомиться.

мается, с большей вероятностью ответит на анкету и опубликует информацию о себе в социальных сетях. Те же люди, которые не слишком хорошо «устроились в жизни», вряд ли станут распространяться об этом и предпочтут не предавать огласке информацию о своей занятости. Тем не менее данные, полученные относительно 71% генеральной совокупности, позволяют надеяться, что основные тенденции мы все-таки сможем обнаружить.

Сферы занятости выпускников

Выяснилось, что тремя основными сферами занятости, в которые вовлекаются социологи после окончания вуза, являются научная и образовательная деятельность (30%), маркетинговые исследования в специализированных компаниях и агентствах (26%) и маркетинг и продажи «на стороне заказчика», т.е. в реальном секторе экономики (23%). Рассмотрим каждую из этих сфер подробнее.

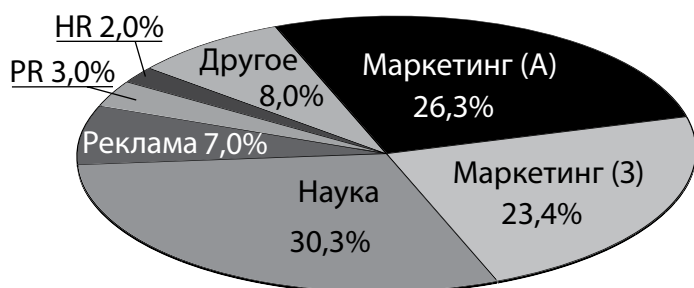


Рис. 1. Места работы выпускников 2006–2012 гг. магистратуры факультета социологии³

Некоммерческий сектор. Среди тех ребят и девушек, кто пошел работать в некоммерческий сектор и выбрал академическую карьеру, больше половины остались в НИУ ВШЭ. Они либо поступили в аспирантуру, либо устроились работать в какое-либо подразделение университета, а во многих случаях им удалось совместить и то и другое. Многих выпускников «приютили» кафедра экономической социологии, Лаборатория экономико-социологических исследований, Лаборатория социально-демографической политики, Центр внутреннего мониторинга, Центр фундаментальной социологии ИГИТИ, Лаборатория институционального анализа экономических реформ, а также другие центры, кафедры и лаборатории.

Около 14% выпускников социологического факультета устроились на работу в фонды, общественные организации и госструктуры (Аналитический центр при Правительстве РФ, Центр инновационного развития Москвы, Фонд Карнеги, Трансперенси Интернешнл – Р, Всемирный банк и т.д.), либо продолжают обучение в зарубежных университетах на магистерских или PhD программах (Erasmus University, Central European University, University of Aberdeen, Clark University,

University of Barcelona, Huazhong University of Science and Technology, и т.д.).

В некоммерческом секторе молодые социологи чаще всего занимают такие должности, как исследователь, научный сотрудник, аналитик, координатор программы, научный координатор, преподаватель.

Маркетинг. Маркетинговыми исследованиями в той или иной степени занимается почти половина всех выпускников социологического факультета. При этом большинство магистров начинает свою карьеру с работы в исследовательских компаниях, которые организуют и проводят рыночные исследования полного цикла для разных заказчиков. Основными работодателями здесь на сегодняшний день являются Ipsos, Synovate Comcon, ГфК Русь, Радар, ARMI-Marketing, TNS Global, Profi Online Research, Online Market Intelligence (OMI), AC Nielsen, Wobot, Левада-Центр.

Молодые социологи занимают в этих компаниях такие должностные позиции, как (senior / junior) project manager; research executive (manager); (старший) исследователь; (главный / ведущий / старший) аналитик; менеджер (руководитель) проектов; руководитель направления (отдела). И их работа включает, как правило, три основных направления деятельности.

Коммуникация

- проведение переговоров;
- обработка клиентских запросов;
- составление предложений на проведение исследования (включая предложение по методологии и дизайну исследований);
- подготовка и согласование с заказчиком инструментария, дизайна выборки;
- презентация результатов заказчику.

