

РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
СТУДЕНЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

ОТЧЕТ -
ОБОБЩЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ УЧАСТНИКОВ МЕЖДУНАРОДНОГО
МОЛОДЕЖНОГО НАУЧНОГО ФОРУМА
«ЛОМОНОСОВ»

2019-2021 годы

Москва – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. 2021 И 2015 ГГ. – СРАВНЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НАСТРОЕНИЙ И УСТАНОВОК МОЛОДЕЖИ РОССИИ ЗА БОЛЬШОЙ ПЕРИОД ВРЕМЕНИ	4
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ «БОЛЬШИХ» ОПРОСОВ 2019-2021 ГОДОВ	10
ГЛАВА 3. МАЛЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ	31
ГЛАВА 4. РЕКОМЕНДАЦИИ ВУЗАМ, ОРГАНАМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННЫМ ОБЪЕДИНЕНИЯМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ, СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ (МОНИТОРИНГА) ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЫ (2019-2021-Й ГОД)	48

ВВЕДЕНИЕ

Проведение Международного молодежного научного форума «Ломоносов» значимо не только в рамках организационного обеспечения диалога будущих и нынешних интеллектуальных элит, развития международного гуманитарного сотрудничества, но и в целях выявления основных тенденций состояния, настроения и установок молодежной интеллектуальной среды России.

С этой целью в последнее десятилетие в рамках форума проводится ежегодный опрос его участников, а также участников других мероприятий Сети «Ломоносов» на Интернет-платформе Форума.

Аудитория Форума представляет собой сообщество студентов, аспирантов и молодых ученых из России и нескольких десятков стран. От участников мероприятий Форума интересно мнение об эффективности молодежной политики в России, образования, профориентации, интересен уровень патриотичности, другие особенности мировоззрения и жизненных установок.

Проведение исследования в течение длительного времени – с 2015 года – позволяет сделать выводы о динамике показателей указанных сфер, выработать не только рекомендации по развитию собственно Форума, но и по работе с интеллектуальной молодежью России и зарубежных стран.

Если в 2019 году организаторы проводили только одно большое массовое исследование (опрос), то в 2020 и 2021 годах помимо него было проведено направленное изучение мнений участников Форума о мероприятии и серия интервью с экспертами. Суммарно участниками исследования за 3 года стали более 8 тыс. респондентов (не только из России).

Целью настоящего отчета является обобщение результатов указанных исследований.

ГЛАВА 1. 2021 И 2015 ГГ. – СРАВНЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НАСТРОЕНИЙ И УСТАНОВОК МОЛОДЕЖИ РОССИИ ЗА БОЛЬШОЙ ПЕРИОД ВРЕМЕНИ

Наиболее значительны изменения в молодежных настроениях за 6 лет с 2015 года.

В 2021 году участниками исследования стали 3080 респондентов, являющихся студентами, аспирантами и выпускниками российских и зарубежных вузов в возрасте от **17 до 35 лет**. При этом, поскольку полностью на все вопросы анкеты ответили **2186 респондентов**, далее в исследовании будут приводиться результаты обработки именно данной группы. Среди иностранцев, принявших участие в исследовании, абсолютное большинство являются представителями стран Евразийского экономического союза (Армения Беларусь, Казахстан, Кыргызстан), также достаточно много в исследовании приняло участие представителей стран СНГ (Азербайджан, Таджикистан, Узбекистан, Украина). Кроме того, в мониторинге приняли участие представители следующих стран дальнего зарубежья – Гаити, Зимбабве, Иордания, Ирак, Китай. В исследовании приняли участие студенты и выпускники 182 образовательных организаций высшего образования (далее – ООВО) Российской Федерации.

Проведение опроса было организовано через интернет: осуществлялась рассылка приглашений пройти опрос, информация об исследовании размещалась в социальных сетях, а также в научной сети для талантливой молодежи. В исследовании приведены результаты анализа ответов представителей научно-ориентированной, социально-активной, образованной и талантливой молодежи. Таким образом, результаты исследования можно относить именно к вышеуказанной категории молодежи, и, лишь частично, (с поправкой на активность и социальное благополучие) к генеральной выборочной совокупности – современной российской молодежи.

Среди опрошенной молодежи в 2021 году большинство респондентов планируют работу по специальности (70%, не планируют – только 6,3%) считает научную деятельность престижной – 42% и очень престижной – 17,3%.

О мерах государственной политики в области поддержки молодежи хорошо информированы 16,2 %, частично информированы – 30,7%, имеют представление – 25,6%, неинтересной тема оказалась для 7% респондентов.

Пандемия поставила задачи расширения дистанционного формата обучения. Удовлетворены данным форматом полностью – 21% опрошенных, «скорее да» - 36%, не удовлетворены – всего 9,4%.

Работают или ищут работу (ждут работы после обучения) «ради денег» - 27%, опыта – 20,3%, более быстрого овладения специальностью – всего 3,5%, саморазвития – 14,6%, занятия любимым делом – 16,2%.

Работу опрошенные ищут в основном в Сети Интернет (70%), 35% ищут ее самостоятельно, без чьей либо помощи, 32% - через стажировки и только 25% - через вуз (такая же доля опрошенных использует биржу труда).

28,4% опрошенных предпочитают работу в государственных организациях, 10,3% - в органах исполнительной власти, 30,7% - в негосударственных организациях, 28,3% хотели бы организовать собственную фирму. 43,8% опрошенных предпочитают работу в конкретной организации.

Понятие о «хорошей работе» полностью соответствует таким свойствам как «хорошие социальные гарантии» и страхование, карьерный рост и сильная корпоративная культура - для почти 9%. Социальные гарантии и страхование – это свойство, наиболее соответствующее понятию хорошей работы для респондентов, с учетом того, что еще 52% опрошенных считают данное утверждение «скорее верным».

В 2021 году заработную плату на уровне до 20 тыс. руб. в мес. ожидают для себя – 10,48% опрошенных, на уровне 21-40 тыс. рублей – 29,3 %, 41-60

тыс. руб. – 24,6 % опрошенных, 61-100 тыс. руб. – 22,1 %, 101-200 тыс. – 9,4 %, более 200 тыс. – 4,2 %.

Если говорить о сравнении работы в российских и зарубежных компаниях, то в пользу первых свидетельствуют как раз социальные гарантии (61% скорее или полностью согласных) и благоприятные условия труда (57%), корпоративная культура (50%), а также возможность самореализации (53%). Остальные показатели в зарубежных компаниях (прежде всего, зарплатные) в представлении молодежи явно перевешивают.

Важнейшим вопросом современной молодежной политики является патриотическое воспитание, его характер и уровень, который, на наш взгляд, определяется уровнем гордости молодежи за свою страну.

При этом уровень гордости определяется, с точки зрения интеллектуальной молодежи, просвещенным пониманием величия своей страны вкупе с чувством сопричастности с нею, то есть – уровнем качественного, просвещенного патриотизма.

47,8 % опрошенных гордятся своей страной, 33,8% - затруднилось ответить, 18,4% - опрошенных Россией не гордится.

53,3 % очень обеспокоены социально-экономическим положением в регионе и стране, 35,3% - иногда беспокоятся по этому поводу, 7,6% - это не беспокоит, 3,9% - затруднилось ответить.

27% готовы поступиться частным интересом ради общественного, не готовы – 12,7%, готовы в особых случаях – 45,7%, затруднились с ответом – 14%.

Другой опрос (более 500 непосредственных участников Форума) свидетельствует, что 65,4% опрошенных участвует в форуме впервые.

68,8% опрошенных жалуют форум за «возможность обрести связи в науке», 54% - за возможность рассказать о своем проекте, исследовании, 52% - за возможность проявить себя, 39,2% - за интересную программу и 22,7% - за возможность обрести единомышленников, 17% - возможность интересно провести время и отдохнуть.

Узнали о форуме от представителей вузов и своих организаций – 53%, из рассылки – 12,8%, из рассылки – 8,9%, от друзей – 6,8%, 14,9% - от членов научного коллектива.

Опыт Ломоносова пригодился 90% участников – не пригодился – только 1,5%.

Сравним данные основные результаты с ключевыми вехами опроса 2015 года.

В 2015 году заинтересованность в научной деятельности обозначили 70% опрошенных (считая ее, очевидно, престижной). В сравнении с результатами 2021 года это несколько больше, так что возможно, научная деятельность несколько потеряла в своем престиже у новых поколений молодых ученых, которое более прагматично.

Зарплатные амбиции молодежи выросли с тех пор весьма значительно. 7% мечтали о сумме в пределах 15 тыс. руб., 17% - 16-30 тыс. руб., 34% - 31-50 тыс. руб., 17% -- 51-70 тыс. руб., 24% - 71 тыс. руб. и выше (в основном студенты и выпускники столичных вузов). По примерным оценкам рост зарплатных ожиданий (желаний) вырос не менее чем в полтора раза, что несколько больше ее роста в среднем по России.

Приоритеное желание работать в российских компаниях проявили – 33%, не проявили желание работать там – всего 7, «рассматриваю наравне с другими» – 57%, еще не решил – 4.

В целом желание работать в России и на Россию проявили в 2015 году более половины респондентов (приоритет – Российская коммерческая организация – 21%, российская государственная – 33, зарубежная компания, но работа в России – 26, Зарубежная за рубежом – 21).

Наибольшие преимущества в работе в российской организации таковы: «делать что-то для России» – 11% опрошенных, «родной язык» – 9%, ближе к семье – 8, менталитет, близость духа, стабильность, возможности для развития – по 6%.

23% опрошенных заявили, что российские организации уступают зарубежным прежде всего в зарплате - 23%, 38% заявили о не достаточной престижности работы в российских организациях.

24% проявили острокритичное отношение к стране, в работе в России и в целом высказались о желании работать за рубежом.

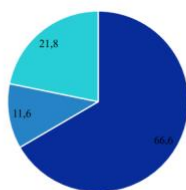
В 2017 году зарплатные ожидания распределились следующим образом:

Ожидаемая заработная плата – 21-40 тыс. руб. - 41%, до 20 тыс. – 27,3%, 41-60 – 18,1%, 61-100 – 9,3 тыс. руб., 3% - 101-200 тыс. руб., 1,3 % - более 200 тыс. руб.

Гордитесь ли Вы своей страной?

Большинство опрошенных испытывают гордость от отношению к России

Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, % от опрошенных



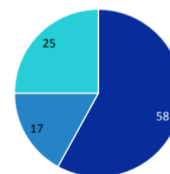
■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить

2017 год

Гордитесь ли Вы своей страной?

Большинство опрошенных испытывают гордость от отношению к России

Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, % от опрошенных



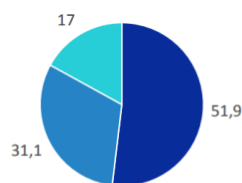
■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить

2018 год

Гордитесь ли Вы своей страной?

Большинство опрошенных испытывают гордость от отношению к России.

Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, % от опрошенных



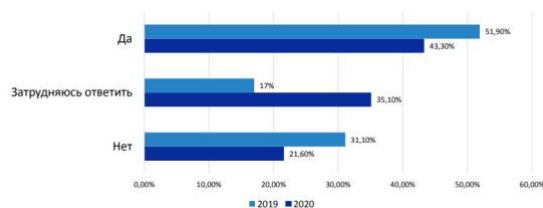
■ Да ■ Затрудняюсь ответить ■ Нет

2019 год

Гордитесь ли Вы своей страной? по итогам 2019-2020 годов

По итогам двухлетнего мониторинга установлено, что большинство опрошенных испытывают гордость по отношению к своей стране.

Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, % от опрошенных



2020

Рисунок 1 – Ответы опрошенных участников Форума на основной вопрос, связанных с уровнем патриотизма

Рисунок 1 представляет результаты ответов на вопрос о том, гордятся ли респонденты своей страной. Как видно из рисунка, происходит некоторое снижение безусловной уверенности с данным вопросом.

В 2017 году наивысшую гордость вызывали (12,7%) – великие просветители, 12,4% - писатели, деятели культуры искусства, Великие победы – 11%, Природы – 10,%. Среди событий, повлиявших на менталитет россиян указывалось – Великая Отечественная война – 22,7%, Распад СССР – 20,2%, Крещение Руси – 17,6%, Революция и Гражданская война – 14%, Петровский реформы – 10,7%.

Обеспокоенность социально-экономическими проблемами демонстрировалась следующим образом. 60,5% - да, очень, 33,6% - иногда, 4,1% - нет, не беспокоит, 1,8% - затруднились с ответом.

48,7% были готовы в 2017 поступиться своими личными интересами ради общественных в особых случаях, около 30% - безусловно, да

60% относили российскую культуру к смешанному, западно-восточному, «своему» типу, только 25,4% - к скорее западному или полностью западному.

Чуть больше половины уверены, что Россия – одна из ведущих стран мира, 10% - что она лидер, 30% - что влияет время от времени на мировые события.

Преимущества России перед другими странами указывались следующие: природные ресурсы, география, территории – 30,5%, Великое историческое прошлое – 18,8%, Выдающиеся люди – 17,6%, уникальная культура – 12,9%, союз разных народов и конфессий – 10,7%. Не считали, что преимущества есть – только 5%.

Таким образом, основной макротенденцией в период 2015-2021 годов было все же увеличение прагматичности молодежи (рост зарплатных ожиданий) при некотором снижении уровня позитивного патриотизма, что является, несомненно, тревожной тенденцией, заслуживающей отдельного изучения.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ «БОЛЬШИХ» ОПРОСОВ 2019-2021 ГОДОВ

Опросы последних трех лет имели несколько различную аудиторию, что во многом повлияло на усредненный характер ее ответов.

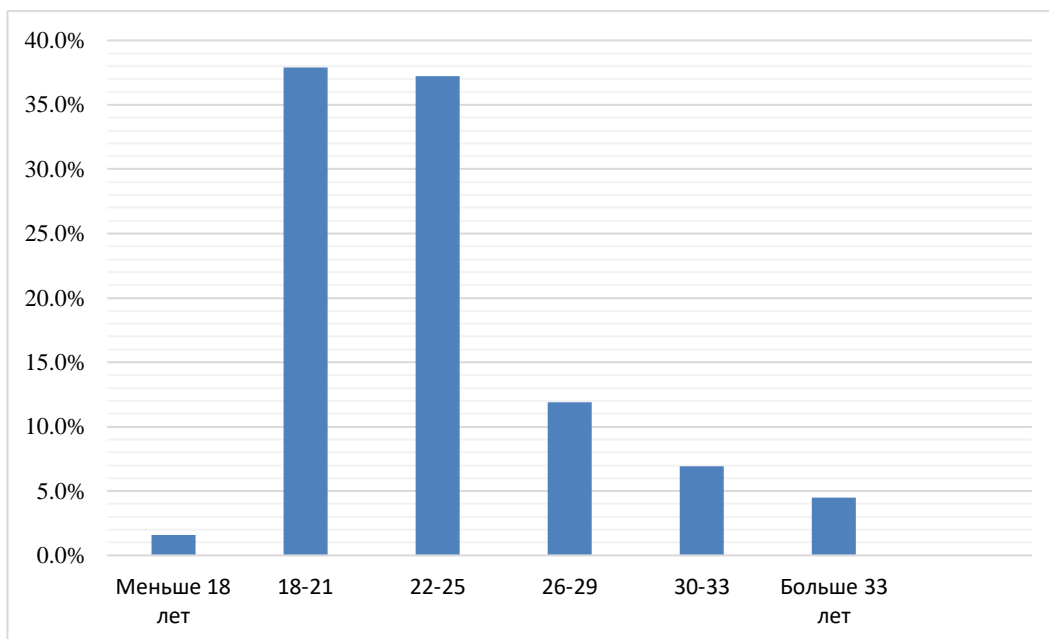


Рисунок 2 – соотношение представителей разных возрастов в исследовании 2020 года (% от общего количества респондентов)

