

2. МНЕНИЯ

2.1. ИНДОКТРИНАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАРРАТИВОВ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ КАК ЦИФРОВОЙ ПОКОЛЕНЧЕСКОЙ ОБЩНОСТИ ПОСРЕДСТВОМ ФГОС ВО 3++

Апенько С.Н., Лукаш А.В.

Омский государственный университет путей сообщения Омск, Россия

Статья выполнена на основе интерпретации универсальных компетенций федеральных образовательных стандартов поколения 3++ по направлениям бакалавриата, магистратуры и специалитета, которые рассматриваются авторами в качестве формализованных в нормативные тексты нарративов, а также проанализированы повествовательные структуры ключевых молодежных форумов России с 2019 года. Цель работы – установить на основе интерпретации нарративов индоктринируемых государством через систему высшего образования ориентиры социально-экономического поведения для молодежи, реализуемых как в рамках их трудовой деятельности, так и выходящие за границы профессиональной сферы. В результате установлены следующие нарративы: сетевого взаимодействия в социальных и экономических практиках; личной ответственности за результат; проектного мышления и организации в профессиональной деятельности; непрерывного формального и неформального образования в профессиональной деятельности; ответственного финансового и экономического поведения; стигматизации коррумпированного поведения и исключительного использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. В ходе интерпретации нарративов образовательных стандартов и проектных сессий молодежных мероприятий установлено, что как формализованные, так и не формализованные повествовательные структуры направлены на укоренение среди молодёжи идей о развитии предпринимательской инициативы, независимо от профессионализации выпускника, координации индивидуальной и социальной ответственности, важности поддержания и развития бриджингового социального капитала. В статье показано, что государство через систему высшего образования и программы молодежной политики транслирует для современных студентов и выпускников нарративы экономического и трудового поведения, ориентированные на траекторию инновационного и цифрового развития, а также, на снятие противоречий между просоциальными и эгоцентричными стратегиями поведения.

Введение.

Дискуссии о том, являются ли поколенческие общности исключительно плодом маркетинговых и рекламно-коммуникационных стратегий продвижения или группой, которая может и должна быть осмыслена академическим сообществом, в фокусе научного исследования, идут не один десяток лет. Особый интерес традиционно представляет молодое поколение, вокруг поведенческих характеристик которого разворачивается наиболее интенсивное обсуждение и среди практиков маркетинговых услуг, и в академической среде. Причина очевидна, ведь именно оно является важным фактором инновационной модернизации общества, политической и экономической сфер, системы образования – профессионального и высшего. В публикациях, посвященных молодежи как поколенческой общности, часто встречаются попытки обосновать использования понятия, которое бы наиболее точно и содержательно передавало ее ключевые характеристики – «поколение Google», «цифровые аборигены», «поколение Z», «Digital Tribe» и т.д. Развитие понятийного аппарата на примере молодежи, говорит в целом о развитии поколенческой теории и важности проработки ее методологической основе, благодаря которой мы можем получить устойчивые характеристики поколения, выражающие его сущность в политическом, культурном и социально-экономическом дискурсах.

Нам представляется, что сегодня актуально рассматривать молодое поколение как продукт целенаправленного, интеллектуального производства системы образования, маркетинговой и рекламной практики, массовой культуры, общественных и государственных институтов, фондов грантодателей и т.д. Важно установить приписываемые через нарративы образовательной среды молодому поколению экономических, профессиональных и трудовых стратегий так как, во-первых, это позволит в дальнейшем выделить необходимые индикаторы для терминологического обозначения общности, а, во-вторых, формирует перспективы для представления своего рода идеального типа современной молодежи как социально-экономической группы, который индоктринируется самим обществом – через культурный и социальный контекст.

Под понятием «индоктринация» мы понимаем процесс целенаправленного воздействия, основанного на явном или латентном внушении и повторении определенных идей, принципов, правил и убеждений всему обществу или определенной его части, в том числе поколенческой группе. Индоктринация предполагает своей целью безусловное принятие транслируемых смыслов, стремится к их легитимации и институализации. Нарратив в этом контексте выступает в качестве одного из ключевых инструментов индоктринации, так как его часто иррациональная основа способствует снижению уровня критического восприятия инкорпорируемых смыслов.