Организация

- координация ключевых этапов проведения маркетингового исследования;
- контроль выполнения процессов прохождения проекта;
- коммуникация и координация работы сотрудников смежных отделов, вовлеченных в реализацию проектов: аналитики, полевые менеджеры и другие сотрудники.

Аналитика

- анализ российской и международной статистической информации;
- анализ внутренних и внешних данных, финансовый анализ;
- анализ результатов, написание отчетов по проектам;
- подготовка презентаций, записок, отчетов;
- подготовка предложений (рекомендаций) на основании результатов исследований;
- выступления на конференциях, отраслевых мероприятиях.

В крупных маркетинговых агентствах выделяется такая должность, как менеджер по работе с клиентами (account executive). В целом он выполняет примерно те же функции, что и менеджер проектов, однако в его работе больший акцент сделан на коммуникацию с заказчиком, нежели на аналитику.

³ Условные обозначения: Маркетинг (А) – маркетинговые агентства; Маркетинг (Б) – департамент маркетинга в компании реального сектора (на стороне заказчика).

Коммуникация 1

- выстраивание взаимоотношений с клиентом;
- развитие отношений с клиентами и продажа проектов;
- клиентская поддержка: переговоры, консультации, встречи, поиск новых клиентов.

Организация

- подготовка предложения (project proposal);
- координирование проектов: план бюджетов, учет и контроль документооборота;
- подготовка отчетов для клиентов по результатам исследований;
- разработка стратегических решений для клиентов.

Коммуникация 2

- представление результатов руководству клиента;
- ежедневная поддержка клиента (анализ данных, отчеты и презентации);
- проведение тренингов по методологии;
- аналитическое консультирование клиентов.

Постепенно, по мере того как молодой специалист набирается опыта, у него появляется возможность перейти «на сторону заказчика», т.е. в одну из компаний реального сектора, являющихся клиентами маркетинговых агентств. Эти компании могут быть как крупными, международными, так и небольшими. Вот лишь небольшой перечень организаций, в которых маркетологами сегодня работают выпускники социологического факультета:

- **FMCG:** Kimberly-Clark, Unilever, Procter & Gamble, SC Johnson, L'Oréal, Kraft Foods, PepsiCo, Russian Standard Vodka, Росинтер, Metro Cash and Carry;
- **IT и электроника:** Google, Kaspersky Lab, Samsung Electronics;
- **Телекомы:** Вымпелком, МегаФон, Tele2 Russia, Vodafone Group, Вокорд Телеком;
- **Финансы:** Банк Москвы, ВТБ банк, Промсвязьбанк, Брокеркредитсервис, Ренессанс Страхование;
- **Другое:** United Metallurgical Company, Московский комсомолец, РОЛЬФ, Volkswagen, Toyota.

Работа на стороне заказчика, как правило, предполагает лучшие финансовые условия, большие возможности для карьерного роста и для самореализации. Поэтому фактически на рынке маркетинговых услуг случаются только три типа переходов из компании в компанию: из одного агентства в другое; от одного заказчика – к другому заказчику и из агентства – на сторону заказчика. Обратные переходы от заказчика в агентство происходят крайне редко.

Официальная должность сотрудника в этом случае может звучать следующим образом: key account manager; market research manager (specialist); trade marketing assistant (executive, specialist); маркетолог (-аналитик); (ведущий / старший) специалист от-

дела (службы); руководитель (начальник) направления (отдела); специалист (менеджер) по стратегическому планированию. В его задачи входят следующие пять основных направлений деятельности.

Организация

- организация маркетинговых исследований «под ключ»: от разработки методологии до презентации результатов менеджменту;
- планирование и контроль бюджета на маркетинговые исследования.

Аналитика

- анализ рыночной ситуации;
- проведение регулярных мониторингов целевых рынков (desk-research / forecasting);
- мониторинг коммерческих показателей компании и активности конкурентов в целях выявления новых бизнес-возможностей и формирования стратегии;
- анализ тенденций рынка, сегментации рынка, потребительских интересов, медиапредпочтений, мотиваций, удовлетворенности клиентов и т.п.;
- анализ эффективности маркетинговых программ; рекламных кампаний, мероприятий в каналах продаж.