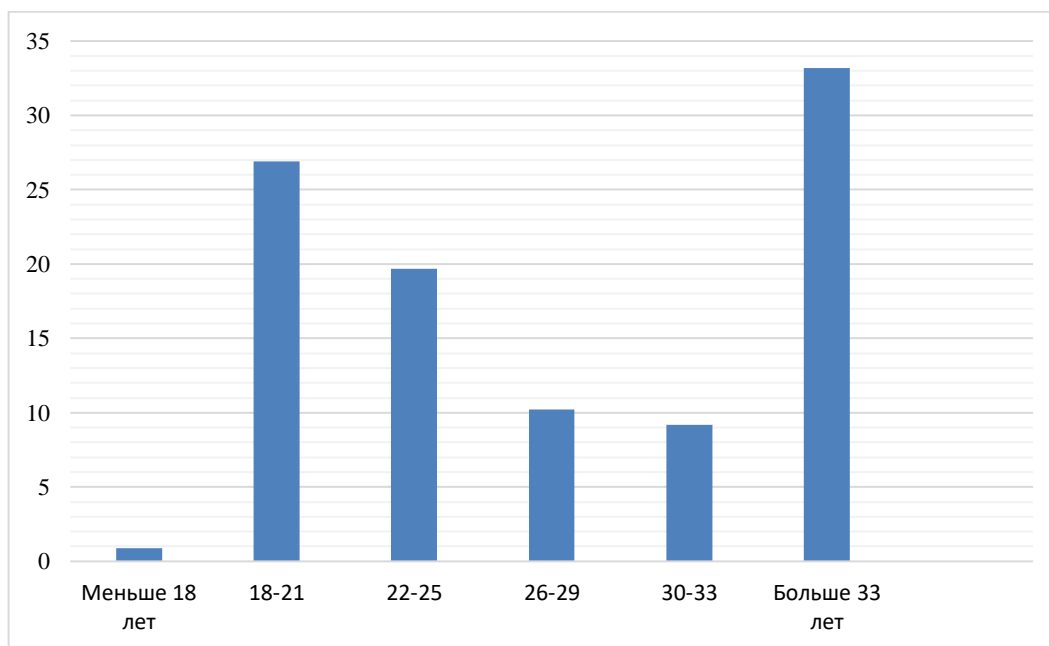


Рисунок 3 – соотношение представителей разных возрастов в исследовании 2019 года (% от общего количества респондентов)

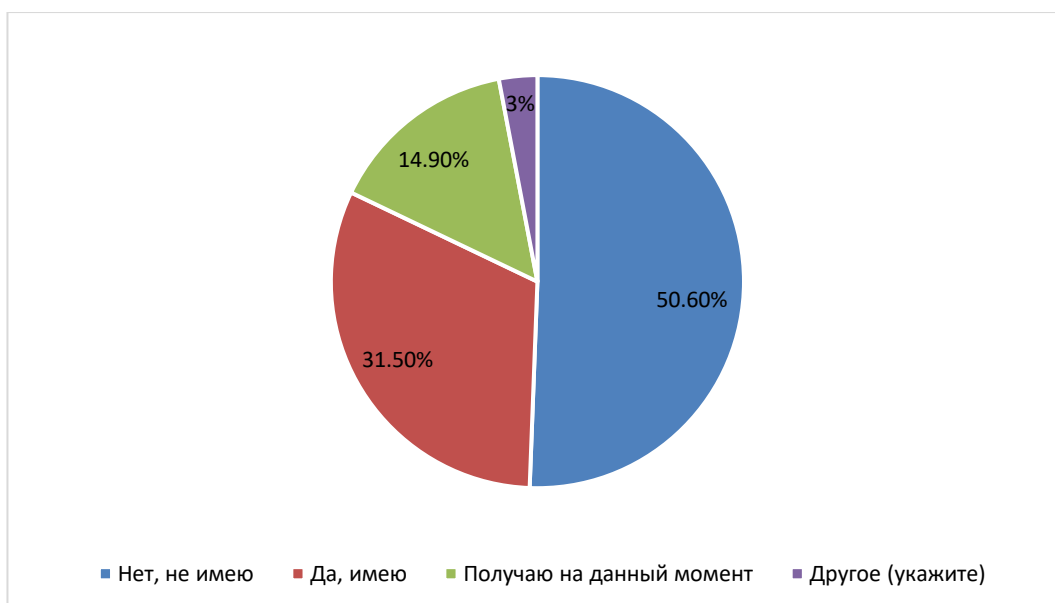
Как видно из рисунка 3, в 2019 году в опросе приняли участие значительное число молодых ученых «старшего молодежного» возраста.

В исследовании приняли участие представители всех федеральных округов и всех субъектов Российской Федерации, наиболее активно себя проявила в ответах на вопросы анкета молодежь из следующих субъектов Российской Федерации: г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Ростовская область, Новосибирская область, Свердловская область, Алтайский край, Республики Татарстан, Ставропольский край, Московская область, Республика Северная Осетия, Республика Кабардино-Балкария, Воронежская область, Алтайский край, г. Санкт-Петербург, Свердловская область, Ростовская область, Пензенская область, Самарская область.

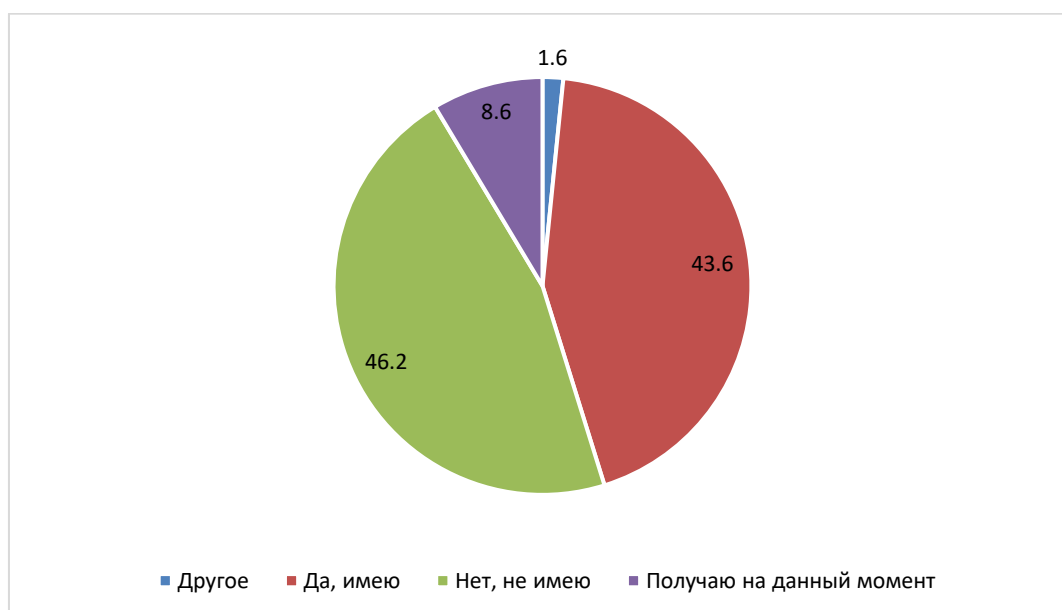
Представляется интересным сравнить результаты мониторинга, будут ли отличаться мотивы получения высшего образования и трудоустройства у участников исследования.

В связи с тем, что для современной российской молодежи весьма важен аспект продолжения образования, мы решили более подробно изучить образовательные траектории респондентов, а именно: наличие второго и последующих образований, образования за рубежом, а также желание/готовность связать свою жизнь с наукой.

В 2019 году вследствие обозначенной выше причины, 31,5% имели второе высшее образование и чуть больше 14,9% получали на момент опроса (см. рисунок 4). На рисунке 5 отражены данные 2019 года, которые в целом превосходят результаты 2020 года.



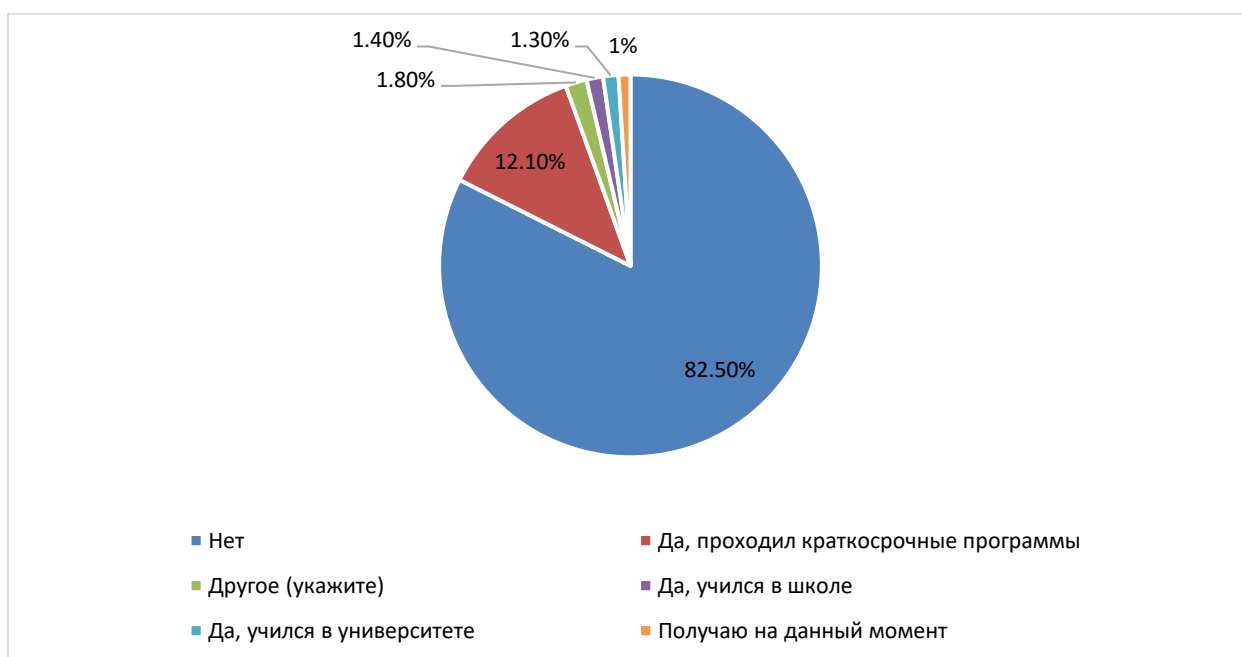
*Рисунок 4 – второе высшее образование по итогам 2020 года
(% от общего количества)*



*Рисунок 5 – второе высшее образование по итогам 2019 года
(% от общего количества)*

Здесь видно, что старшее поколение молодежи дает значительный вклад в увеличение уровня образованности за счет получения второго высшего образования. Иными словами, интеллектуальная молодежь стремится не ограничиваться одним высшим образованием.

Относительно образования за рубежом можно сказать следующее. Всего среди опрошенных 17,6% ответили, что имеют образование, полученное за рубежом, причем, в основном это было образование в формате прохождения краткосрочных программ (12,4%). Таким образом, по итогам двухлетнего исследования можно констатировать, что подавляющее большинство (около 80 %) научно ориентированной молодежи имеет только образование, полученное в России (см. рисунки 6 и 7).



*Рисунок 6 – образование за рубежом по итогам 2020 года
(% от общего количества)*



*Рисунок 7– образование за рубежом по итогам 2019 года
(% от общего количества)*

Вместе с тем, доля получивших образование за рубежом в 2020 году выросла по сравнению с 2019 годом, несмотря на значительный процент «старшей молодежи» в выборке 2019 года. Можно предположить, что стремление получить такое образование среди молодежи растет.

Данные о престижности науки, полученные в 2019 и 2021 годах в целом аналогичны уровню 2021 года. Большинство опрошенных считают занятие наукой престижным делом – так ответило почти 41,2% респондентов (*что соответствует показателям 2019 года*), 21,7% – очень престижным (*наблюдается рост лояльных к науке респондентов на 7%*), почти 26,7% относятся к данному вопросу нейтрально (*показатель снизился на 6 %, а при условии, что доля считающих занятие наукой не престижным и совсем не престижным в общей выборке осталась примерно на том же уровне, свидетельствует о том, что доля лояльных к науке молодых людей увеличилась за счет перехода из группы «нейтрально настроенных» к группе «очень лояльных»*).

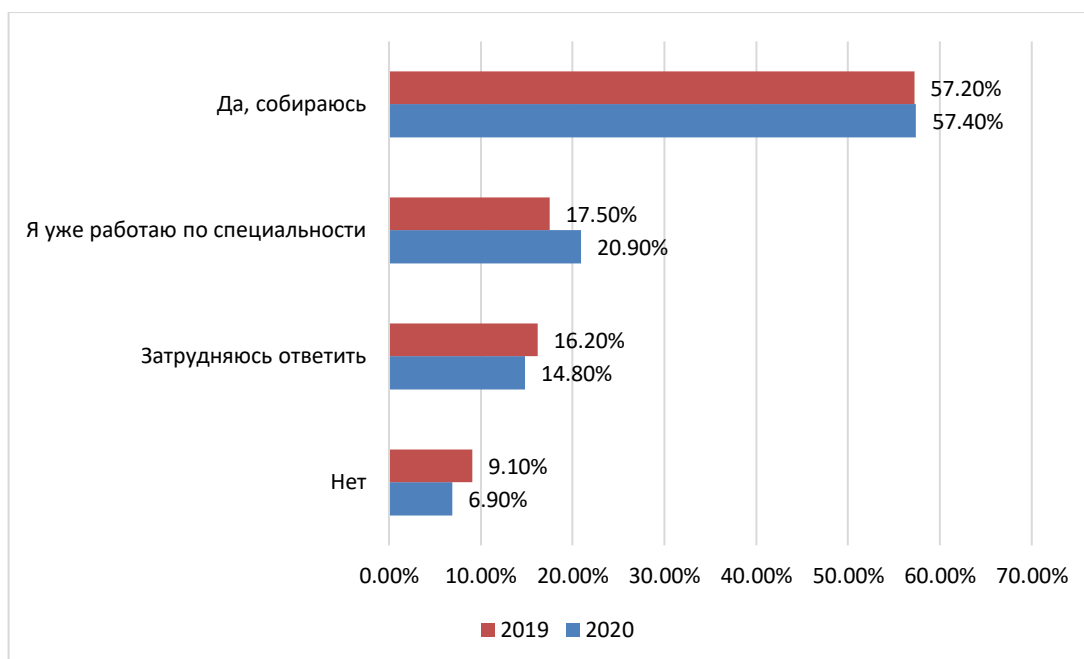


Рисунок 8 – собираются ли респонденты работать по полученной специальности по итогам 2020 и 2019 годов

(% от ответивших)

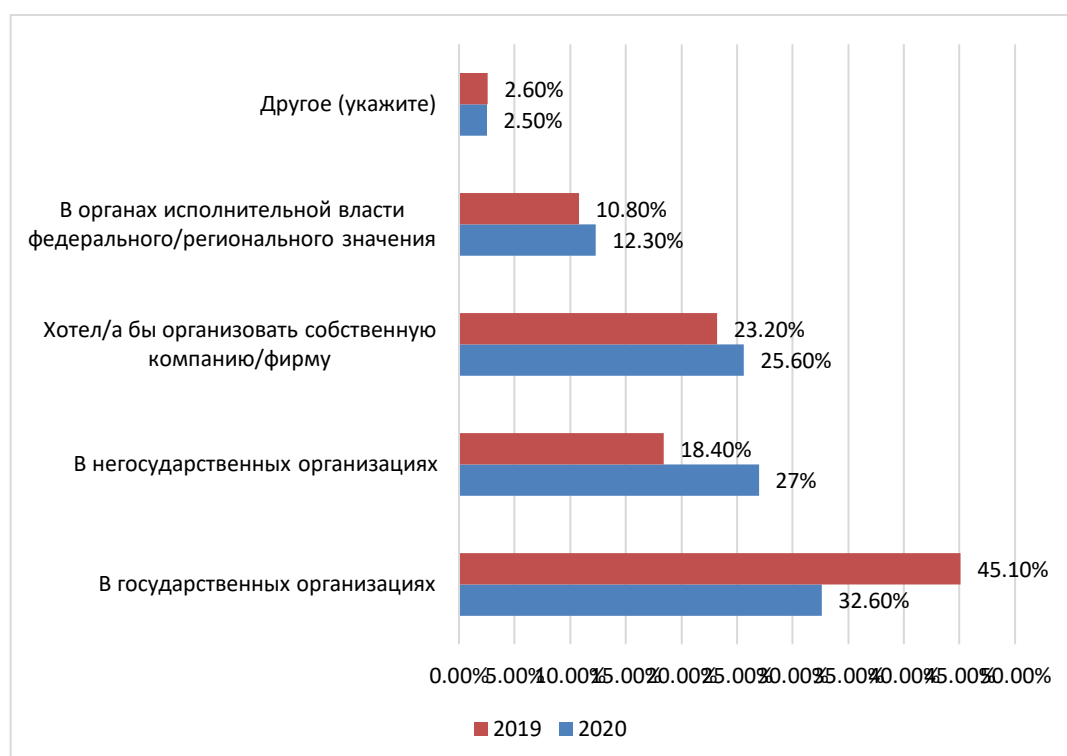


Рисунок 9 – где желают работать респонденты по итогам 2020 и 2019 годов

(% от опрошенных)

Хорошая работа по мнению молодежи, это место, где соблюдаются четыре основных элемента:

- хорошо платят;
- есть возможность реализоваться по выбранной специальности;
- есть хорошие возможности для карьерного роста;
- хороший психологический климат.