В нашей работе мы опираемся на разделение нарративов на две группы: повествовательные структуры, формализованные в нормативные тексты и неформализованные истории акторов. Основное внимание в ходе исследования было сделано на нарративы первого типа – к ним были отнесены компетенции из Федеральных государственных образовательных стандартов, которые индоктринируют реперные точки социального и профессионального развития выпускника высшей школы. В них заключен запрос государства на подготовку молодых людей как идеальных акторов социально-экономических отношений. В прочтении компетенций как нарративных конструкций мы опирались на концепцию Й.Брокмейера и Р.Харре, где они рассматриваются в качестве действенного слова для обозначения специального набора инструкций и норм, предписывающих, что следует и чего не следует делать в жизни. Исследуя проблемы нарративной конвенции, они подробно изучали механизмы влияния повествования на человека, заключая, что «истории руководят жизнью», «мы (*слушатели*) просто привыкаем к широкому репертуару сюжетных линий...врастаем в культурный канон нарративных моделей» [1, с.39-42]. Нарратив есть не только рассказ, сколько формализованное или нет повествование ориентированное на принятие, понимание и усвоение определённых правил в разных сферах жизнедеятельности человека, в том числе социально-трудовых отношений, потребления, отдыха, планирования семьи и т.д. Нарратив, таким образом, важный структурный элемент в механизме формирования институтов, их легализации и легитимации.

Изучение нарративных интеракций представляется актуальным для понимания алгоритмизации повседневной экономической жизни молодых людей, столь восприимчивых и открытых в силу своего возраста к убедительным по своему эмоциональному звучанию историям и рассказам.

В целом нарративный подход к изучению экономического поведения молодёжи позволяет:

акцентировать внимание на идеях, оформленных в повествовательные структуры, преимущественно для этой поколенческой общности;

установить на основе соотнесения этих идей с реальными стратегиями экономического поведения молодёжи характер обратной связи с ними;

определить соотношение рационального и иррационального обоснования идейного ядра повествования;

прогнозировать развитие экономических стратегий молодежи на основе вычленения и анализа вновь генерируемых нарративов.

Обзор литературы.

Термин «нарратив» и нарративный подход давно и успешно укрепили свое место в методологическом базисе многих наук о человеке и обществе, но остаются во многом эксклюзивными в экономике, несмотря на рост интереса к нему в последние годы. Одним из главных исследователей проблематика нарратива в экономических процессах является R.J. Shiller [2,3]. В своих выступлениях и публикациях, в том числе в книге «Нарративная экономика: как истории становятся вирусными и определяют крупные экономические события», он предлагает рассматривать нарративы (повествования) как одну из самых главных движущих сил современных рынков. R.J. Shiller последовательно доказывает большую склонность рядового человека, независимо от его принадлежности к конкретной культуре, скорее игнорировать аналитические аргументы и доводы, в пользу историй и рассказов, оставляя в стороне их правдивость и реалистичность. Дальнейшие исследования в области нарративов должны, по его мнению, принципиально изменить науку и представление о хозяйствовании человека: «Экономика в течении следующего десятилетия коренным образом изменится, и эта привязанность к рациональному индивидуалистическому человеческому поведению будет существенно смещена» [2, с.84].

R.J. Shiller изучал вирусные возможности нарратива, которая проявляется в том, что та или иная экономическая идея, оформленная в историю, через коммуникативные практики способна захватить весь мир, став глобальным трендом в экономической повестке. Вирусная сила нарратива дает основание R.J. Shiller утверждать в своих работах, что увлеченность повествованием может вырастать до масштабов вирусных бедствий, видимым проявлением которых является расхождение реальных возможностей рынков и экономическим поведением людей. Несмотря на обилие примеров нарративов с негативной коннотацией, которые прямо пугали и озадачивали людей (пример с нарративом о «технологической безработицы» в годы Великой депрессии, который влиял на обывателей – резкое сокращение трат и пессимистичные оценки перспектив своего будущего), в своих трудах R.J. Shiller не стигматизирует нарратив, считая, что в целом рассказ способен к продуцированию продуктивных социально-экономических практик.