Коммуникация

- key account management;
- развитие партнерской сети;
- коммуникация с основными клиентами и поставщиками компании;
- проведение тендеров и переговоров;
- взаимодействие с заказчиками аналитики внутри компании и внешними подрядчиками;
- организация обучающих семинаров.

Практический маркетинг

- разработка маркетинговых и рекламных кампаний; маркетинговых концепций;
- написание маркетинговой части бизнес-планов;



- вывод на рынок новых продуктов, управление продуктовым портфелем;
- ценовое позиционирование и перепозиционирование;
- управление проектами, связанными с развитием элементов бренда;
- проектирование и создание сайтов.

Стратегическое планирование

- разработка стратегий позиционирования, креативных и коммуникационных стратегий;
- стратегическое планирование развития проекта;
- управление процессом разработки, внедрения и тестирования;
- разработка стратегии продвижения.

Реклама. Около 7% выпускников работают в рекламной сфере – чаще всего в специализированных рекламных агентствах (например, OMD OM Group, BBDO, DigitaliZm, IQ marketing, Mindshare, Progression Group, Dentsu-Smart) или же в отделах рекламы «на стороне заказчика» (в настоящее время, например, в Procter & Gamble и PepsiCo).

Названия должностей, которые занимают молодые рекламисты, звучат, как правило, следующим образом: account manager, brand development executive, (senior / junior) strategic planner, менеджер по работе с клиентами, бренд-менеджер, аналитик (специалист / директор) по стратегическому планированию. Как и маркетологам, им приходится заниматься аналитикой, организационными вопросами и коммуникацией с заказчиками и подрядчиками. Однако в их работе появляется и элемент чистого творчества.

Аналитика

- анализ реальных и потенциальных потребителей товаров и услуг;
- анализ медиапредпочтений целевой аудитории;
- анализ коммуникации конкурентов;
- анализ рекламной активности в категориях;
- анализ медиапоказателей рекламодателей;
- поиск потребительских инсайтов.

Организация

- планирование годовой рекламной активности;
- планирование и контроль бюджета;
- подготовка предложений по проведению рекламной кампании;
- запуск, контроль, оптимизация и анализ результатов рекламных кампаний;
- документооборот.

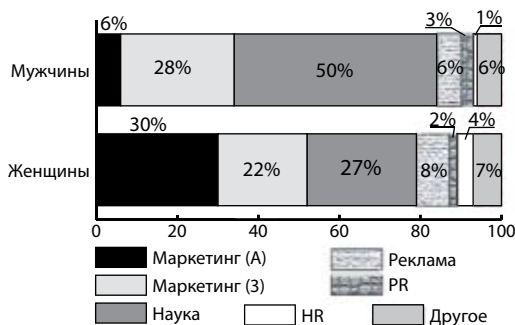


Рис. 2. Места работы выпускников магистратуры в зависимости от пола, % по группам

Творчество

- разработка коммуникационной стратегии для различных брендов;
- создание архитектуры бренда;
- разработка рекламных концепций, основного рекламного сообщения;
- вдохновение креативной команды на разработку креативных идей рекламной кампании.

Коммуникация

- коммуникация с клиентом и внутренним креативным отделом в рамках проекта;
- составление креативных брифов, тайминга, смет проекта;
- презентация идей и результатов проекта.

Связи с общественностью (PR). Занятость в сфере связей с общественностью не слишком распространена среди молодых социологов, однако есть и такие, кто работает PR-менеджером или даже руководителем соответствующего отдела в организации. В обязанности пиарщиков, как правило, входят следующие составляющие.

Коммуникация

- коммуникация с прессой и журналистами;
- медиасопровождение событий и новостей брендов;
- организация пресс-мероприятий и пресс-туров;
- инициирование публикаций.

Организация

- активная PR-поддержка брендов компании;
- запуск рекламных кампаний, размещение рекламы в СМИ;
- организация выставок, мероприятий и последующий анализ их результатов;
- планирование, разработка и организация промо-анимаций;
- участие в отраслевых конференциях по направлению;
- ведение бюджета.

Творчество

- написание пресс-отчетов;
- копирайтинг.