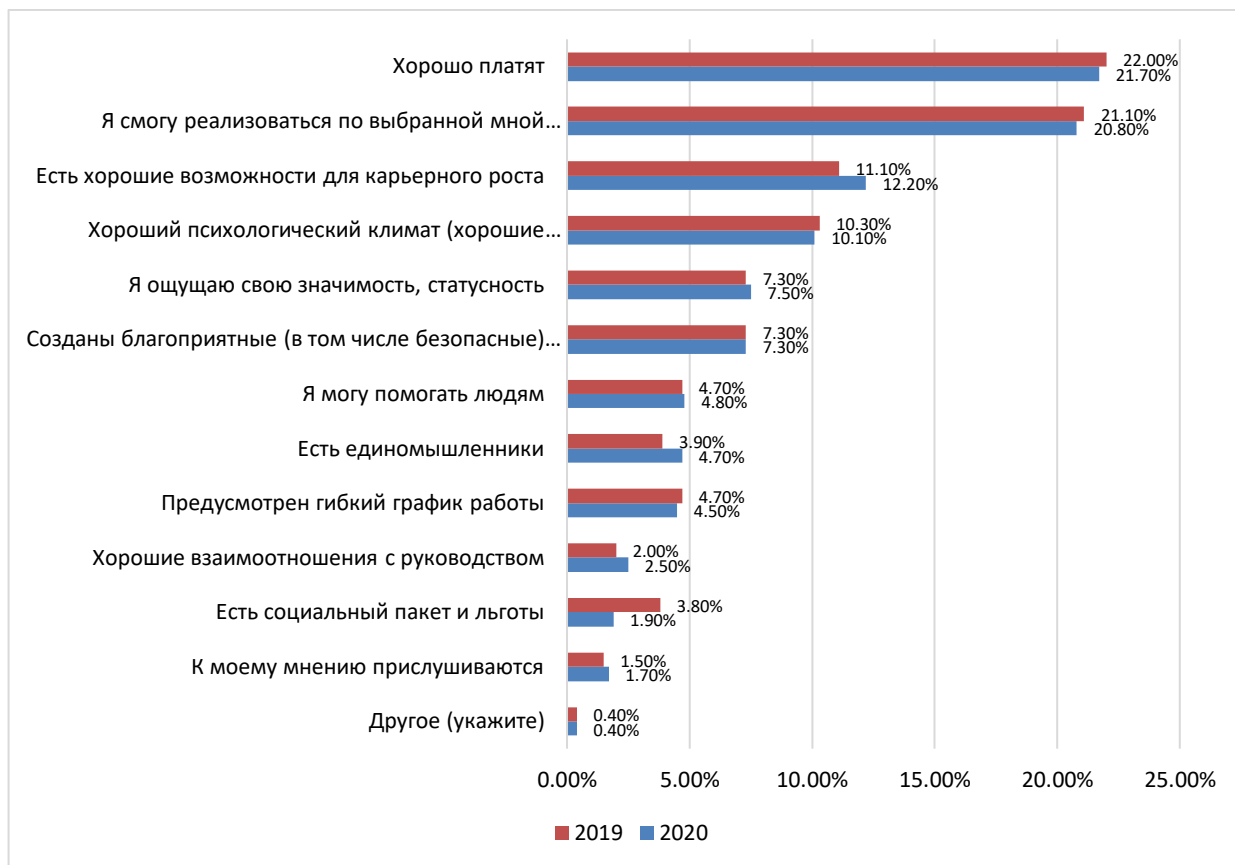


Рисунок 9 – Представления респондентов о хорошей работе по итогам 2020 и 2019 годов

(ответ с множественным выбором)

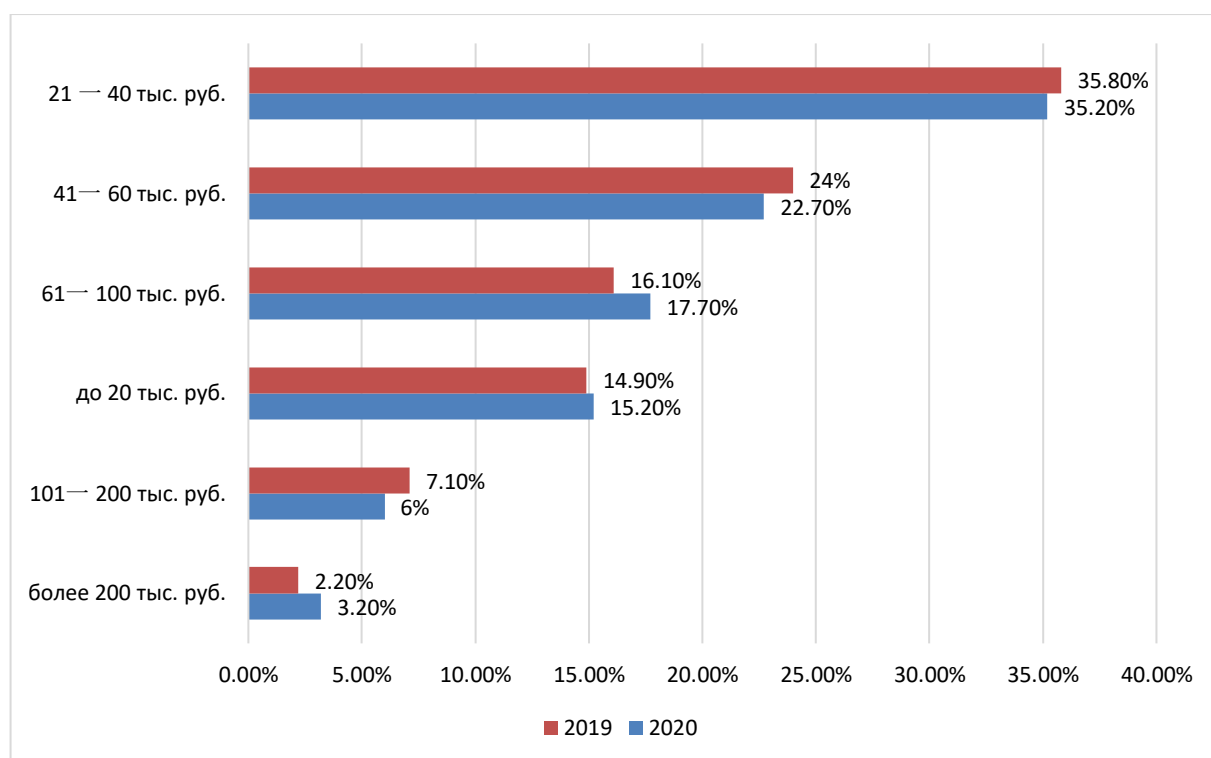


Рисунок 10 – минимальные зарплатные ожидания на ближайший год по данным 2020 и 2019 годов

(% от опрошенных)

Абсолютное большинство респондентов по итогам двухлетнего исследования намерены получать в среднем 21-40 тыс. рублей/месяц (*чаще среди жителей глубинки и городов*). Около четверти всех опрошенных отметили, что ориентируются на заработную плату 41-60 тыс. рублей/месяц (*характерно для активистов и жителей городов федерального значения*). В 2020 году увеличилось количество молодых людей (*17% всех респондентов*), желающих получать в ближайший год от 61 до 100 тыс. рублей/месяц (*чаще встречается среди жителей городов федерального значения и активистов*). До 20 тыс. рублей/месяц готовы получать примерно 15% опрошенных (*среди выбравших такой вариант ответа, как правило, были жители глубинки и городов*). Ну и около 10% всех принявших участие в опросе хотели бы получать свыше 101 тыс. рублей/месяц. Причем, весьма интересно, что зарплатные ожидания от 101 до 200 тыс. рублей/месяц наиболее характерны для жителей городов федерального значения, а вот зарплата свыше 200 тыс. рублей – мечта для жителей глубинки.

На протяжении трех лет ведущей стратегией поиска работы является поиск в сети Интернет (*зафиксирована тенденция роста*) и стратегия самостоятельного поиска (*зафиксировано значительное падение популярности данной стратегии*). Набирает обороты стратегии поиска работы через стажировки и вузы (вероятно, центра карьеры). Становится менее популярной у молодежи стратегия поиска работы посредством личного посещения предприятий и с помощью родителей.

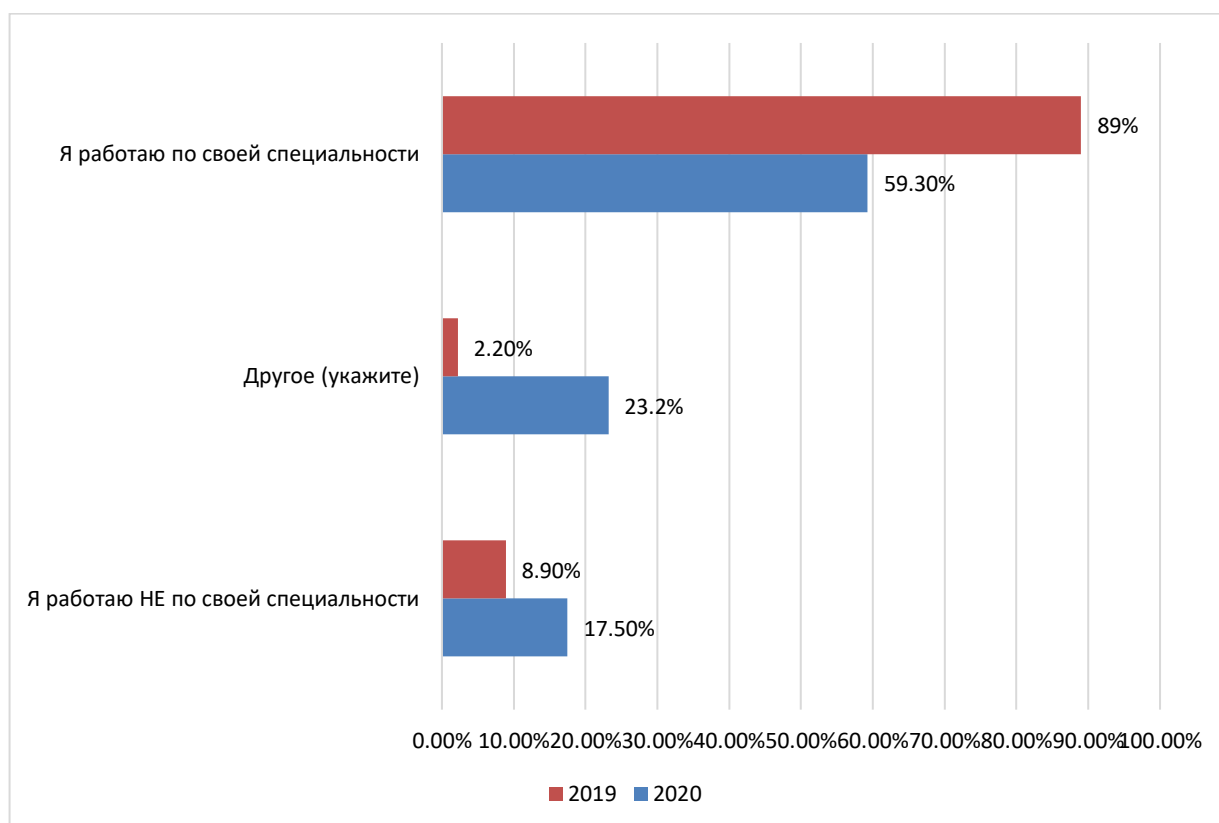


Рисунок 11 – характеристика занятости респондентов по итогам 2020 и 2019 годов

(% от опрошенных)



Рисунок 12 – характеристика занятости респондентов по итогам 2020 и 2019 годов

(% от опрошенных)

Среди участников опроса 2019 года основная часть была трудоустроена (более 44% опрошенных), из них абсолютное большинство (89%) работали в российских компаниях. В 2020 году ситуация иная: основная часть респондентов либо училась и работала (40,5%), либо училась (39,8%), около 13% работали и около 5% находились в поиске работы. Это объясняется прежде всего различным возрастным составом опрошенных.

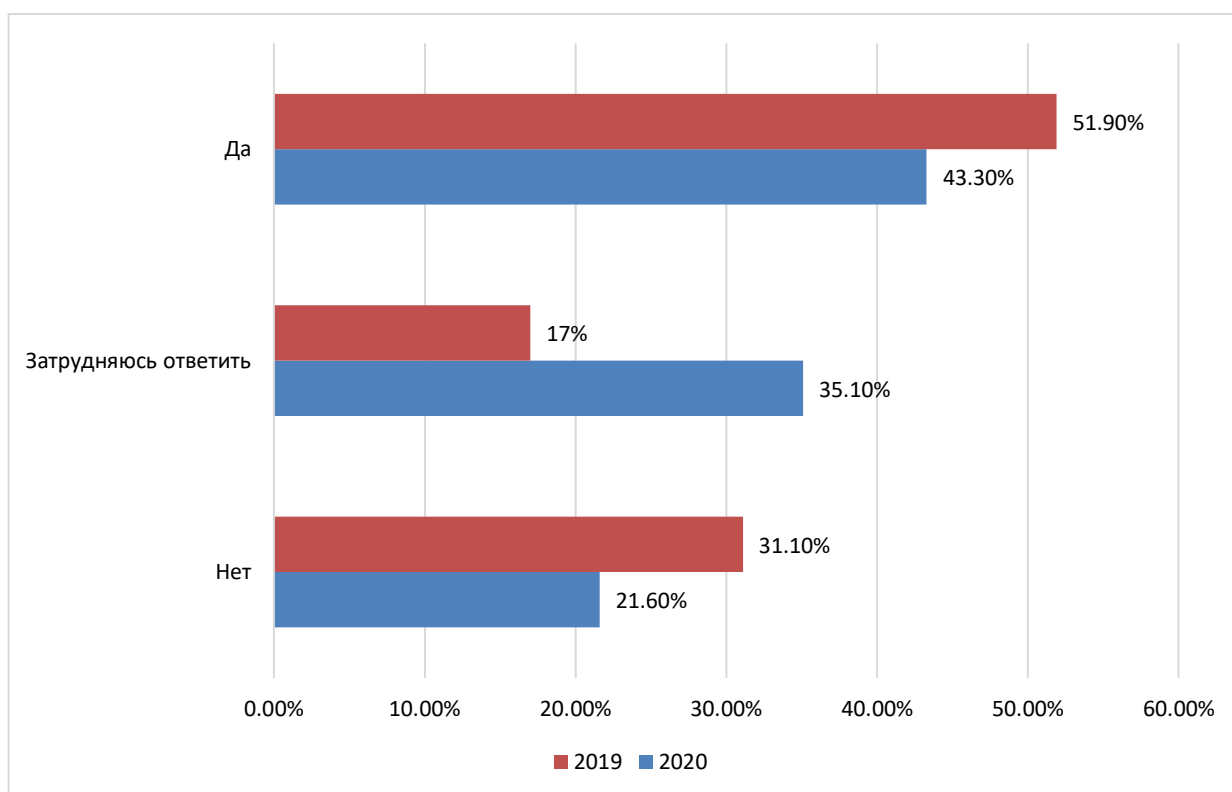
Основная часть трудоустроенных респондентов в основном работала по специальности. При этом основная часть опрошенных работала в государственной организации/учреждении/компании в сфере науки и образования.