Akerlof G. раскрывает функциональную сторону повествовательных структур, которые играют важную роль в понимании окружающей среды; фокусировании внимания; прогнозировании событий;

мотивации действий и поступков; распределении социальных роли и идентичности, определении отношений власти, установлении и передаче социальных норм [4, с.70].

Место повествовательных конструкций в микро и макроэкономических процессах представлено сегодня в следующих исследованиях: анализ нарративов о макроэкономических мерах реагирования на сложные кризисы в экономике и окружающей среде (E.Urhammer, I. Rørke) [5]; влияние нарративов экономики замкнутого цикла на интерпретации проблем и действий по борьбе с отходами в производственном секторе (S. Leipold, K. Weldner, M. Hohl) [6]; структура нарративов о деловых циклах за период с 1950 по 2019 годы (Ch. Bertsch, Is.Hull, X. Zhang) [7]; связь историй и повествований из социальных сетей на колебания настроений инвесторов и временные отклонения цен на рынках акций (S. Liu, P. Gaskell, Fr. McGroarty) [8]; управление нарративами в корпоративном секторе (L.D. Brown, A.C. Call, M.B. Clement, N.Y. Sharp) [9]; зависимость нарративов крупных менеджеров компаний от состояния финансовых дел в ней (H. S. Asay, R. Libby, K.Rennekamp) [10].

Сегодня активно идет развитие прикладных исследований о связи нарратив и экономических практик предпринимателей: A. Vossen, Ch. Ihl [11] исследуют вопросы влияния повествования и их ответственности потребителем ожиданиям на предпринимательские стратегии по продвижению и сохранению на рынках своих продуктов; S. Singh, P.D. Corner, K. Pavlovich [12] – качественный нарративный подход к исследованию личного опыта предпринимателей, испытывающих стигматизацию, связанную с неудачей предприятия; G. Fisher, E. Neubert, D. Burnell [13] – специфические нарративы о находчивости, как инструменты привлечения необходимых ресурсов для предпринимателей в условиях их ограниченности.

P.Andre, I. Haaland, Ch. Roth, J. Wohlfart [14] сфокусировали свое внимание на историях, которые люди рассказывают для объяснения макроэкономических явлений в контексте исторического всплеска инфляции. Исследовательский коллектив опросил более чем 8 000 американских домохозяйств и 100 академических экспертов. В результате установлено. Во-первых, по сравнению с экспертами, нарративы домохозяйств более грубые, в них меньше внимания уделяется стороне спроса и чаще встречаются политически нагруженные объяснения. Во-вторых, нарративы домохозяйств сильно влияют на их инфляционные ожидания. В-третьих, эксперимент по изменению потребления новостей показывает, что СМИ являются важным источником нарративов в американском обществе.

R. Venabou, A. Falk, J. Tirole [15] исследовали как интерпретируются и передаются нарративы дружим, в каких ситуациях они распространяются вирусно. Особое внимание в своей работе коллектив авторов уделил тому, как нарративы конкурируют с императивами (общими моральными правилами или предписаниями) в качестве альтернативных способов коммуникации для убеждения агентов вести себя желательным образом. Одно из фундаментальных наблюдений, которое удалось им установить – оправдательные нарративы могут позволить людям поддерживать положительный имидж, когда на самом деле они действуют сомнительным с моральной (т.е. императивной) точки зрения образом. И наоборот, ответственные нарративы могут способствовать поддержанию лучших социальных норм в обществе.

Серьезную работу по изучению повествовательных структур в экономике провели A. Hillenbrand, E. Verrin [16]. Они доказывают, что нарративы играют решающую роль в формировании наших управленческих решений. Авторы исследовали позитивные нарративы (истории в пользу просоциального действия) и негативные нарративы (истории в пользу аморального и эгоистичного поведения) влияют на просоциальное поведение, опираясь на прикладные эксперименты (использованы игровые технологии) с более чем 1500 респондентов.