Управление персоналом. И наконец, последнее направление деятельности, о котором стоит сказать и в котором могут себя с успехом попробовать социологи, – это работа в качестве менеджеров по персоналу или специалистов по работе с персоналом в специализированных кадровых агентствах или в HR-департаменте на стороне заказчика. Здесь перечень направлений деятельности довольно прост и короток:

- ведение кадрового делопроизводства;
- подбор персонала;
- обучение и развитие (в том числе самостоятельное проведение тренингов);
- организация корпоративных мероприятий.

Дополнительные характеристики. В дополнение наши данные показывают, что современная социология имеет преимущественно «женское лицо»: среди выпускников магистратуры мужчины составляют всего 17%, а женщины – 83%. При этом характер занятости их после окончания вуза очень различный (см.

рис. 2): молодые люди намного чаще выбирают академическую карьеру и не задерживаются в маркетинговых агентствах, намного быстрее девушек переходя на сторону заказчика. Следует отметить, что абсолютное большинство выпускников не уехали из Москвы обратно к себе на родину. Практически все они остались после окончания учебы в российской столице, за исключением тех, кто решил продолжить получение образования за рубежом – в университетах США, Великобритании, Нидерландов, Испании и других стран.

* * *

Таким образом, получается, что никто из выпускников социологического факультета не работает социологом «в чистом виде». Они либо менеджеры, либо маркетологи, либо аналитики, либо исследователи. В связи с этим, казалось бы, следует ожидать наличия у них своего рода кризиса идентичности... Шесть лет их учили социологии, а теперь она им вроде бы как не нужна. Тем не менее большинство из опрошенных утверждают, что работают по специальности и вполне довольны теми возможностями, навыками и умениями, которые университет позволил им приобрести во время учебы. При этом в качестве наиболее важных выпускниками называются не только и не столько конкретные прикладные навыки, сколько более общие и универсальные знания и умения: расширение кругозора; понимание своей профессии; приобретение полезных знакомств; умение работать в ситуации стресса и дисциплинированность; способность быстро ориентироваться в больших объемах информации; умение четко формулировать свои мысли и писать структурированные тексты. Ну и, конечно же, учеба в магистратуре позволяет выработать навыки системного, структурного, аналитического и креативного мышления, активно работать, постоянно развиваться, быстро учиться чему-то новому, разностороннее и комплексно смотреть на вещи и события и не бояться браться за проекты любой сложности. 

Летняя школа 2013. Попытка расколдовывания ЛЭСИ



Елена Витухина
студентка факультета
социологии НИУ ВШЭ,
лаборант ЛЭСИ

Хочу поделиться с вами тем интересным, и отчасти даже сокровенным, что я узнала, побывав на Летней школе ЛЭСИ «Экономическая социология как профессия», проходившей в ближайшем Подмосковье 10–15 июля 2013 г. Моя «попытка расколдовывания» продолжалась пять дней, на протяжении которых я вела дневник. Отрывки из него представляю вашему вниманию.

*Письмо от 20 марта 2013 г.
«Мы рады сообщить, что по результатам собеседования Вы приглашены принять участие в выездной Летней школе Лаборатории экономико-социологических исследований».*

Получив такое письмо, ты еще не совсем понимаешь, что будет происходить, но становится интересно. Познание начинается с удивления.

День первый. Установочный и ознакомительный

10 июля 2013 г. команда будущих лаборантов (включая меня) и преподавателей выехала на большом автобусе с улицы Мясницкой по направлению к отелю под названием «Авантель Клуб Истра», расположенном в ближайшем Подмосковье. Оказалось, что на Летней школе нас

будет много (порядка 30 человек), и когда мы в первый раз зашли в конференц-зал, находящийся на территории отеля, я еще не догадывалась, что эта аудитория станет мне ближе собственного номера, и именно тут услышу удивительные, вполне философские рассуждения. На протяжении пяти дней у меня было постоянное место за нашим большим столом. Под рукой были все необходимые материалы: распечатки, любимая ручка и блокнот, обрывочные записи из которого я и представляю вам. Думаю, многие недооценивают значение собственного рабочего места. На Летней школе я подобрала свое идеально: справа от меня сидели преподаватели, на каждого из которых с этого ракурса было удобно смотреть, по правую же руку открывался экран с презентациями, а прямо напротив – дверь с видом на улицу (иногда очень хочется обдумать сказанное, устремив взгляд на природу).