В 2019 году по данным ответов респондентов мотивы трудоустройства примерно совпадали с мотивами получения образования (главный мотив – желание заниматься любимым делом, причем со значительным отрывом от всех остальных мотивов, затем следует мотив заработка и только потом мотив саморазвития/самосовершенствования), а вот в 2020 году мы можем

констатировать более прагматичные мотивы – мотив заработка, затем с небольшим отрывом – мотивы получения опыта, желание заниматься любимым делом и саморазвитие и самосовершенствование. В 2021 году прагматичность данных мотивов только укрепила трехлетнего двухлетнего мониторинга основной фактор смены работы для молодых людей – более высокий уровень заработных плат и премий. После этого следуют факторы, связанные с самореализацией и более благоприятными условиями труда, затем – дружественный коллектив, возможность быстрого карьерного роста и гибкий график.

В среднем по выборке молодежь частично информирована о тех мерах, которое предпринимает государство для трудоустройства данной группы россиян, так ответило 40% опрошенных, почти 27% имеют смутное представление. Данные на протяжении двухлетнего мониторинга демонстрируют некий информационный вакуум между тем, что предпринимают органы государственной власти в отношении политики трудоустройства молодежи и реальной жизнью молодых людей: по всей выборке доля хорошо информированных о деятельности государства молодых людей снизилась (с 16,7% в 2019 году до 12,3% в 2020 году), а доля тех, кто вообще ничего об этом не знает – увеличилась (с 10,5% в 2019 году до 14,8% в 2020 году). О мерах государственной политики в области поддержки молодежи хорошо информированы в 2021 году 16,2 %, частично информированы – 30,7%, имеют смутное представление – 25,6%, неинтересной тема оказалась для 7% респондентов. Таким образом, молодежная политика государства в ее широком понимании в последние три года становится все менее узнаваемой. По существу, выявлено, что молодежь слабо проинформирована о мерах государственной поддержки. И доля молодых людей, хорошо информированных о деятельности государства в области политики трудоустройства молодежи, снижается при одновременном увеличении доли тех, кто вообще ничего об этом не знает.

В целом, в основном, зарубежные компании молодыми людьми оцениваются по многим показателям лучше, чем российские. По мнению респондентов зарубежным компаниям гораздо больше, чем российским, присуще высокая заработная плата, социальное страхование, благоприятные условия труда и лучшее оборудование. По всем сравниваемым критериям зарубежные компании оцениваются участниками опроса в среднем выше, нежели российские.



*Рисунок 13 – гордитесь ли Вы своей страной? По итогам 2020 и 2019 годов
(% от опрошенных)*

Как уже отмечалось, уровень безусловной гордости молодежи за страну в ходе опросов (начиная с 2017 года) снижалась.

Большинство российской молодежи ответили, что обеспокоены социально-экономической ситуацией в регионе или месте проживания, хотя тех, кто однозначно проявляет гражданский интерес к ситуации в государстве в 2020 году была зафиксировано чуть меньше, чем в 2019. При этом, доля молодых людей, беспокоящихся время от времени увеличилась в 2020 году по сравнению с 2019 годом.

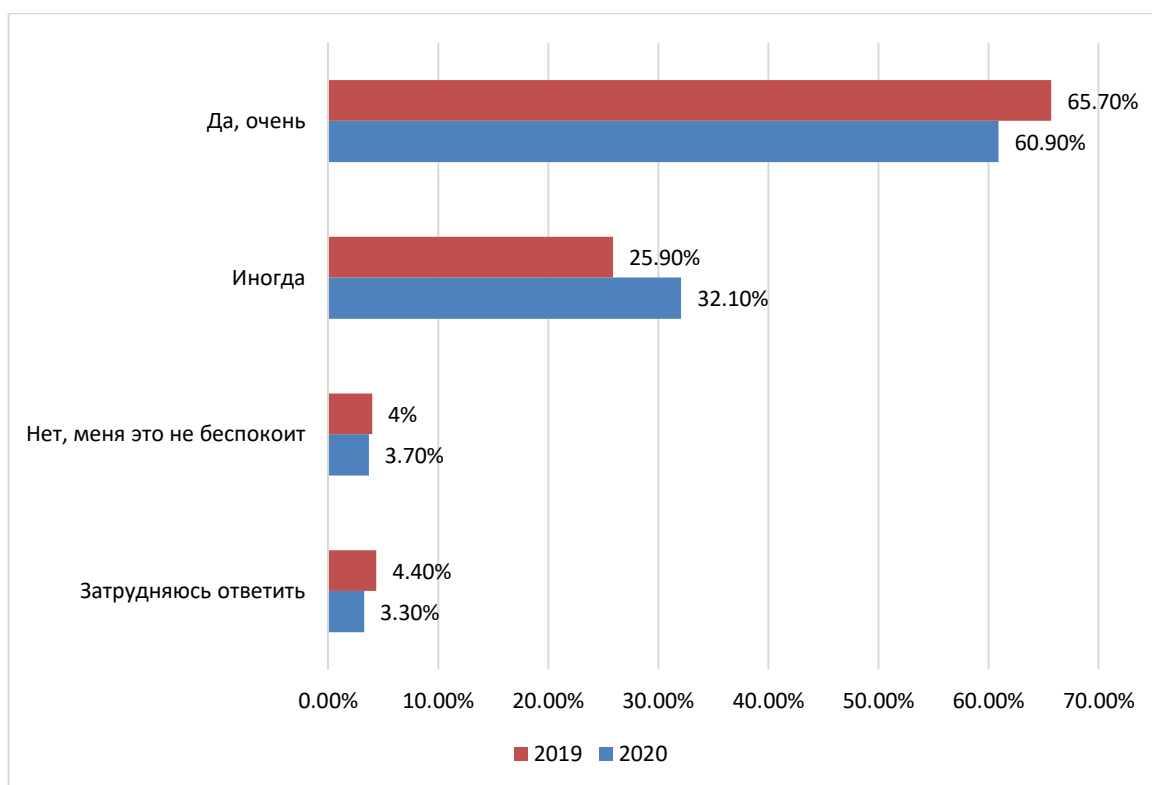
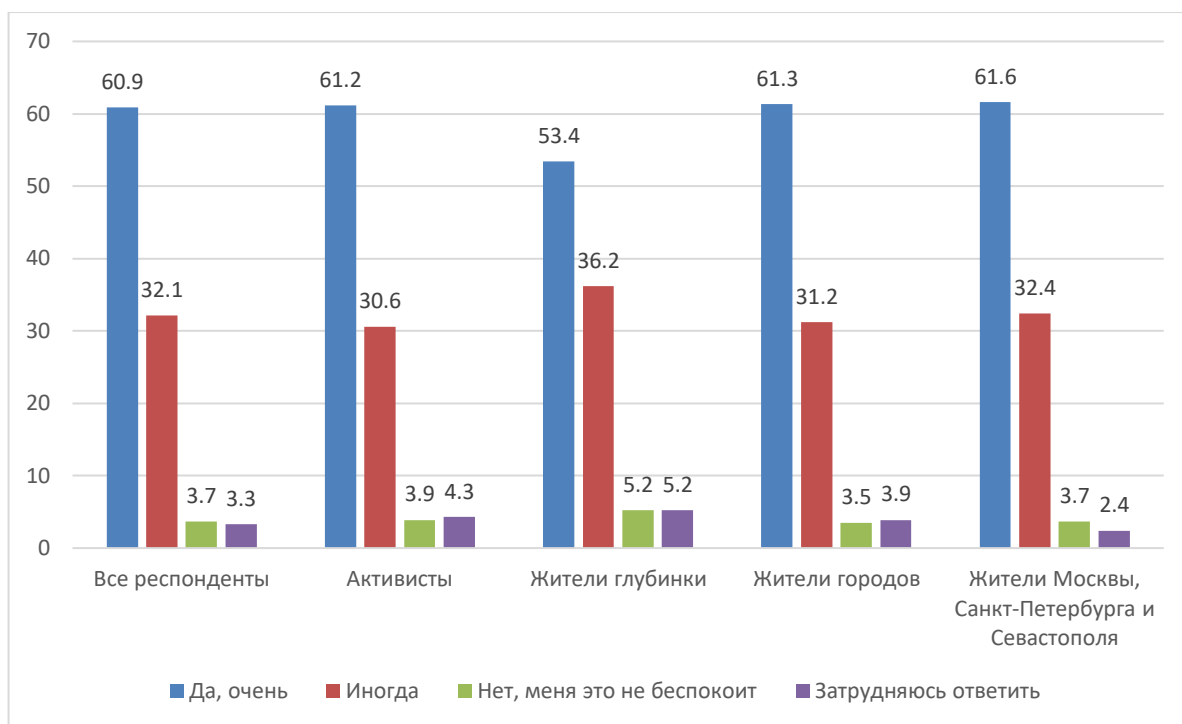


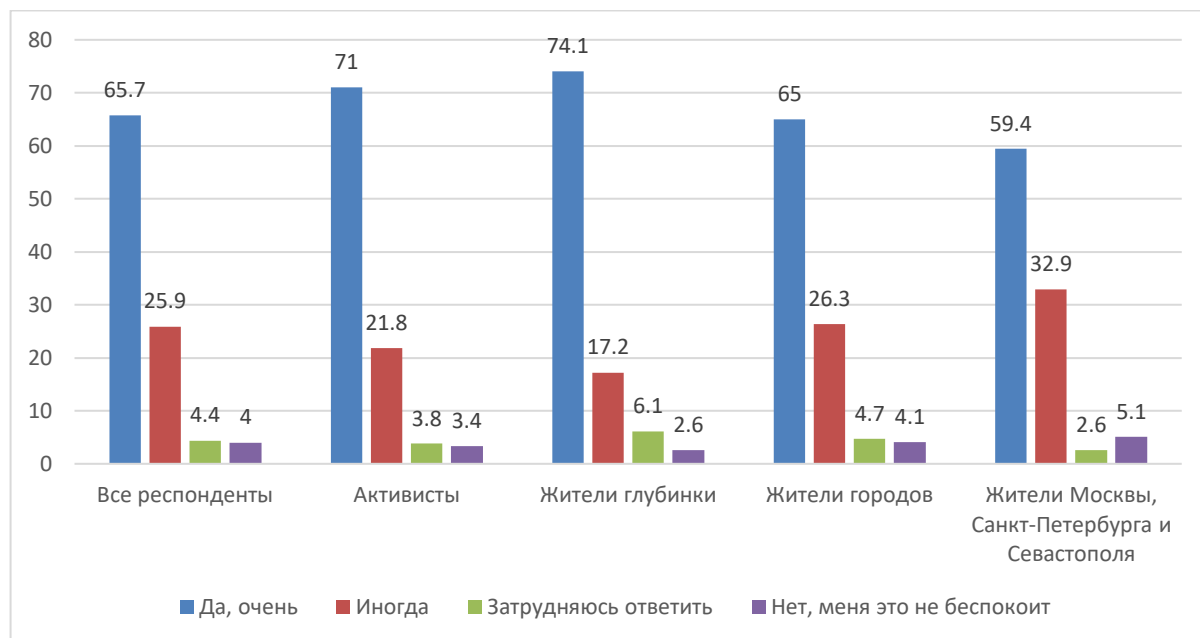
Рисунок 14 – обеспокоены ли Вы социально-экономическим положением в стране, в регионе, в Вашем месте проживания? По данным 2020 и 2019 годов

(% от опрошенных)

По итогам анализа результатов 2020 года наименее равнодушны к ситуации в регионе или месте проживания оказались жители глубинки, а вот в 2019 году жители глубинки были одними из самых равнодушных.

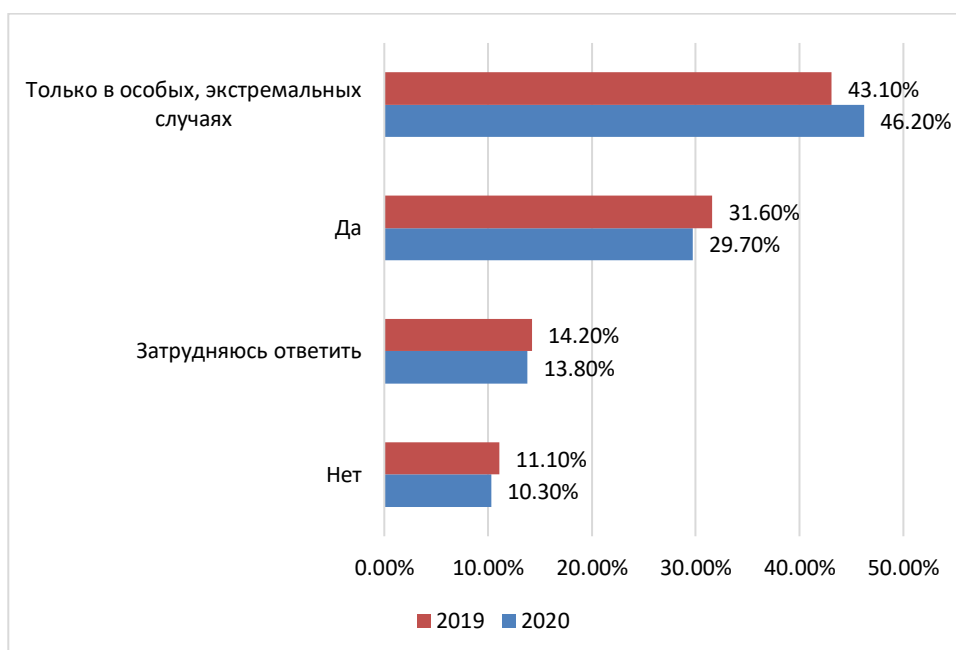


*Рисунок 14 – обеспокоены ли Вы социально-экономическим положением в стране, в регионе, в Вашем месте проживания? По итогам 2020 года
(% от представителей различных подгрупп)*



*Рисунок 15 – обеспокоены ли Вы социально-экономическим положением в стране, в регионе, в Вашем месте проживания? По итогам 2019 года
(% от представителей различных подгрупп)*

В то же время, согласно данным *рисунка 16* большинство российской молодежи готово поступиться своими частными интересами ради общественных только в особых экстремальных случаях. Примерно треть всех опрошенных однозначно готова пожертвовать своими интересами ради общественных, примерно 15% затруднились с ответом и только чуть более 10% однозначно не готовы жертвовать своими интересами ради общественных.



*Рисунок 16 – готовы ли Вы поступиться своими частными интересами ради общественных? По итогам 2020 и 2019 годов
(% от опрошенных)*

По итогам исследования можно отметить, что показатели представителей различных подгрупп в целом идентичны, за исключением того, что молодые люди, имеющие опыт участия в общественной деятельности и студенческом самоуправлении чаще, чем остальные подгруппы, отмечали, что однозначно готовы пожертвовать своими интересами ради общественных.