Нарратив как действенную форму преимущественно представления содержания идеи рассматривает В.Л. Тамбовцев [17]. Критический анализ идейного и нарративного «поворотов» в экономических исследованиях построен им на то, что воспринимаются и становятся убеждениями и трансформируются в действия те идеи, которые отвечают интересам акторов и у него есть достаточный ресурсный потенциал для их воплощения в своей практике.

Нарратив как ценный источник качественных данных, опора на который открывает перспективы для понимания и моделирования поведения акторов в социально-экономических отношениях, рассматривают В.В. Вольчик [18, 19] и Е.В. Маслюкова [18]. В своей работе они рассматривают не только нарратив, но и мем, который является квинтэссенцией идеи и имеет большой потенциал для распространения, так как несет в себе более обобщенную и легкую для восприятия информацию. «Идеи циркулируют в группах (больших и малых) посредством рассказывания историй, что включенными и сторонними наблюдателями воспринимается через устные, письменные и визуальные источники информации, – пишут В.В. Вольчик и Е.В. Маслюкова – такие источники информации являются нарративами и мемами» [18, с.162]. Понимание нарратива как информации, которая не всегда должна быть оформлена в виде текста, но может представлять собой визуализированную форму, является важным для изучения социокультурного пространства, в том числе архитектуры, профессионального, городского, рекреационного пространства как транслятора идей и смыслов, направляющих и побуждающих людей к определенной экономической интеракции.

Влияние нарративов на поведение экономических агентов на примере современных США для поддержания социально-экономического качества жизни населения в стране исследует П.А. Патрон и

А.Ю. Шмелева. Главный тезис, доказываемый авторами – «нарратив не только интерпретирует институты, но также распространяет и изменяет их» [20 с.67].

В.А. Ермаков, Ю.В. Бажданова [21] рассматривают деятельность СМИ, через которые рассказываемые истории как задают тренды, так и стигматизируют определенные профессии, для молодых людей. Авторы делают акцент на искажении образа профессиональной структуры общества в современном медиапространстве страны посредством нарративов. Исследователи обращают внимание на основные факторы формирования профессиональных иллюзий студентов через повествование отечественных медиа.

В настоящее время идет активное экспериментальное изучение экономического поведения не только молодежи с 18 лет, но также подростков и детей. В частности M. Sutter, C. Zoller, D. Glätzle-Rützler [22] экспериментально рассмотрели проявление рациональности выбора детей и подростков, временных предпочтений, риска, социальных предпочтений, при этом были учтены детерминанты экономического поведения, такие как социально-экономический статус родителей и социальный контекст взаимодействия детей и подростков до 18 лет, выраженный в том числе в нарративной интеракции. Авторы обращают внимание на политические интервенции (под которыми они рассматривают правила и их интерпретацию через нарратив целенаправленно устанавливаемые государственными институтами), которые имеют целью повлиять на экономическое поведение детей и подростков. Один из выводов их исследования – политические вмешательства, направленные на поощрение одного типа поведения в большей степени, чем другого, проявляются в экономических практиках подростков и детей.

W.N. Lekfuangfu, R. Odermatt [23] изучая роль устремлений в мобильности и благосостоянии поколений, приходят к выводу, что стремления молодых людей в значительной степени зависят не только от социально-экономического статуса родителей, но от собственных стремлений последних в отношении своих детей, которая выражается через нарративную интеракцию.

Таким образом, исследовательский интерес в современной академической среде сфокусирован вокруг экономического нарратива вообще, без относительного того, какая социальная группа является его реципиентом. Возраст, пол, профессиональные отличия не исследуются ни как барьеры, корректирующие восприятие нарративов, ни как возможные характеристики для формирования групповых нарративов, что, на наш взгляд актуализирует важность изучения индоктринации экономических и трудовых нарративов для современной молодежи как цифровой поколенческой общности.

Гипотезы и методы исследования.

Современная молодежь как поколенческая общность является во многом результатом индоктринации определенных норм, установок и стереотипов поведения, относительно социальных ролей и экономического поведения, которые как целенаправленно, так и спонтанно, через нарратив создают такие образцы и стереотипы реагирования, на базе которых формируется жизненная позиция личности и группы, их экономические стратегии. Важную роль в этом процессе выполняет государственная система высшего образования.