Тема Летней школы ЛЭСИ была «Экономическая социология как профессия». Структура школы состояла из четырех частей: день студента, день выпускника, день работодателя и день преподавателя. Каждый день мы слушали рассказы о жизненных траекториях, опыте и планах представителей одной из четырех групп, а также пытались критически взглянуть на свою деятельность и постараться выработать свой путь на ближайшее будущее.

В первый, вводный день присутствующие студенты познакомились с преподавателями. Разделившись на четыре группы, мы из разного подручного материала проектировали материальный образ «идеального экономического социолога». Моя команда (со мной был Вадим Радаев, я подумала: «это знак!») представила миру чудесное существо: гантели означали твердую теоретическую основу, без которой социологу никуда; летающая тарелка – разве-



ной деятельности преподавателя или обсудить свой проект, который каждый студент должен был представить на Летней школе. Второкурсники выступали с проектами по «Практикуму по экономической социологии» (учебный курс, идущий на третьем курсе факультета социологии). Ребята старших курсов представляли свои проекты будущих бакалаврских и магистерских дипломов.

День второй – студента (т.е. мой!)

Основные вопросы: каково отношение нынешних студентов к образовательным программам на факультете социологии? как они видят свое будущее? кто

дывательное исследование; мыло – инструмент, позволяющий настоящему экономсоциологу оставаться объективным и не выдумывать результаты.

Вдоволь посмеявшись, мы включились в работу: поговорили о проблемах профессиональной идентичности и прагматическом психозе у студентов, который возникает из-за их неуверенности по поводу своего будущего положения на рынке труда. Впрочем, последний сюжет стал самой обсуждаемой темой на протяжении всех пяти дней. Мы поговорили о том, что такое проблема (в моем блокноте появилась фраза, написанная прописными буквами: «ПРОБЛЕМА – ИНТЕРЕСНАЯ И ЗНАЧИМАЯ ДЛЯ ДРУГИХ»), а также о том, что результаты социологических исследований часто оказываются невостребованными. Призванные В.В. Радаевым к рефлексии и осознанию будущей и настоящей деятельности, мы разошлись. В тот момент показалось, что предсто-

ящих четырех дней будет недостаточно для того, чтобы обсудить все намеченные вопросы.

В первый день произошло, на мой взгляд, нечто удивительное – призыв преподавателей к студентам вести открытый диалог в неформальной обстановке. Можно было просто подойти и спросить о науч-

наши абитуриенты? как они выбирают социологический факультет? формируется ли в школах Москвы и других городов заинтересованность к НИУ ВШЭ?

Ответы (иногда примерные) на эти вопросы находились постепенно: сначала директор Центра внутреннего мониторинга НИУ ВШЭ



Мария Правдина представила результаты исследований абитуриентов и студентов факультета социологии 2011–2012 гг. Информация оказалась много: как готовится абитуриент к поступлению, когда он принимает решение относительно выбора факультета, и проч. Анализ показал, что для большинства абитуриентов направление социологии не является приоритетным; их выбор социологического факультета нередко обусловлен недостатком баллов по ЕГЭ для зачисления на другие специальности. При этом абитуриенты идут целенаправленно в НИУ ВШЭ, выбор в пользу нашего университета они делают в 10-м классе и даже ранее.

И снова в аудитории возникла тема массового психоза, который охватывает поступающих, боящихся всего на свете: куда поступать? на какой факультет? будут ли места? нужно ли слушаться советов родителей? и еще миллионы вопросов.

Кто-то в качестве шутки предложил помочь молодым ребятам с выбором социологического направления путем издания учебника, на обложке которого размещались бы фраза

«Высшая школа экономики – лучший в мире университет» и фотография Кирилла Сорвина – человека, благодаря которому, как показала практика, многие учатся на факультете социологии. На самом же деле найти решение проблемы привлечения студентов на наш факультет не столь просто: существующие в обществе стереотипы и непонимание того, что есть социология, заметно усложняют задачу.