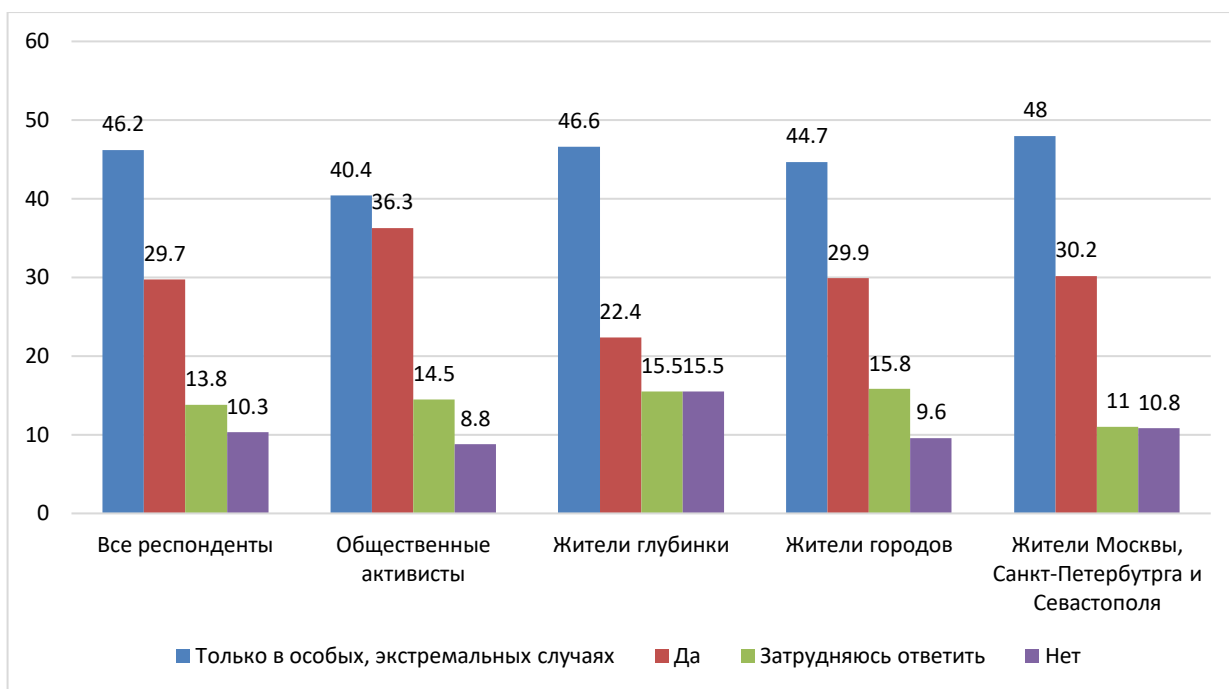


Рисунок 17 – готовы ли Вы поступиться своими частными интересами ради общественных? Распределение ответов представителей различных подгрупп по итогам 2020 года

(% от представителей различных подгрупп)

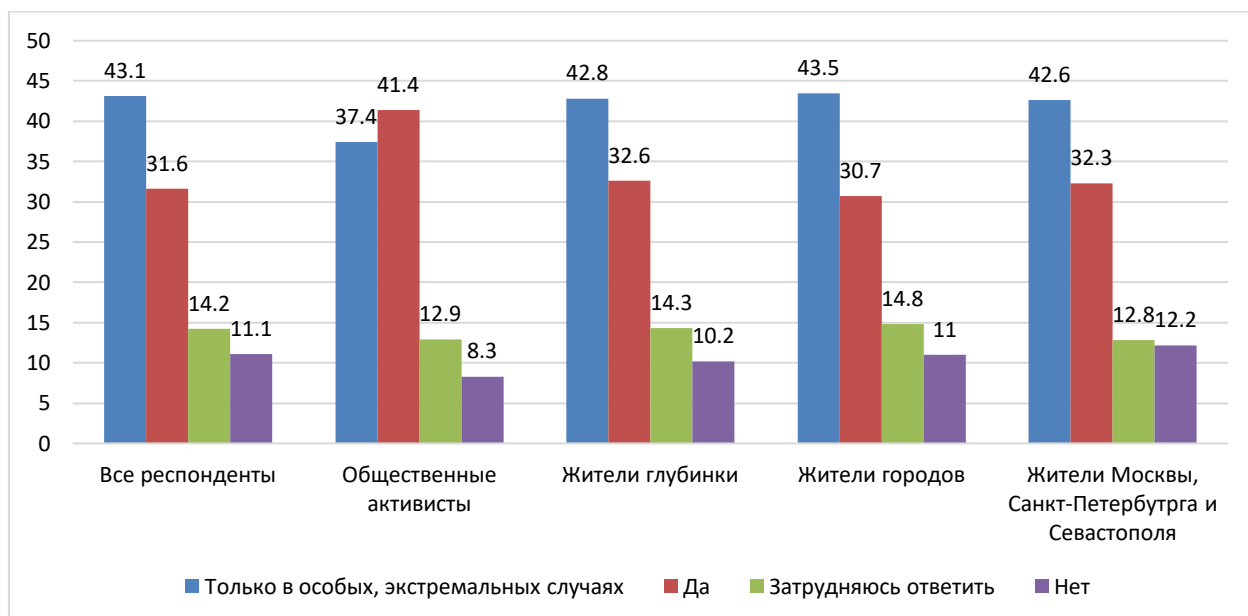


Рисунок 18 – готовы ли Вы поступиться своими частными интересами ради общественных? Распределение ответов представителей различных подгрупп по итогам 2019 года

(% от представителей различных подгрупп)

Итак, около 20% ответили, что страной не гордятся. В целом, этот же примерно показатель наблюдался и в 2015 году, но твердая уверенность остальных в своей гордости несколько поколебалась за последние 5 лет.

Также большинство российской молодежи ответило, что обеспокоены социально-экономической ситуацией в регионе или месте проживания.

Большинство российской молодежи готово поступиться своими частными интересами ради общественных только в особых экстремальных случаях. Примерно треть всех опрошенных однозначно готова пожертвовать своими интересами ради общественных, примерно 15% затруднились с ответом и только чуть более 10% однозначно не готовы жертвовать своими интересами ради общественных. По итогам исследования можно отметить, что показатели представителей различных подгрупп в целом идентичны, за исключением того, что молодые люди, имеющие опыт участия в общественной деятельности и студенческом самоуправлении чаще, чем остальные подгруппы, отмечали, что однозначно готовы пожертвовать своими интересами ради общественных.

В результате проведенного социологического исследования можно констатировать, что все поставленные цели и задачи были достигнуты: требования к выборке были соблюдены, социологический материал собран в срок и корректно, а также успешно прошел процесс верификации. Анализ данных показал, что собранный материал соответствует поставленным задачам, на его основании можно сделать выводы, удовлетворяющие теме исследования.

Ниже представлены основные результаты и выводы по итогам исследования.

В плане анализа образовательных и карьерных стратегий и траекторий современной молодежной интеллектуальной элиты можно отметить следующее:

– Ведущими мотивами получения высшего образования на протяжении двух лет являются: желание получить определенную специальность, желание

получить гарантированное трудоустройство, а также престиж высшего образования.

– Также респонденты указывали такие мотивы получения высшего образования, как «самореализация и саморазвитие», «желание учиться», «желание получить знания по конкретной специальности», «желание заниматься наукой», «желание быть причастным к определенной группе», «потому что так надо» и др.

– Как и все респонденты в целом, так и представители рассматриваемых нами подвыборок респондентов (активисты, жители городов федерального значения, жители городов, жители сельской местности (глубинки)) выбрали одинаковые ответы на вопрос о мотивах выбора той или иной специальности: в первую очередь – это интерес к специальности (т.е. связь с четкими карьерными ориентациями и желанием самореализации), во вторую очередь, – это альтруистическое желание российской молодежи, работая по специальности, приносить пользу обществу, в-третьих, – выбор специальности по критерию возможности построения хорошей карьеры (ориентация на успех, личностный рост и т.д.). Эти установки остаются неизменными из года в год на протяжении всего нашего мониторингового исследования.

– Стоит отметить, что большинство опрошенных считают занятие наукой престижным делом.

– Выявлено, что молодежь слабо проинформирована о мерах государственной поддержки. И доля молодых людей, хорошо информированных о деятельности государства в области политики трудоустройства молодежи, снижается при одновременном доли тех, кто вообще ничего об этом не знает.

– Наблюдается позитивная тенденция заинтересованности молодежи в трудоустройстве именно по специальности. На протяжении двух лет наблюдалась следующая тенденция – основная часть трудоустроенных респондентов в основном работала по специальности, и, как правило, в

государственной организации/учреждении/компании в сфере науки и образования.

– Большинство трудоустроенных на момент опроса респондентов работало в российских государственных организациях/учреждениях/компаниях в сфере науки и образования. Опрошенная молодежь отметила, что в будущем планирует работать в российских государственных организациях, открыть свой бизнес, либо устроиться в российскую коммерческую организацию.

– В общей выборке доля тех, кто ориентирован на работу в определенной компании немного ниже доли тех, кто не имеет такой четкой ориентации. Как мы видим, наиболее популярными среди респондентов являются в течение трех лет российские компании (Газпром, Росатом, Яндекс, Роскосмос, Лукойл); из зарубежных компаний лидирует Google; крупнейшие вузы, в которых мечтают работать респонденты: МГУ имени М.В.Ломоносова, РАНХиГС, СПбГУ, НИУ ВШЭ, ЮФУ, УРФУ и др.; активно представлены в качестве желаемых мест работы органы государственной власти (Правительство Российской Федерации, Администрация Президента Российской Федерации, федеральные и региональные министерства, Прокуратура). Среди банков самых часто встречающимся стал Сбербанк.

– Хорошая работа, по мнению респондентов, должна удовлетворять четырем основным критериям: есть возможность реализоваться по выбранной специальности; хорошо платят; есть хорошие возможности для карьерного роста; созданы благоприятные условия и хороший психологический климат.

– Относительно пожеланий насчет минимальной оплаты труда в грядущем году можно сказать следующее. Уровень зарплатных ожиданий и запросов растет быстрее средней заработной платы в России, в последние 3 года появилась небольшая, но растущая группа молодежи с очень высокими зарплатными потребностями (более 200 тыс. руб. в месяц).

– Большинство молодых людей поиск работы будут осуществлять через интернет (будут размещать резюме, искать объявления на работе). В 2020 году

зафиксирована тенденция роста выбора данной стратегии респондентами. Вторым по популярности стал ответ о поиске работы самостоятельно, без чьей-либо помощи. Набирает обороты стратегии поиска работы через стажировки и вузы (вероятно, центра карьеры). Становится менее популярной у молодежи стратегия поиска работы посредством личного посещения предприятий и с помощью родителей.

– В 2019 году по данным ответов респондентов мотивы трудоустройства примерно совпадали с мотивами получения образования (главный мотив – желание заниматься любимым делом, причем со значительным отрывом от всех остальных мотивов, затем следует мотив заработка и только потом мотив саморазвития/самосовершенствования), а вот в 2020 и 2021 году мы можем констатировать более прагматичные мотивы – мотив заработка, затем с небольшим отрывом – мотивы получения опыта, желание заниматься любимым делом и саморазвитие и самосовершенствование.

– При смене места работы на новое молодые специалисты будут руководствоваться многими факторами, но для них первостепенное значение имеют следующие: более высокий уровень заработной платы и премий, возможность самореализации, более благоприятные условия труда, в том числе первоклассное оборудование и дружный коллектив. Можно отметить, что на протяжении всего мониторингового исследования именно фактор более высокого уровня заработной платы и премий остается для молодежи решающим при смене работы, однако установки в целом немного меняются – если раньше молодежь обращала внимание на возможность самореализации, то теперь вторым по важности фактором стали условия труда.

– В целом российская молодежная интеллектуальная элита оценивает зарубежные компании выше, чем российские по многим критериям. По мнению респондентов зарубежным компаниям гораздо больше, чем российским, присуще высокая заработная плата, социальное страхование, благоприятные условия труда и лучшее оборудование. По всем сравниваемым

критериям зарубежные компании оцениваются участниками опроса в среднем выше, нежели российские.

– В целом интеллектуальная молодежь России – студенты и выпускники ведущих российских вузов привязаны к России и гордятся своей страной, однако, показатели безусловной гордости снижаются в последние годы.

– Абсолютное большинство опрошенных отмечает, что обеспокоено социально-экономическим положением в стране, регионе и своем месте проживания (*чаще всего на данный ответ утвердительно отвечали жители российской глубинки и активисты*).

– Большинство российской молодежи готово поступиться своими частными интересами ради общественных только в особых экстремальных случаях. Примерно треть всех опрошенных однозначно готова пожертвовать своими интересами ради общественных (*наиболее характерно по итогам двухлетнего мониторинга для активистов*), примерно 15% затруднились с ответом и только чуть более 10% однозначно не готовы жертвовать своими интересами ради общественных.

ГЛАВА 3. МАЛЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ

Результаты опросов участников Форума непосредственно о Форуме 2020 и 2021 года весьма сходны.

Как показали результаты, большинство респондентов принимали участие в мероприятиях Форума впервые.

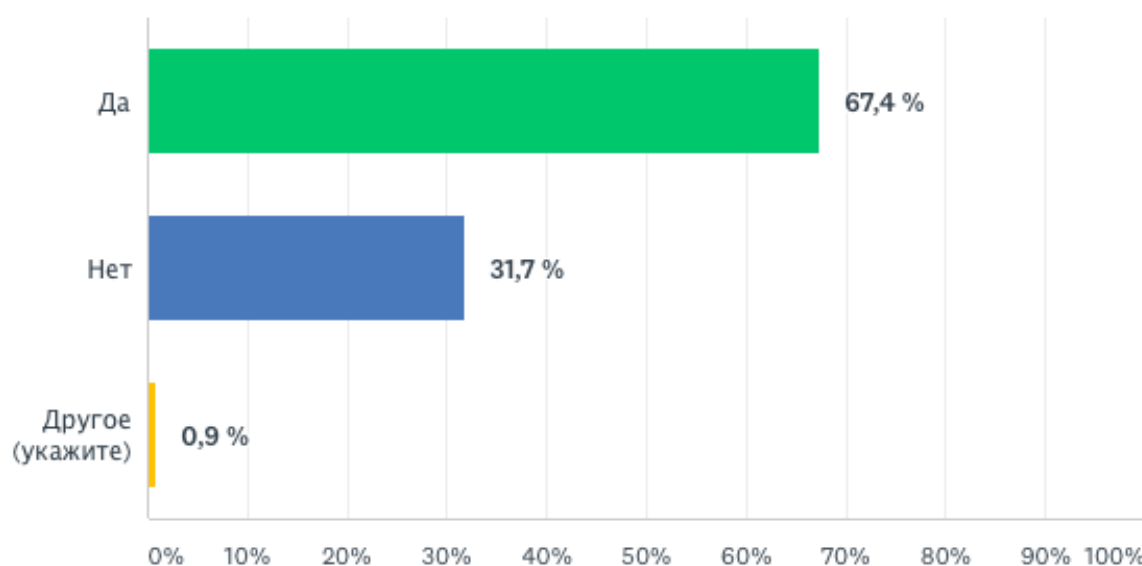


Рисунок 19 – участие в Форуме (2020, здесь и далее)

Выявлено, что большинство участников узнали о Форуме от представителей вуза (57%). Причем 68,94 % от числа респондентов, которые принимали участие в мероприятиях Форума впервые (рис. 3), узнали о нем благодаря именно информированию в университетах. Это говорит о высокой степени заинтересованности высших учебных заведений в работе и участии своих студентов/аспирантов/молодых ученых в научном мероприятии международного масштаба (рис.20).

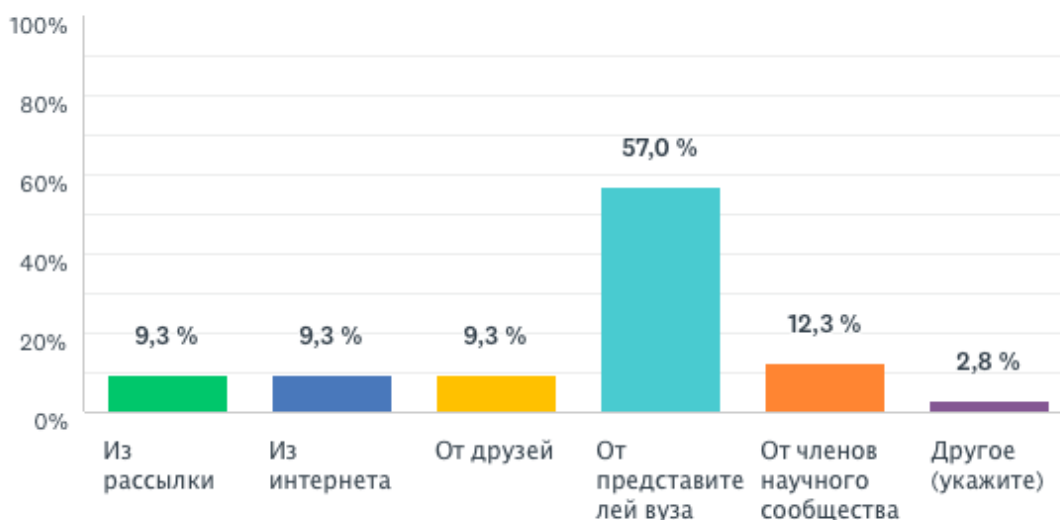


Рисунок 21 – информирование участников о Форуме.

Среди мероприятий Форума особенно выделяется XXVII Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов», в которой приняло участие большинство респондентов (рис. 22).



Рисунок 22 – участие респондентов в мероприятиях Форума.

Среди ведущих мотивов, привлекающих для участия в Форуме, респонденты выделили возможность проявить себя (61,22%), расширить и обрести связи в научном сообществе (58,5%), а также возможность рассказать о своем проекте и получить поддержку в его развитии (51,02%). Респонденты отмечают, что благодаря участию в Форуме есть возможность расширить знания по проекту за счёт рекомендаций уважаемых преподавателей и улучшить навыки коммуникации и проведения презентаций (рис. 23).