Экономические установки личности – это не только знания и отношение к процессу хозяйствования, охватывающего производство, потребление, распределение, но и готовность действовать в отношении них определенным образом и по определенным правилам, согласно индоктринируемым нарративам. Несмотря на то, что сила и интенсивность индоктринации нарративов, смысловые единицы которых обращены к экономическим ценностям, нормам и установкам, во-первых, не предполагает автоматического укоренения предлагаемых интенций в социально-экономической практике среди всей молодежи, а, во-вторых, они могут быть значительно нивелированы и ослаблены альтернативными установками, трансляция и формирование которых реализуется конкурирующими субъектами общественного производства, они представляют собой своеобразную технологию формирования идеальной модели экономического поведения.

Гипотеза нашей работы сформулирована следующим образом – государство через систему высшего образования транслирует для молодого поколения нарративы экономического и трудового поведения ориентированные, во-первых, на траекторию инновационного и цифрового развития, а, во-вторых, на снятие противоречий между просоциальными и эгоцентричными стратегиями поведения.

Объектом исследования являются экономические и трудовые нарративы для молодежи. Предметная область исследования – федеральные государственные образовательные стандарты как нарративные конструкции об экономическом и трудовом поведении молодежи.

Мы предполагаем, что индоктринация экономических нарративов реализуется, как в результате работы вертикальных каналов влияния, например, через образовательные стандарты, национальные проекты, инициативы частных фондов и т.д., так и горизонтальных – через кооперацию и взаимодействие, в конкурсных программах, направленных на поддержку и развитие молодежных инициатив, профессиональную общность, корпоративную культуру, образовательную среду и т.д.

Индоктринация экономических нарративов не всегда является результатом целенаправленного влияния и воздействия, этот процесс может иметь спонтанный характер и быть результатом работы акторов, чья инициатива и деятельность посредством рассказывания историй была направлена на решение других задач.

Для выявления установок и норм экономического поведения молодежи, индоктринируемых в современном обществе посредством нарративов мы провели дискурсивный анализ повествований ФГОС ВО 3++ с опорой на идеи и принципы социального конструкционизма. В соответствии его логики вся социальная реальность конструируема и воспроизводится людьми в процессах её интерпретации ими и формулировки знаний о ней. Следуя идеи социального конструкционизма о том, что любое знание происходит и поддерживается за счёт социальных интеракций, мы рассматриваем экономическое поведение современного молодого поколения как результат социальных интеракций. Так как любые знания являются продуктом социальной конвенции, то любые системы ценностей, социальные образования, стереотипы поведения и реагирования воспринимаются людьми как объективная реальность.

Таким образом, как вся социальная реальность, так и ее часть – экономические установки и ценности, приписываемые молодому поколению, конструируется самими акторами социальных процессов. Нарративный подход в изучении экономических вопросов позволяет не только вычлнить единицу повествования, предписывающую должное, в смысле легитимное и легальное поведение, конгруэнтное ожиданию общества и его перспективным планам на будущее, но и, следуя обратному принципу, понять какие модели экономического поведения признаются не желательными, опасными, деструктивными и т.д. Данный подход позволяет также установить перечень тем и вопросов, которые находятся либо вне нарративного авангарда, либо вообще максимально стигматизированы социальными институтами.

Конкретным методом изучения экономических нарративов, используемым в работе, была выбрана интерпретация, так как она позволяет в соответствии с главной стратегией нашего исследования выявлять смыслы повествования, содержащихся в репрезентативных источниках. Интерпретация нарратива, как показано Э.Бетти, позволяет решать три задачи: понять смысл нарратива (распознающая интерпретация), в случае заинтересованности или обстоятельств обеспечить процедуру передачи его смысла (репрезентативная интерпретация) и выстроить свое поведение в соответствии с нормами, догмами и требованиями нарратива (нормативная интерпретация) [24, с.37]. Качественные исследования экономических нарративов открывают в дальнейшем хорошие перспективы для установления типов идей, упакованных в устный, письменный или визуализированный нарратив.