В дополнение мы обсудили проблемы студентов, с которыми они сталкиваются по приходу в университет: непрозрачная система оценивания и не всегда ясные требования к эссе, неудовлетворенность некоторыми предметами. В этот день мы ознакомились с результатами мониторинга студенческой жизни, а также высказали то, что нас, студентов, волнует. Мне показалось, что преподаватели не только слушают нас (и кивают), но и слышат. В первый и не в последний раз на Летней школе пришло осознание того, почему ВШЭ и впрямь лучший университет: ты можешь точно сказать, что он развивается, что на твоём факультете происходят структурные изменения, и ты знаешь какие.

День третий – выпускника (т.е. моего будущего)

Вопрос дня: Какие общие и специальные компетенции сегодня необходимы, чтобы социологи были востребованными на рынке труда, по мнению выпускников?

День третий лучше всего описать как день открытий.

Открытие первое. Оно произошло благодаря презентации старшего научного сотрудника ЛЭСИ и заместителя декана по магистратуре Дениса Стребкова о выпускниках магистратурских программ факультета социологии, выполненной на основе данных опросов 2006–2012 гг. Было рассказано о сферах и местах работы выпускников, об их должностных позициях и содержании деятельности. Мне показалось, что разрешить вопросы метания у абитуриентов и студентов можно, просто показав эту презентацию.

Открытие второе. Опыт работы старшего научного сотрудника ЛЭСИ Тагира Калимуллина в компании «М.видео» и разговор о ключевых профессиональных навыках, требуемых в бизнесе. В моем блокноте появились напутствия: «оче-



видных решений мало», «нужно использовать проективный подход к решению задач, появляющихся в результате вызовов рынка». Также в ходе презентации были развенчаны мифы о преимуществе раннего выхода на работу (мы теряем ценные знания, желая побыстрее получить практический опыт), незначимости теории и стремлении выбирать только те факультативы, в рамках которых научат прикладным навыкам, приоритетности анализа данных.

NB. Нужно уметь правильно интерпретировать данные и принимать адекватные решения.

Открытие третье. Совместный просмотр и обсуждение фильма Джеймса Марча, почетного профессора менеджмента, политических наук и социологии Стэнфордского университета, «Heroes and History: The Lessons for Leadership from Tolstoy's War and Peace» (2008). В этом фильме затрагивается тема лидерства и героизма, а также вопрос о том, кем творится история. Воля, драйв или заряженность – таковы ключевые слова, выделенные мной по ходу дискуссии о фильме. Подобный формат просмотра и обсуждения фильмов мне показался очень интересным.

Учиться всегда и всюду!

День четвертый – работодателя

В этот день мы пытались понять, в чем сегодня заключается смысл деятельности социолога на рынке труда с точки зрения работодателя? Удалось посмотреть на проблему социологии как профессии через новую призму, выслушав выступления работодателей, представляющих разные компании. Я составила список, напоминающий «успеть сделать до 30 лет» или «100 книг, обязательных для прочтения». Это те сюжеты, о которых чаще всего говорили работодатели и преподаватели.

Очень хочется ими поделиться со всеми, повесить на стену дома и помнить об их чрезвычайной важности.

- Быть порядочным.
- Формулировать проблему и использовать подходящие методы.
- Уметь писать тексты.
- Сомневаться.
- Правильно оформлять список литературы.
- Читать книжки.
- Структурировать информацию.
- Направляться другими и направлять других.
- Расширять границы понимания.

День пятый – преподавателя

В этот день, 14 июля 2013 г., у меня появилось полное осознание происходящего в рамках Лаборатории экономико-социологических исследований. Сотрудники ЛЭСИ поделились со студентами опытом проведения прикладных исследовательских проектов и рассказали о специфике работы в этом направлении: о заказчиках, о сочетании исследований и «социальной инженерии», о профессиональной ответственности, о специфике работы

исследователя на разные академические рынки (внутренний vs международный). Преподаватели рассказывали, как трудно совмещать разные виды деятельности, ведь «на двух стульях рано или поздно становится неудобно сидеть».