Рисунок 23 – причины участия респондентов в Форуме

На вопрос о пользе участия в мероприятиях Форума особо отмечается возможность получить опыт публичных выступлений (77,54%), увидеть сильные/слабые стороны исследования (проекта) – 67,82% , получить научную экспертизу исследования (44,92%). Респонденты отмечают, что Форум способствует сплоченности молодых ученых и улучшению научной коммуникации, что полезно для всех участников, дает новые идеи для развития своих исследований. Также отмечается, что участие в Форуме может пригодиться для продолжения обучения за рубежом (рис.24).



Рисунок 24– польза от участия в Форуме по мнению респондентов

Установлено, что большинство респондентов собираются продолжать заниматься своим исследованием/проектом после окончания Международного молодежного научного форума – 88,8 % (рис. 25).

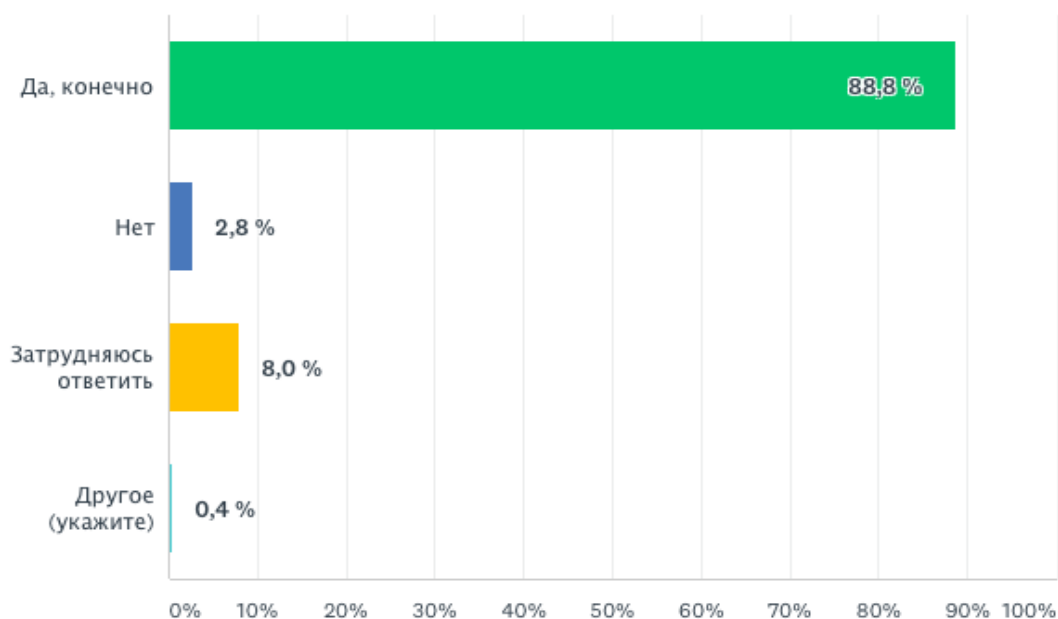


Рисунок 26 – продолжение работы над проектами респондентами

Однако, на вопрос «Работаете ли Вы над совместными проектами с коллегами с мероприятий Форума/Международного союза молодых учёных?» 77,5% респондентов ответили отрицательно, но также почти 20% работают над совместными проектами или работали ранее. Важно отметить, что респонденты хотели бы найти единомышленников и надеются на плодотворную работу. Данные отражены на рисунке 27.

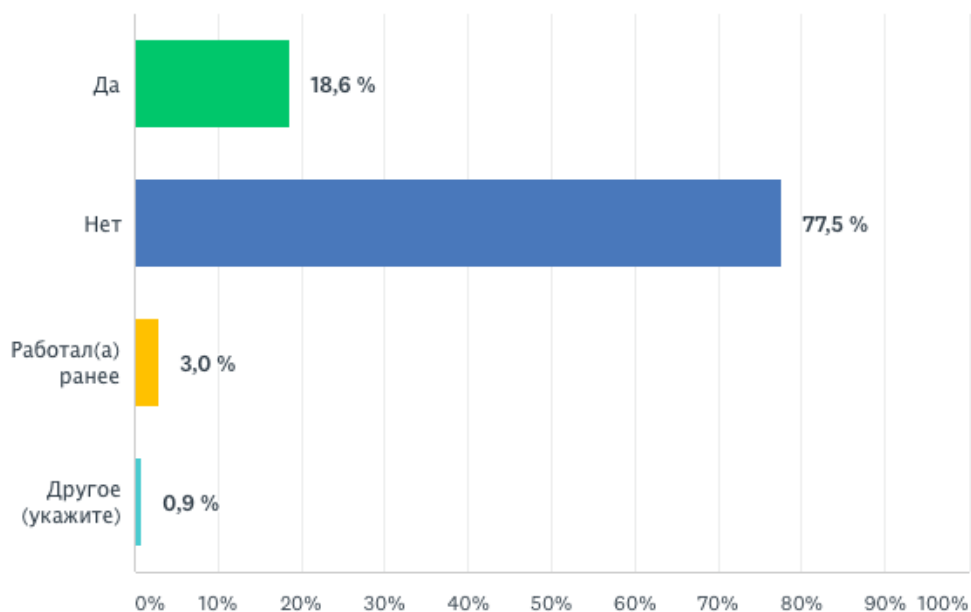


Рисунок 27 – совместная работа респондентов с коллегами с мероприятий Форума/Международного союза молодых учёных

Среди респондентов 30,7% являются призерами Форума (рис.28).

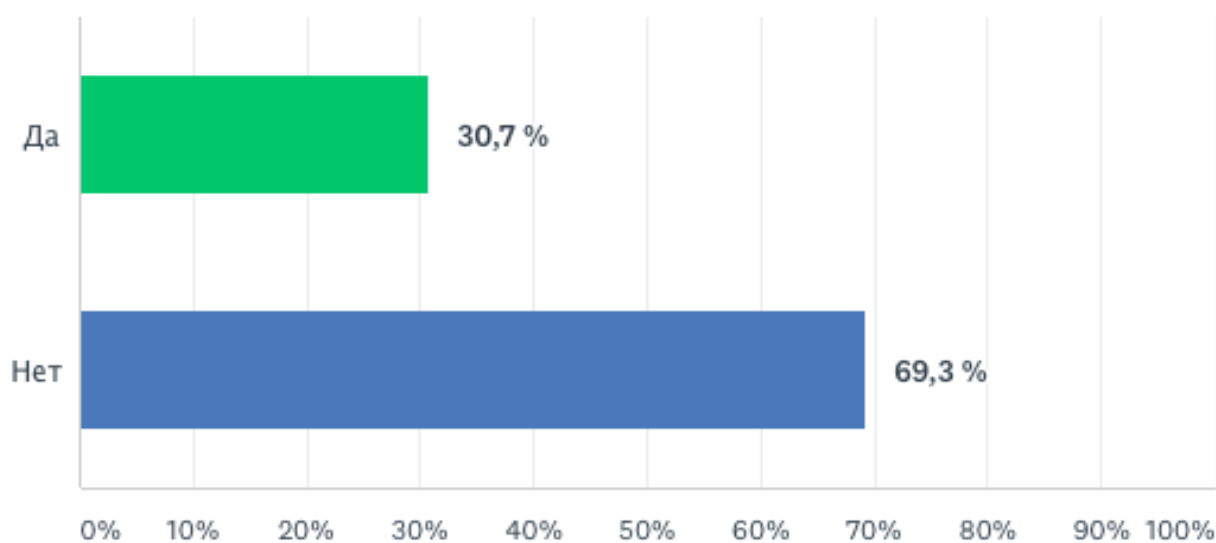


Рисунок 28 – респонденты-призеры Форума

Более 80% опрошенных отметили, что им пригодится опыт, полученный на Форуме.

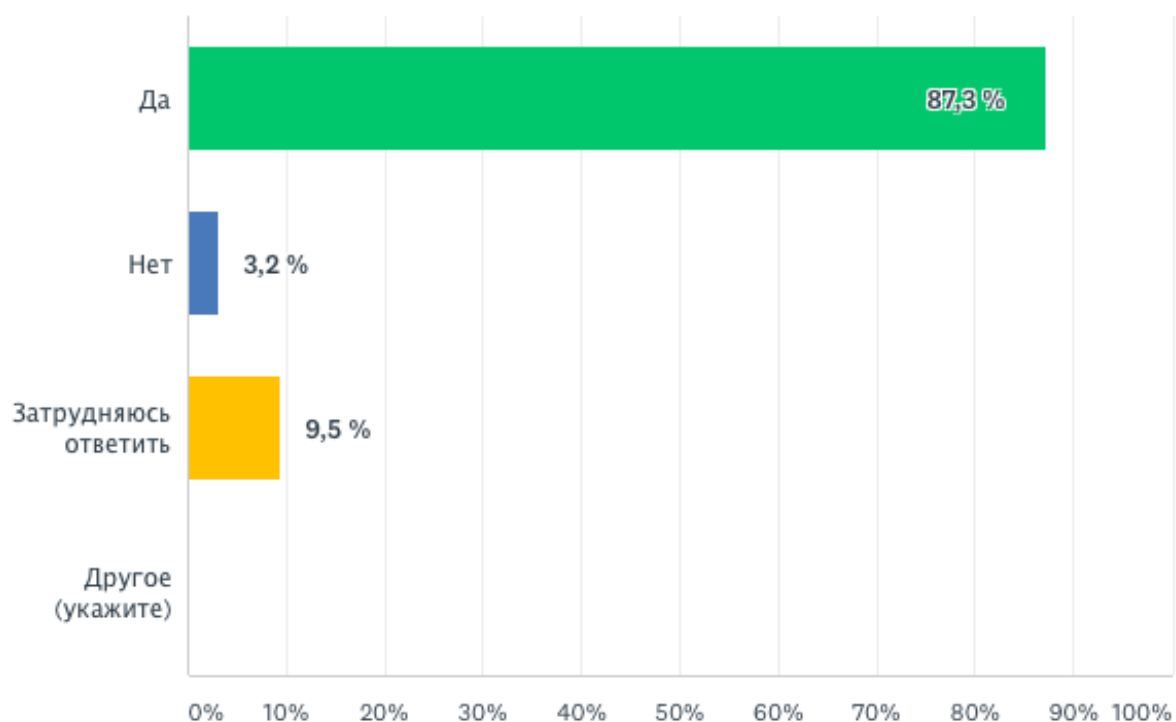


Рисунок 29 – польза от полученного на Форуме опыта

Подавляющее большинство (77,5%) респондентов планируют принять участие в мероприятиях Форума «Ломоносов» вновь.

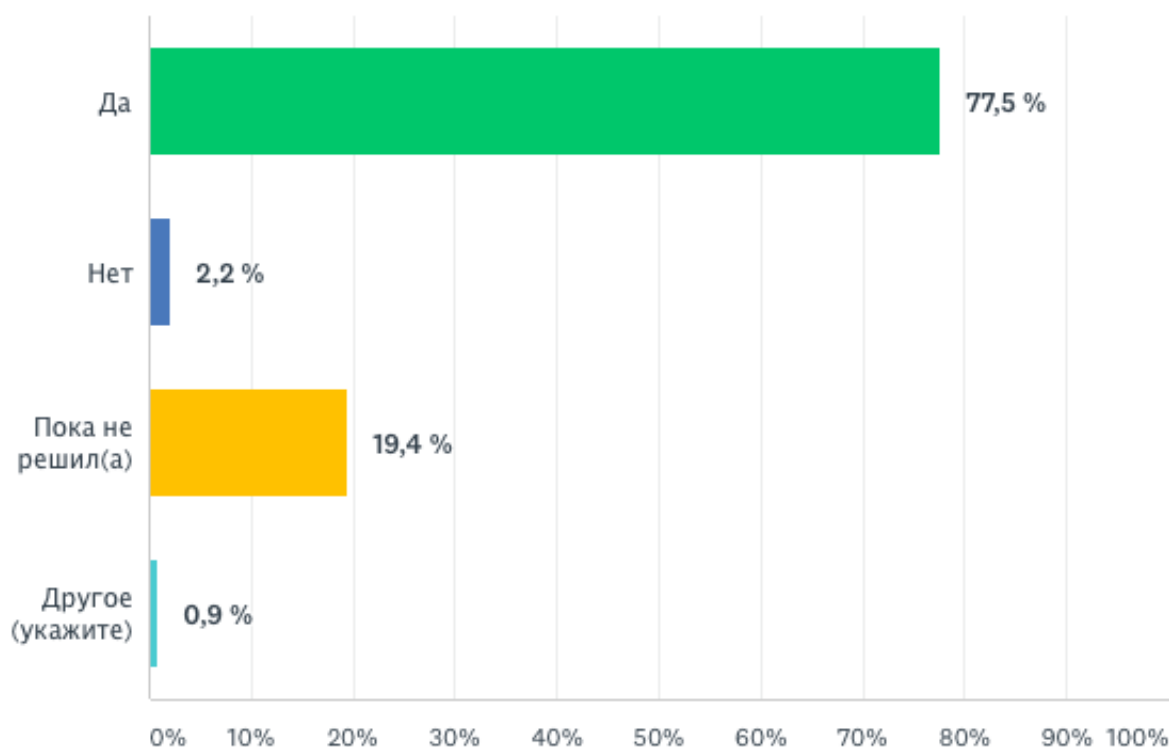


Рисунок 30 – дальнейшее участие респондентов в Форуме

В целом, полученные данные позволили выработать следующие рекомендации по развитию Форума:

- Необходимо уделить особое внимание содействию в реализации совместных сетевых и международных проектов среди участников Форума и Международного союза. В ходе анализа результатов исследования было выяснено, что респонденты хотели бы найти единомышленников для работы над совместными исследованиями и проектами.

- Обеспечить комплекс мероприятий, направленных на повышение компетенций участников Форума. Отмечается необходимость в проведении мастер – классов, воркшопов по научным направлениям Форума, практические сессии для взаимодействия и совместной работы участников, тренинги по надпредметным навыкам (soft/digital skills), встречи с выдающимися учеными.

- Вовлечь средства массовой информации в популяризацию научной, научно-технической и инновационной деятельности. Организаторам Форума стоит обратить внимание на повышение информативности участников о мероприятиях, проходящих в рамках Форума путем рассылки писем в вузы, ссузы и школы с приглашением принять участие в мероприятиях Форума, более полно использовать площадки социальных сетей «ВКонтакте», «Instagram», «Facebook» для распространения информации о Форуме, а также рассмотреть возможность взаимодействия со СМИ, работающими в сфере популяризации научной, научно-технической и инновационной деятельности.

В рамках форума 2021 годы было проведено **социологическое интервью**. Его участниками стал 21 респондент:

- студенты 4 курса бакалавриата;
- студенты первого и второго курсов магистратуры, аспиранты;
- молодые ученые, исследователи;
- специалисты кадровых центров вузов, сотрудники и преподаватели выпускающих кафедр, ответственные за вопросы трудоустройства выпускников;
- представители центров занятости молодежи;
- представители работодателей (кадровые службы, специалисты, ответственные за практику, трудоустройство и т.д.).

Респонденты отмечают, что **основной проблемой трудоустройства стало сокращение рабочих мест**, особенно в сфере услуг, а это, по их мнению, одна из основных сфер для подработки студентов во время учебы: *«...студенты зачастую подрабатывают в сфере услуг, поэтому многие потеряли место работы и доп. доход...»*; *«...не секрет, и это хорошо, что многие успевают подрабатывать еще во время обучения, и не всегда это высококвалифицированные должности, например, сфера услуг, и она пострадала сильнее остальных, и спрос на трудоустройство студентов на эти должности явно спал...»*).

Помимо сферы услуг, респонденты отмечают и сокращение рабочих мест в компаниях/предприятиях, куда студенты могут пойти по своему направлению (профилю): *«...происходят сокращения, мест меньше, возможности трудоустроится на хорошую работу меньше...»* (М, 30 л.); *«...пандемия оказала отрицательное влияние на функционирование среднего и малого бизнеса, и поэтому, я думаю, что произошло сокращение рабочих мест и из-за этого выросли проблемы с трудоустройством, особенно молодежи....»* (Ж, 37 л.).