Результаты исследования.

В ходе работы над статьей была составлена нарративная рамка, на основе рассмотрения универсальных компетенций из ФГОС ВО 3++ по направлениям бакалавриата (188 стандартов) и магистратуры (188 стандартов), специалитета (103 стандарта), которые на наш взгляд прямо связаны с трансляцией смыслов должного, то есть ожидаемого со стороны государства, экономического поведения молодежи.

В своей профессиональной деятельности выпускник независимо от направления специальности подготовки должен быть способен:

Самостоятельно разрабатывать и реализовывать проекты (УК-2) – нарратив проектного мышления и организации в профессиональной деятельности. Анализ компетенции показывает, что государство ждет от молодого профессионала способностей действовать исходя из имеющихся ресурсов и ограничений. Нарратив предписывает выпускнику ориентироваться на оптимальные способы решения поставленных профессиональных задач с обязательным соблюдением правовых норм. Идея проектного мышления ориентирована шире границ трудовой и профессиональной сфер, она предполагает взгляд на любые вызовы как на проекты. Нарратив проектного мышления и действий отвечает имманентным принципам инновационного развития, на которое ориентированы современные программы экономического развития страны. Государству важно, чтобы молодой профессионал был способен к креативному генерированию идей и проектов, а также их последующему производственному воплощению, включая кастомизацию продукта. Данный нарратив направлен на стимулирование просоциального экономического поведения.

Проявлять лидерские качества и развивать навыки командной работы (УК-3) – нарратив сетевого взаимодействия в социальных и экономических практиках и нарратив личной ответственности за результат. Стандарты воспроизводят повествовательные структуры как о важности кооперации и координаций своей деятельности в трудовом коллективе, проектной группе, проектной команде и т.д. (т.е., просоциальный нарратив), так и о необходимости не бояться принимать на себя ответственность, демонстрировать уверенность в себе, заявлять о своих амбициях, осознавать, что успех в жизни зависит от себя и т.д. (эгоцентрический нарратив).

Первый нарратив ориентирован на социальное взаимодействие выпускников как важную составляющую их профессиональной и трудовой коммуникации. Через раскрытие этой компетенции мы видим понимание со стороны государства важности развития горизонтальных связей в современной экономике, где инновационные предприятия создают сетевую институционально-организационную среду, эффективную для диффузии новшеств и объединения малых фирм, нацеленных на решение единых производственных задач.

Второй нарратив – в большей степени на практике предпринимательской деятельности с присущей ей креативностью и инициативностью; осознанным риском и личной ответственностью за принимаемые решения и риск; регулярным поиском и реализацией новых экономических возможностей.

Выстраивать и следовать стратегии саморазвития и самоорганизация (УК-6) – нарратив непрерывного формального и неформального образования. Нарратив воспроизводит идею об образовании в течение всей жизни человека. Повествовательная структура акцентирует внимание на том, что время и здоровье это важные ресурсы, от эффективного управления которыми зависит успешность личности в социальном и профессиональном плане. Нарративы стандартов о саморазвитии воспроизводят повествовательные структуры, которые генерируют с начала 1970-ых международные структуры (например, ЮНЕСКО). Их прочтение показывает, что любое профессиональное образование не достаточно для того, чтобы быть конкретным на рынке труда в среднесрочной или долгосрочной перспективе. Технологические вызовы диктуют необходимость следовать стратегии постоянного образования, как формального, так и нет. В совокупности с неформализованными историями акторов медиакоммуникативных структур (например, блогерами) они индоктринируют идею об образовательном и физическом капитале личности, инвестиции в которые социально одобряемы и имеют прямую экономическую отдачу. Данный нарратив акцентирует внимание на эгоцентрическом поведении – ориентирует личную активность на самоменджменте.