Для меня лично в этот день самой интересной оказалась проблема ангажированности исследователя, решение дилеммы «оставаться независимым или принять чью-либо сторону», его поведение в условиях, диктуемых заказчиком в отношении желаемых результатов.

И как-то в тот вечер по завершении преподавателями рефлексии по поводу собственной деятельности почувствовалось, что все происходящее на Летней школе приняло замкнутый вид. Конечно, не на все вопросы, на мой взгляд, были найдены ответы, но «уезжалось» оттуда совсем по-другому.захотелось больше учиться и принимать участие в исследованиях, гореть так же, как горят люди, рассказывающие о собственных проектах и интересах.

* * *

Заряженность и драйв – эмоции, которые остались после Летней школы. ЭЭ



The Owl and The Cat¹



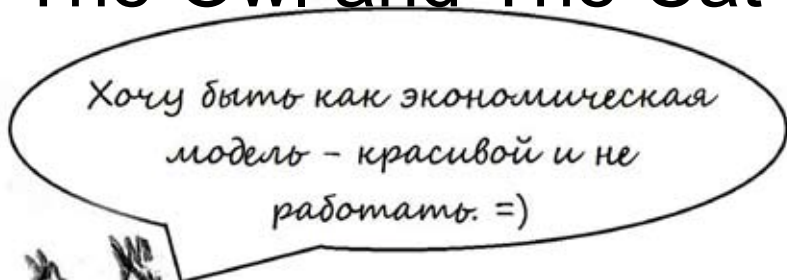
Алена Акимова

студентка факультета
социологии НИУ ВШЭ,
лаборант ЛЭСИ



Вероника Денисова

студентка факультета
социологии НИУ ВШЭ,
лаборант ЛЭСИ



80% / 20%



Летняя школа: котейский
принцип Парето

¹ The Owl and The Cat / Совушка и Котейка. <http://vk.com/catowl>

на Летней школе ЛЭСИ 2013

Успешный социолог



"Если социолог - это человек с анкетой, то экономист - человек за кассой!"

Успешный экономист



Студенты

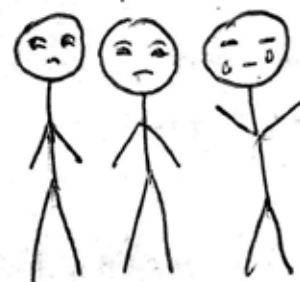


Учебный год



Летняя школа

Преподы



НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ



Научный руководитель

Вадим Радаев

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической социологии, первый проректор НИУ ВШЭ, руководитель ЛЭСИ



Редакционный совет

Зоя Котельникова

кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ



Елена Бердышева

кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ



Художественный редактор (дизайн и верстка)

Мария Мишина

социальный психолог, журналист, дизайнер

Отдельная благодарность

Редактору и корректору Елене Евгеньевне Андреевой

НАШИ АВТОРЫ



Олеся Кирчик

старший преподаватель кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ, ведущий научный сотрудник Института гуманитарных историко-теоретических исследований имени А.В. Полетаева (ИГИТИ)
okirchik@hse.ru



Денис Стребков

доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ, заместитель декана по магистратуре факультета социологии НИУ ВШЭ
strebkov@hse.ru



Елена Витухина

студентка факультета социологии НИУ ВШЭ, лаборант ЛЭСИ
alenavitukhina@gmail.com



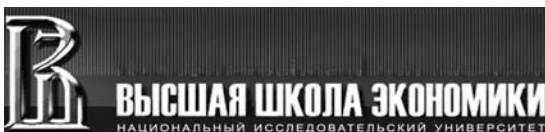
Алена Акимова

студентка факультета социологии НИУ ВШЭ, лаборант ЛЭСИ
alyona15.or.21@gmail.com



Вероника Денисова

студентка факультета социологии НИУ ВШЭ, лаборант ЛЭСИ
nikade@mail.ru



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: kotelnikova@hse.ru
web: <http://www.hse.ru/mag/newsletter/>

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: <http://www.hse.ru/mag/newsletter/>