Кроме того, участниками интервью особо уделяется внимание проблеме очных практик, стажировок у студентов: *«...в университетах проблема очных практик, студентам сложнее закреплять полученные знания...»* (М, 32 г.); *«...студенты, выпустившиеся летом, были сильно потеряны, так как последние несколько месяцев было дистанционное обучение, было сложно закончить университет, некоторые профессии потеряли актуальность, закрывался бизнес....»* (Ж, 27 л.); *«...мы теряем ряд компетенций, специальностей, так как они не могут получить знания в дистанционном формате качественно....»* (Ж, 32 г.); *«...конечно, по сфере ударило сильно, и Министр науки и высшего образования В. Н. Фальков неоднократно озвучивал тему, что трудоустройство-одно из приоритетных направлений Министерства. Именно молодые сотрудники являются одной из самых уязвимых категорий работающей молодежи...»* (М, 31 г.).

Интервью показало, что дистанционный формат усугубляет проблемы социализации молодежи и ее трудоустройства: *«...первое-это проблема замены живого общения на онлайн, многие были не готовы...»* (М, 22 г.); *«...основная трудность - дистанционный формат существования современного студента, который лишает его важной составляющей жизни человека-межличностного взаимодействия...»* (Ж, 37 л.); *«...студенты столкнулись с тем, что чтобы найти работу возникли проблемы коммуникативного характера, нужно было научиться работать в онлайн во всех сферах своей жизни. Это стресс для человека, получение информации на*

слух, проблемы связи, не можешь оперативно ответить. Когда идут собеседования, эти проблемы могут привести к провалу...» (Ж, 36 л.); «...с одной стороны, для молодежи свойственно общаться дистанционно, а с другой стороны, когда речь идет о работе не каждый из них готов работать дистанционно. И работодатель тоже не готов принять всех, потому что я думаю, что сейчас оптимизируется процесс и наоборот количество сотрудников уменьшается. И вот это вот серьезная проблема найти работу, нет коммуникаций, нет конференций, да и нет этих встреч, которые раньше были для организации взаимодействия. Это становится препятствием в трудоустройстве» (Ж, 64 г.); «...сейчас это ZOOM, нет нетворкинга, познакомиться лично это очень трудно, замедляется сотрудничество с другими университетами, партнерами. У нас в университетах на данный момент два поколения: Z и миллениалы, для Z – это идеальные возможности, но мы не развиваем в них компетенции коммуникации, работы в команде – это опять ZOOM. Мы не экраны, мы-люди. Может быть замедление soft skills, которые важно развивать во время учебы. Для миллениалов сложнее, им очень трудно найти работы, если потеряли, если они не креативны. Они могут сидеть дома, кто-то наоборот начал свое дело, но для тех, кто не очень развивался, не смогут работать удаленно-трудно...» (Ж, 48 л.); «...кандидатам сложнее понять, то ли это место, работа и адаптационный период проходить стало гораздо сложнее...» (М, 27 л.).

С другой стороны, сложившаяся ситуация открыла новые возможности: «...наблюдается тенденция, что большие фирмы, сократив часть своих расходов, готовы нанимать более дешевую рабочую силу – студентов вузов: они не имеют опыта и они готовы работать на меньшие з/п и стаж меньше, это и плюс, и минус...» (М, 30 л.). Респонденты отмечают и новые возможности трудоустройства благодаря современным технологиям: «...Происходит облегчение процесса трудоустройства, взаимодействия работодателя с участниками рынка труда. Запустили сервис на Едином портале государственных услуг: поставка на учет

безработных, в т.ч. для ИП, которым пришлось прекратить свою деятельность. Постановка на учет безработных и последующее трудоустройство», выплата пособий. На данный момент им воспользовалось около 900 тыс. соискателей и около пол миллиона человек получили пособия и 300 тыс. нашли работу с помощью услуги...» (М, 38 л.), а также **востребованность в молодых специалистах**: «...Абсолютно не вижу проблем трудоустройства, более того – мы ощущаем нехватку специалистов, нам нужны люди и мы готовы брать их на стажировки...» (М, 33 г.).

На вопрос о том, с какими трудностями чаще всего встречаются студенты и выпускники вузов при устройстве на работу, **подавляющее большинство респондентов отметили отсутствие опыта и стажа**: «...Замкнутый цикл, ворваться достаточно сложно: нужен опыт, где его взять?» (М, 22 г.). Также было особо отмечено, что у многих студентов очень **завышенные ожидания относительно заработной платы уже с самого начала работы**.

Нехватка практик и стажировок для получения опыта тоже является фактором, влияющим на трудоустройство молодежи: «...недостаток практики, недостаточно внедрено в учебный процесс практики на предприятиях. Мы констатируем нехватку. Либо работодатель не может качественно предоставить практику, не знает, как сделать ее максимально насыщенной, во многих организациях проходит практика в онлайн форматах...» (Ж, 36 л.).

Отмечается и неуверенность выпускников в своих знаниях и навыках: «...они не очень понимают, как им свой опыт в университете уже написать в резюме, волонтерство и какие-то мероприятия, ведь за 4 года ты не можешь ни в чем не поучаствовать, для них сложно вычленить этот опыт и его правильно преподнести. Что они уже кто-то, им страшно. Мы его очень сильно проследили в этом году. Им страшно презентовать себя

работодателю, составить резюме. Это актуальные для них проблемы...» (Ж, 27 л.).

В данной ситуации очень важно, по мнению респондентов, налаживать цепочку «студент-вуз-работодатель»: *«...Об этом должны заботиться центры трудоустройства, вузы, сами студенты тоже должны искать место, где можно пройти стажировку/практику так как это засчитается работодателем как опыт работы, участие в разных проектах тоже хороший опыт. Когда произошло разделение на 3 уровня образования, то конечно выпускники бакалавриата стали менее компетентными в некоторых вопросах и это факт. Их ожидания не совпадают с ожиданиями работодателей. Работодатели хотят многого, и выпускники тоже хотят многого, но их амбиции не всегда строятся на хорошем фундаменте...» (Ж, 66 л.); «...радуется, что карьерной темой занимаются более плотно, ведь задача любого университета вырастить востребованного специалиста. Если университет не справляется с этой задачей, к нему не придут другие абитуриенты, партнеры и работодатели...» (М, 31 г.).*

Отмечаются и положительные тенденции: *«...Последние годы уменьшается: разрыв между уровнем знаний, которые получают ребята в университете, и тем уровнем навыков и компетенций, которые требуются работодателю. Это одна из благоприятных тенденций в последние годы...» (М 31 г.).*

Ситуация с трудоустройством выпускников за последний год, по мнению респондентов, изменилась: *отсутствие практик, стажировок, сокращение рабочих мест и закрытие компаний привело к тому, что многие студенты стали меньше идти работать по специальности, а с другой стороны работодатели стали охотнее брать выпускников и студентов на работу иногда и меньшей заработной платой, но с возможностью дальнейшего роста: «...пандемия подстегнула работодателей брать людей без опыта...» (М, 38 л.); «...Ситуация улучшилась, молодому амбициозному специалисту рады, готовы помогать, если ценят и в наставничестве помогают, также*

появившиеся различные социальные практики, в которую вовлечены со студенчества, волонтерство, членство в организациях помогают зарабатывать баллы в резюме, осваивать рынок будущего трудоустройства, и конечно, адаптироваться, что является важнейшей ступенью...» (Ж, 37 л).

Стратегия поиска работы выпускниками в текущих условиях претерпела изменения: «...Сейчас все изменилось: информации стало куча, если 5 лет назад мы могли сказать что в большей степени кандидатов приносил «HeadHunter...», «...сейчас у него тоже большая доля, но помимо него сейчас появляются другие площадки, где люди ищут работу, узкоспециализированные площадки и блоги, где рассказывают о работе, можно искать и в соцсетях, к тому же коммуникация бренда работодателя с выпускниками происходит в соцсетях и сайтах. Сейчас стратегия выглядит так: молодой человек определяется на какой позиции хочет работать или у каких работодателей, собирает пул работодателей, пул вакансии, сравнивает их, смотрит отзывы. Сейчас стали более осознанно подходить, изучать и узнавать...» (М, 27 л.); «...поиск работы через карьерные сайты в условиях пандемии особенно актуален...» (Ж, 23 г.).

Примечательно, что на вопрос о том, насколько велика потребность в молодых специалистах в текущей ситуации, большинство респондентов отвечают, что она была всегда: «...работодатели приходят к пониманию с переходом в цифровую экономику, что стаж нет так важен как компетенции, а молодежь сейчас обладает довольно большим спектром компетенций, они многое могут, работодатели это понимают. Это переходный процесс...» (М, 29 л.); «...Очень велика, нужно признать всем, что молодежь сейчас имеет вес, наше поколение миллениалов занимает большую часть рынка. Пора признать, что мы диктуем правила игры на рынке. Технологии, которыми мы умеем пользоваться, быстро умеем переключаться – это сейчас важно очень...» (Ж, 27 л.); «...Всегда есть была и будет, если мы только будем работать старым дружным коллективом без новых вливаний и видений, в конце концов мы загнемся и не будем видеть, что вокруг.

Работодатели готовы брать, лишь бы выпускники были заинтересованы и понимали, что им сразу не будут платить достойную з/п, им дадут навыки и путевку в жизнь...» (Ж, 32 г.); «...За талантливых людей, которые готовы развиваться будет идти борьба среди работодателей...» (М, 27 л.).

Основными позициями, которые востребованы на рынке труда, выделенными респондентами, стали:

- Сфера Информационных/Цифровых технологий;
- Врачи, мед. персонал;
- Биотехнологи;
- Специалисты медиа-пространства;
- Специалисты по работе с социальными сетями: SMM (Social media marketing); таргетологи; специалисты в сфере видео-контента;
- Менеджмент.

Ключевыми компетенциями современного выпускника, по мнению респондентов, являются:

- «Мягкие навыки»/soft skills;
- Исполнительность;
- Многозадачность;
- Креативность;
- Знание современных достижений науки и техники;
- Обучаемость;
- Амбициозность;
- Креативность;
- Эмоциональный интеллект;
- Аналитическое мышление;
- Цифровая грамотность и этикет.

Основные качества, которыми должен обладать современный выпускник университета:

- Стрессоустойчивость;

- Умение быть гибким в коллективе;
- Целеустремленность;
- Пунктуальность;
- Адаптивность;
- Коммуникабельность;
- Умение ориентироваться в условиях неопределенности.

Отношение к такому виду деятельности, как самозанятость, разделило участников интервью на два «лагеря».

Одни считают, что данный вид деятельности несет в себе большие возможности для молодежи: *«...Прекрасно, это возможность реализовать себя самостоятельно, у молодежи есть потребность в некой самореализации личной и возможность открыть свое дело заниматься тем, что хочешь и получать за это деньги, чтобы это было официально и на достойном уровне. Система прекрасно с этим сочетается и студентов будет больше с каждым годом и позволяет совмещать с учебой...»* (М, 29 л.); *«...И человек, который сам начинает на себя работать- он совсем по-другому ценит время, ценит собственную организацию, результат деятельности. Вполне вероятно, что продукты в таких условиях будут более качественными. Я не просто продукты имею ввиду как продукты, а образование, когда ты сам себя организовал. Я к этому отношусь позитивно. Просто всегда надо быть занятым...»* (Ж, 64 г.); *«...Это полезно, если использовать разумно. Теневой сектор сокращается, все процедуры не очень сложны...»* (М, 22 г.).

Другая часть респондентов против данного вида деятельности: *«...Сугубо отрицательно. Потому что очень многие самозанятые люди (это известно, это факт) они не платят налоги. И поэтому, я, как представитель бюджетной сферы, который получает белую зарплату, платит налоги, я иду так же, как и представители самозанятых людей по полису ОМС, получаю образование, бесплатное лечение. Получаю те же услуги того же уровня, как и те люди, которые не платят налоги. Поэтому я отношусь к этому явлению сугубо отрицательно. На законодательном уровне этот вопрос решили, но*

пока механизм не отлажен и очень многие самозанятые не выплачивают налоги...» (Ж, 37 л.).

Важно отметить, что все респонденты акцентируют свое внимание на вопросе регулирования данной системы государством, и при более строгом контроле за этим видом трудовой деятельности будут относиться к нему лояльнее: *«...если официально по системе самозанятых, зарегистрировано в установленном порядке, то я отношусь положительно...» (М, 31 г.).*

Относительно мер, которые необходимо предпринять для стимулирования занятости и восстановления экономики после завершения пандемии, участники интервью ответили так: *«...Усиливать меры господдержки разных сфер деятельности. Хороша практика стажировок, чтобы восстановить занятость...» (Ж, 36 л.); «...Нового мы уже ничего не придумаем, но тщательно выполнять национальные проекты необходимо. Поддерживать меры по переобучению на востребованные профессии. Проведение опросов по исследованию востребованных направлений. Обеспечение юридической и финансовой поддержкой малого бизнеса. И общая политика инвестиционная на расширение рабочих мест...» (Ж, 36 л.); «...С точки зрения студентов, это отделы по развитию трудоустройства, центры карьеры – на них должна лечь ответственность по привлечению и помощи студентов по поиску работы, составлению резюме и т.д...» (Ж, 23 г.); «...Нужно в крупных компаниях увеличить места для молодых специалистов, больше программ для них, и большой проблемой для специалистов молодых является жилье-нужны жилищные программы...» (Ж, 27 л.).*

Таким образом, в связи с ситуацией, сложившейся в стране из-за распространения новой коронавирусной инфекции, возникли проблемы, связанные с трудоустройством молодых специалистов (как имеющих опыт, так и не имеющих его), в том числе, молодых специалистов, получивших образование в наиболее пострадавших отраслях (сфера услуг, гостиничный

бизнес, малый бизнес). К сожалению, студенты не верят в свои силы, знания и навыки во время поиска работы, а также трудоустройства, для решения этой проблемы важно подключать университеты со своими центрами карьеры и самих работодателей.

ГЛАВА 4. РЕКОМЕНДАЦИИ ВУЗАМ, ОРГАНАМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННЫМ ОБЪЕДИНЕНИЯМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ, СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ (МОНИТОРИНГА) ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЫ (2019-2021-Й ГОД)

Патриотичность молодежи страны можно рассматривать как барометр ее устойчивого развития. В отношении России это особенно важно в условиях сложной внешнеполитической обстановки и периода трансформации Мир-Системы.

Напомним, что целью государственной политики в сфере патриотического воспитания является обеспечение необходимых условий для повышения гражданской ответственности за судьбу страны, готовности граждан к защите Родины, повышения уровня консолидации общества для решения задач обеспечения национальной безопасности и устойчивого развития Российской Федерации, вовлечения граждан в процесс защиты, сбережения и укрепления могущества Российской Федерации, обеспечения преемственности поколений россиян, укрепления чувства сопричастности граждан к истории и культуре России. Один из базовых принципов реализации государственной политики в сфере патриотического воспитания граждан Российской Федерации – соответствие целей, задач, форм и методов данной работы современному положению России в мире, социально-экономическому состоянию российского общества и перспективным задачам развития страны.

Произошедшее в последние годы значительное усложнение геополитической ситуации, значительная активизация политической и экономической конкуренции мировых центров силы, появление и расширение зон социально-политической нестабильности, а также вооруженных и иных конфликтов вблизи границ Российской Федерации, попытки геополитических конкурентов использовать социально-экономические проблемы для

дестабилизации политической ситуации внутри страны обуславливают необходимость значительного повышения уровня готовности граждан России к защите национальных интересов России не только на службе в Вооруженных Силах, но и на государственной службе, а также в сфере общественной деятельности, что, в свою очередь, определяет качественно новый уровень требований к процессу патриотического воспитания российских граждан всех возрастов.

Государственные органы осуществляют взаимодействие с общественными объединениями, некоммерческими и религиозными организациями, иными структурами гражданского общества в области патриотического воспитания граждан Российской Федерации. Органы государственной власти и управления, органы местного самоуправления должны строить свою работу по патриотическому воспитанию граждан Российской Федерации на основе тесного межведомственного взаимодействия. Государство оказывает поддержку инициативам структур гражданского общества, направленным на патриотическое воспитание граждан Российской Федерации, путем создания и обеспечения правовых, экономических и организационных условий для их реализации. Российские загранучреждения готовят и реализуют проекты с целью сохранения соотечественниками, постоянно проживающими за рубежом, духовных, культурных и языковых связей с Родиной.