Анализ нарративов ФГОС ВО 3+, в виду того, что их утверждение и опубликование было растянуто во времени, позволяет проследить в каком направлении корректировался запрос государства на подготовку молодых людей как акторов социально-экономических отношений. Так, часть стандартов (112 по направлениям бакалавриата и 40 по специальности), вышедших до ноября 2020 года были реализованы без двух универсальных компетенций «Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность» и «Гражданская позиция». С целью выравнивания компетентной рамки молодых профессионалов во все ранее опубликованные стандарты с 1 сентября 2021 г. Приказом Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. N1456 они были включены.

В будущей профессиональной деятельности выпускник бакалавр и специалист в соответствии с ними должен быть способен (в магистерские программы эти нарративы не включены):

Принимать обоснованные экономические решения (УК-10) – нарратив ответственного финансового и экономического поведения. Повествовательная структура не ограничивается только рамками профессиональной сферы и трудовых отношений молодого специалиста, она индоктринирует идею об исключительной важности демонстрировать обоснованные экономические решения постоянно, в различных ситуациях социального взаимодействия, во всех областях жизнедеятельности. Идея о финансовой грамотности, заключенная в этом нарративе, связана со Стратегией повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 – 2023 годы, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 25 сентября 2017 г. № 2039-р. Нарративы стандарта и Стратегии ориентируют молодых людей на возрастание индивидуальной ответственности в обеспечении личной финансовой безопасности, которая в свою очередь становится важным фактором как семейного экономического благополучия, так и всего общества. Нарратив не дает прямого ответа на вопрос – какая теория экономического поведения заложена в требованиях стандартов, но его анализ в совокупности с остальными компетенциями показывает, что государство демонстрирует понимание – молодому профессионалу предстоит действовать в ситуации, где экономическое пространство наполнено усложняющимися институтами, высока неопределенность и риски.

Быть готовым проявлять и защищать свою гражданскую позицию (УК-11) – нарратив стигматизации любого проявления коррумпированного поведения. Сама формулировка наименования универсальной компетенции указывает на нетерпимое отношение к коррупции как имманентного принципа экономического поведения молодых людей. Повествовательная структура стандарта индоктринирует идеи о том, что уровень и масштаб взяточничества, его мотивы и сферы применения не имеют никакого значения – любое его проявление разъедает общество, выступая тормозом развития экономики. Так же, как и нарратив о финансовой грамотности, повествовательная структура о нетерпимом коррумпированном поведении является частью государственной политики, в частности она согласуется с Национальным планом противодействия коррупции на 2021-2024 годы. Эти нарративы ориентированы на просоциальную модель поведения.

Только одна из универсальных компетенций так и осталась, представлена в части стандартов бакалавриата и специалитета, и не была добавлена во все ФГОС ВО 3+ приказом от 26 ноября 2020 г. N1456 – инклюзивная. Ее нарратив индоктринирует идею, которой государство последовательно с 2013 года уделяет большое внимание – создание материальной инфраструктуры и социальной среды, которая позволит включать в активные экономические и трудовые отношения людей с ограниченными возможностями здоровья, несмотря на типы их нозологий.

Положение о том, что государство через образовательный стандарт индоктринирует идею о современном молодом поколении как цифровом может быть подкреплена анализом общепрофессиональной компетенции, которая в разных ФГОС ВО 3+ отличается индексом и не значительно в содержательной части, но уже упомянутым приказом №1456 была существенно скорректирована – нарратив был сориентирован на область профессиональной деятельности выпускника. Стандарт устанавливает норму, предписывает как обязательное условие успешности молодого человека на рынке труда и в экономических отношениях, способность использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности, понимая принципы их работы. Данный формализо-

ванный нарратив связан с федеральным проектом «Кадры для цифровой экономики» национального проекта «Цифровая экономика» на период с 2019 по 2024 годы.

Анализ компетенций ФГОС ВО 3++, их универсальный характер, показывает, что, во-первых, не смотря на область трудовой деятельности, к которой готовится выпускник конкретной программы, государство активно использует возможности нарративов в системе высшего образования для целенаправленных институциональных изменений в стране и преодоления накопившихся институциональных разрывов. Молодежь, как основная часть выпускников высшей школы в нашей стране ориентируют на модели экономического поведения и трудовой деятельности в краткосрочной перспективе понятные и легитимные для их сверстников, так как их логика экономического мышления и навыки экономических отношений, формируются в относительно гомогенной университетской среде. Это в перспективе должно повысить доверие между участниками экономических отношений и снизить общий уровень транзакционных издержек.