Если к полномочиям **федеральных органов государственной власти Российской Федерации** в области патриотического воспитания граждан РФ относятся: – определение основных направлений патриотического воспитания; – принятие законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации в сфере патриотического воспитания, регулирующих вопросы патриотического воспитания; – контроль исполнения норм законодательства Российской Федерации, непосредственно относящихся к сфере патриотического воспитания или затрагивающих данную сферу; – определение уполномоченного федерального органа исполнительной власти

в сфере патриотического воспитания; – разработка и реализация государственных и ведомственных программ (проектов) в области патриотического воспитания; – обеспечение финансирования государственных и ведомственных программ (проектов) в области патриотического воспитания за счет средств федерального бюджета и внебюджетных источников; – поддержка некоммерческих организаций, реализующих проекты в сфере патриотического воспитания; то к полномочиям отдельных организаций сферы науки и образования, относятся функции обеспечения непосредственной воспитательной работы.

Патриотическое воспитание затрагивает, прежде всего, сферы образования, культуры, спорта, массовых коммуникаций и социальной защиты.

Интенсивность и эффективность процесса патриотического воспитания отражается в таких показателях, как:

- увеличение доли россиян, гордящихся своей страной;
- увеличение количества опубликованных в рецензируемых научных изданиях исследовательских работ по проблемам патриотического воспитания, а также отчетов по НИР и опубликованных новых методических разработок и пособий;
- увеличение численности прошедших дополнительные профессиональные программы по повышению уровня компетенций в области патриотического воспитания организаторов и специалистов в сфере патриотического воспитания, в том числе специалистов военно-патриотических клубов и объединений;
- увеличение количества участвующих в реализации данной процесса некоммерческих организаций (кроме образовательных организаций);
- увеличение доли участвующих в реализации данного процесса образовательных организаций всех типов в общей численности образовательных организаций;
- увеличение доли граждан, демонстрирующих высокий уровень знания

основных событий истории России, их основных причин, последствий, ключевых участников, роли других стран, а также российской литературы, географии и достижений культуры;

- увеличение доли молодых людей, призванных в Вооруженные Силы Российской Федерации и принявших воинскую присягу;

- увеличение доли обучающихся в образовательных организациях всех типов, принимавших участие в оборонно-массовой работе, а также в мероприятиях по сдаче норм ГТО;

- увеличение количества историко-патриотических, героико-патриотических и военно-патриотических, в том числе, краеведческих музеев в организациях (в первую очередь, в образовательных) и на предприятиях;

- увеличение доли граждан, обучающихся в общеобразовательных организациях, профессиональных образовательных организациях и образовательных организациях высшего образования, принимавших участие в олимпиадах и других конкурсных мероприятиях, направленных на выявление обучающихся, демонстрирующих высокий уровень знания истории России, своего города, региона, а также российской литературы, географии, культуры;

- увеличение доли воинских частей, шефствующих над образовательными организациями;

- увеличение доли детей и молодежи, непосредственно участвующих в деятельности некоммерческих организаций патриотической направленности (поисковых отрядах, военно-патриотических и волонтерских организациях, студенческих отрядах, обществах исследователей истории, просветительских и др. организациях), а также участвующих в волонтерских практиках патриотической направленности в общей численности детей и молодежи;

- увеличение доли информированных о мероприятиях сферы патриотического воспитания (и молодежной политики) граждан Российской Федерации в общей численности граждан;

- увеличение доли граждан, положительно оценивающих качество мероприятий по патриотическому воспитанию, в общей численности

российских граждан.

В целом за последние 20 лет в России были предприняты значительные усилия по укреплению и развитию системы патриотического воспитания граждан Российской Федерации. Были разработаны и успешно реализованы Государственные программы патриотического воспитания граждан Российской Федерации на 2001-2005, 2006-2010, 2011-2015 и 2016-2020 годы.

Основой Государственных программ стала Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации¹, в которой определены цель, задачи, основные принципы деятельности государства, общества и отдельных граждан в данной сфере. Эти определения с некоторыми дополнениями и уточнениями достаточно полно и на сегодняшний день отражают основы патриотического воспитания.

Патриотизм - это любовь к Родине, преданность своему Отечеству, стремление служить его интересам и готовность, вплоть до самопожертвования, к его защите. Патриотизм включает чувство гордости за свое Отечество, малую Родину, активную гражданскую позицию. Патриотическое воспитание, согласно Концепции, представляет собой систематическую и целенаправленную деятельность органов государственной власти и общественных организаций по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины. С учетом современных задач развития Российской Федерации, целью государственной политики в сфере патриотического воспитания является создание условий для повышения ответственности граждан за судьбу страны, повышения уровня консолидации общества для решения задач обеспечения национальной безопасности и устойчивого развития Российской Федерации, укрепление чувства сопричастности

¹ Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации (разработана во исполнение пункта б Перечня мероприятий по реализации Государственной программы "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2001-2005 годы", утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2001 г. N 122).

граждан к истории и культуре России посредством их вовлечения в процесс защиты Родины, сбережения и укрепления ее могущества, обеспечения преемственности поколений россиян.

Достижение указанной цели осуществляется через решение следующих основных задач:

- утверждение в обществе, в сознании и чувствах граждан патриотических взглядов и убеждений, уважения к культурному и историческому прошлому России, к российским традициям и традициям народов России, повышение уровня желания и готовности граждан работать на благо Родины, служить национальным интересам страны;

- создание и обеспечение реализации возможностей для более активного вовлечения граждан в решение социально-экономических, культурных, правовых, экологических и других проблем;

- воспитание граждан в духе уважения к Конституции Российской Федерации, законности, нормам общественной и коллективной жизни, создание условий для обеспечения реализации конституционных прав человека и его обязанностей, гражданского, профессионального и воинского долга;

- привитие гражданам чувства гордости, глубокого уважения и почитания символов Российской Федерации – Герба, Флага, Гимна, другой российской символики и исторических святынь Отечества;

- создание условий для усиления патриотической направленности телевидения, радио и других средств массовой информации при освещении событий и явлений общественной жизни, активное противодействие манипулированию информацией, пропаганде образцов массовой культуры, связанных с фальсификацией истории Отечества.

Патриотическое воспитание направлено прежде всего на такие группы и социально-возрастные категории граждан, как семья, дети, молодежь и молодежные организации, военнослужащие, воинские коллективы и

работники правоохранительной системы, госслужащие, трудовые коллективы, преподаватели, работники культуры, науки, СМИ.

Успешной реализации патриотического воспитания способствовали успехи России в социально-экономическом развитии, развитии гражданского общества, значительное укрепление ее роли и значения как мирового центра силы, рост мощи Вооруженных Сил Российской Федерации, успехи страны в развитии социальной сферы, культуры, искусства, спорта, проведении масштабных культурных и спортивных мероприятий общероссийского и мирового уровня. Подавляющее большинство российской молодежи считают себя россиянами, ощущают связь с Родиной, гражданами России, проявляют высокое уважение к атрибутам и символам Российского государства.

Руководство страны все чаще подчеркивает необходимость дальнейшего развития патриотического воспитания, основанного на высокой культуре, гражданской ответственности за судьбу страны, готовности граждан противостоять внешним и внутренним угрозам безопасности страны, знанию и уважении истории страны, консолидации общества на основе идей необходимости обеспечения долгосрочного устойчивого развития России как «общего дома» россиян и Российского государства как гаранта сохранения культурного наследия, обеспечения гражданских прав, равенства граждан перед законом, свободы и демократии, возможности успешной самореализации граждан.

Однако, целый ряд значений социологических и статистических показателей, регистрируемых соответствующими государственными и авторитетными негосударственными организациями и анализируемых в научных исследованиях, указывает, что в России имеются определенные проблемы в сфере патриотического воспитания граждан, выражающиеся в недостатке его результативности и эффективности. Сохраняется относительно невысокий уровень доверия граждан друг к другу, к органам власти, их представителям, к ряду ключевых социальных институтов, недостаточный (в среднем), зачастую поверхностный уровень знаний

гражданами и, особенно, молодежью истории России и своего региона, российской литературы, географии, низкий средний уровень гражданской активности, связанный с недостатком политической, социальной и правовой культуры, производственной культуры, культуры безопасности, здорового образа жизни.

Усложнение международной обстановки, резкое усиление глобальной геополитической конкуренции и перспективы сохранения данной ситуации на ближайшие годы требуют активизации деятельности Российского государства по патриотическому воспитанию граждан и обеспечение условий для выхода на качественно новый уровень общественных и общественно-государственных отношений, взаимосвязанных с уровнем патриотизма российских граждан. Обострению необходимости решения данной задачи способствует то обстоятельство, что геополитическая борьба на современном этапе ведется все чаще с использованием геополитическими конкурентами России попыток обострения внутренних проблем развития, внутренних вызовов и угроз национальной безопасности посредством их усиления извне информационным, политическим, экономическим и иным воздействием.

Основной, наиболее вероятный сценарий прогноза в сфере патриотического воспитания связан с продолжением позитивных изменений в консолидации нашего общества, укрепления престижа Вооруженных Сил и воинской службы, государственной службы.

Реализация программы подразумевает, наряду с продолжением и расширением успешно зарекомендовавших себя проектов федеральных министерств и ведомств, общественных практик, значительное развитие организационной базы, методического и инфраструктурного обеспечения системы патриотического воспитания граждан.

В период значительного усиления глобальной геополитической конкуренции, направленной в том числе на препятствование развитию нашей страны, наиболее эффективным подходом к достижению задач

патриотического воспитания будет являться создание условий для обеспечения устойчивого развития России посредством повышения уровня участия в этом процессе широких слоев российских граждан, в том числе, через повышение уровня их общественной и гражданской активности.

Устойчивое развитие России будет лучшим гарантом обеспечения ее безопасности во всех сферах, в том числе, безопасности россиян, а также условий для дальнейшего повышения уровня их благосостояния, здоровья, личностного развития, профессиональной, гражданской, творческой самореализации, а это, в свою очередь, при условии высокой эффективности государственной политики в сфере патриотического воспитания граждан, будет способствовать консолидации российского общества и упрочению позитивных тенденций самого устойчивого развития. Таким образом, успешная реализация всех стратегических документов развития Российской Федерации, в том числе, других государственных программ будет способствовать созданию условий для развития системы патриотического воспитания граждан Российской Федерации, а развитие этой системы будет способствовать успешной реализации всех без исключения стратегических планов развития, и, в частности, государственных программ Российской Федерации.

Эффективная реализация данной Государственной программы создаст условия для следующих позитивных изменений в российском обществе и экономике:

увеличение доли молодых людей, достигших высоких результатов в профессиональной подготовке, успешно реализующих себя в работе на благо нашей страны, в том числе, увеличение доли подготовленных российской образовательной системой молодых ученых, инженеров, рабочих и других специалистов, работающих в высокотехнологичных отраслях российской экономики, развитие которых обеспечивает процессы импортозамещения;

значительное увеличение доли детей и молодежи, участвующих в деятельности некоммерческих организаций, в том числе общественных

объединений патриотической направленности, волонтерских организаций и студенческих отрядов, в общей численности детей и молодежи;

повышение уровня базовых знаний россиян (особенно, молодого поколения) в области истории страны и родного края, их географии, произведений российской литературы, их интереса к отечественным культурным ценностям и достижениям, что отразится на готовности граждан к защите Родины и труду на ее благо; развитие внутреннего туризма, гражданского (общественного) краеведения;

увеличение доли принявших воинскую присягу молодых людей, призванных в Вооруженные Силы Российской Федерации; значительное повышение уважения граждан к представителям профессий военнослужащего и правоохранителя, государственного служащего;

повышение уровня профессиональной компетентности специалистов сферы патриотического воспитания, в том числе специалистов военно-патриотических клубов и объединений, а также численности подготовленных и прошедших повышение квалификации работников данной сферы;

серьезное развитие научно-методической базы работы в сфере патриотического воспитания; вовлечение значительного числа молодых ученых и педагогов в развитие научно-методического обеспечения патриотического воспитания;

усиление взаимодействия воинских частей и образовательных организаций, результатом чего станет повышение эффективности военно-патриотического воспитания молодежи;

повышение уровня консолидации и координации в сфере воспитательной работы между государственными и негосударственными организациями, в том числе, социально активными некоммерческими организациями и образовательными организациями всех типов;

повышение уровня культуры здорового образа жизни, а также доли физически готовых к защите Родины молодых людей в общей их численности.

Успешная реализация политики государства в области патриотического воспитания позволит значительно повысить готовность и способность российского общества к противодействию внутренним и внешним угрозам развитию страны и ее безопасности, преодолению социально-экономических проблем и выходу на траекторию устойчивого развития.

Основным ожидаемым результатом реализации такой политики, станет формирование отвечающей вызовам и задачам развития страны, а также социально-возрастной структуре российского общества, системы патриотического воспитания граждан Российской Федерации как важной части устойчивой общественно-государственной системы взаимоподдержки и взаимопомощи в реализации задач обеспечения национальной безопасности и долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации с выходом ее на траекторию устойчивого развития, что отражено в утвержденных Президентом Российской Федерации и Правительством Российской Федерации документах стратегического планирования.

В результате проведенного анализа данных социологического исследования (мониторинга) интеллектуальной молодежной среды, направленного на изучение карьерных ожиданий и стремлений студентов и выпускников ведущих вузов, в целях повышения качества кадровой работы с талантливой и научно-ориентированной молодежью для органов государственной власти, а также учреждений высшего образования и общественных объединений, занятых в сфере кадровой политики и трудоустройства молодых талантливых выпускников, можно сделать следующие рекомендации:

- Для молодых специалистов крайне важны: высокая заработная плата, возможность самореализации, а также хорошие перспективы личного и карьерного роста, поэтому при выборе будущего места работы молодые специалисты будут руководствоваться вышеперечисленными факторами, прежде всего. Необходимо на

ранних этапах «погружать» студентов и молодых специалистов в программы «кадрового резерва» – с одной стороны, а с другой – при приеме на работу объяснять требования к должности и условия повышения заработной платы, а также повышения по карьерной лестнице. Рекомендуется также создавать условия (программы и т.д.) для материального обеспечения молодых специалистов;

- Необходимо уделить внимание совершенствованию дистанционного образования, адаптировать преподавателей к данному виду обучения;
- Важно совершенствовать цепочку «студент-вуз-работодатель». Молодым людям нужно давать больше информации о вакансиях, следить за разнообразием проводимых мероприятий и участвующих в них работодателей, чтобы представителям любых факультетов и специальностей было интересно принимать в них участие.
- В наше время работодателям необходимо включаться и в процесс обучения: для создания кадрового резерва давать возможность студентам проходить практики/стажировки на своей базе, участвовать в государственных экзаменационных комиссиях и даже преподавать в университете с целью совершенствования учебного процесса, создавать профильные кафедры для предприятий;
- Необходимо предоставлять информацию о работодателе в общем доступе в интернете, так как современные студенты и выпускники при выборе работодателя подробно изучают информацию и отзывы в сети;
- Необходимо создавать достаточное количество рабочих мест с достойной заработной платой для обеспечения трудоустройства молодых специалистов, поскольку, молодые люди, как показало исследование, ориентированы на трудоустройство по полученной специальности, выбранной по осознанному интересу к данной деятельности. Отсутствие как самих рабочих мест, так и оптимальной, соответствующей среднему уровню на рынке труда,

заработной платы, приводят не только к фрустрации молодых специалистов, и мотивируют искать место работы, не связанное с полученной специальностью, но и наносят вред экономике, т.к. затраты государства на подготовку специалиста не окупаются;

- В области инновационных технологий трудоустройства предлагается сделать более популярными и широко применяемыми такие инструменты, как интернет-биржи труда, сайты трудоустройств и т.д.;
- Для современных молодых работников весьма актуальным предложением будет дистанционная проектная работа, поскольку современная молодежь ориентирована на четкие и понятные инструкции и желает расходовать время эффективно. Для молодежи важна возможность проявить себя, поэтому она ожидает от будущего работодателя возможностей профессионального и карьерного роста;
 - В связи с тем, что треть опрошенных является лауреатами премий поддержки талантливой молодежи и победителями олимпиад, необходимо выстраивать работу с молодыми кадрами, стимулировать данную категорию молодежи, создавать социальные лифты.