Во-вторых, опираясь на исследования Г. Хофстеде, можно уверенно говорить, что через нарративы образования у государства есть возможность целенаправленно влиять на социокультурный контекст, делая его инструментом развития общества. В частности, нарратив сетевого, командного взаимодействия в социальных и экономических практиках (УК-3) направлен на формирование бриджингового социального капитала, который может способствовать избеганию неопределенности и снижению дистанции власти. Этот вид социального капитала, А.А. Аузан, возможно является в текущих условиях самым ценным продуктом, который можно создавать в России [25, с. 178].

В-третьих, повествовательная структура стандартов в части универсального компонента согласуется с базовыми идеями теории лидерства о характере современного мира, как принципиально нестабильного (volatility), неопределенного (uncertainty), сложного (complexity) и неоднозначного (ambiguity). VUCA-мир индоктринирует установки на важность постоянного самообучения и самообразования, ввиду увеличения трудоспособного возраста и неизбежного реагирования на результаты инновационного развития общества. Это трансляция нарратива о приоритете «мягких компетенций» (soft skills) в период новой промышленной революции и технологических вызовов перед владением «твердых компетенций» (hard skills). Идеи об исключительном значении навыка командной работы и критического мышления, как конкурентного преимущества в ситуации, когда ускоряется не только характер производственного процесса, но и социальных, профессиональных связей. Эти и другие идеи, которые включает в себе концепция VUCA-мир, в полной мере разрываются в нарративах образовательных стандартов высшей школы. Особенно в компетенциях магистров, где индоктринируется нарратив о необходимости выработать стратегии действий проблемных ситуациях, как фактор успеха в профессиональной деятельности (УК-1).

В-четвертых, характер повествовательных структур стандартов говорит о стремлении государства получить выпускников способных к осуществлению в стране реальной траектории экономического развития в логике цифровой трансформации, основанной на рыночном и инновационном поведении акторов – молодого поколения.

Пятое положение вытекает из сопоставления универсальных компетенций ФГОС ВО 3++ с нарративом общекультурных требований ФГОС ВО предыдущего поколения – новые стандарты в большей степени концентрируются на идеях эффективности проектного подхода, командных (сетевых) форм организации труда и самозанятости, то есть практиках которые составляют основу организации субъектов информационно-коммуникативного бизнеса. Государство ожидает от системы образования, что результатом подготовки выпускника будет его естественная интеграция и в социальную, и в профессиональную цифровую среду.

Повествовательные структуры, формализованные в нормативные тексты, такие как ФГОС ВО, очевидно, что ориентированы в первую очередь на всех участников образовательного процесса, кроме обучающихся и родителей. Редко кто из абитуриентов интересуется простым набором дисциплин и практик, что предстоит освоить за годы обучения. Поэтому важную роль в индоктринации посредством нарративов описанных выше идей и установок, выполняют государственные структуры, реализующие молодежную политику, общественные организации и аффилированные с ними акторы, активно привлекаемые для работы в их проектах.

В рамках исследования мы проанализировали программы молодежных форумов с 2019 года: «Ростов», «СелиАс», «Молодежная команда страны», «Выше крыши», «Сибирь 2020», «Восток», «Ладога», «Утро», «Байкал», «Территория смыслов», «Бирюса», «iВолга», «Евразия Global», форум молодых семей и образовательный форум «Машук».

На этих площадках, как и в университетской среде, преобладают стратегические нарративы – повествовательные структуры ориентированы на пролонгированные практики в контексте их жизненного выбора.

Анализ нарративов генерируемых на мероприятиях, проводимых при участии государства, например, молодежном форуме «Территория смыслов», международный форум «Слет успешных предпринимателей», Всероссийский молодежный образовательный форум «Территория инициативной молодежи «Бирюса», преобладают повествования о важности вовлечения молодежи в бизнес, необходимости постоянно совершенствовать свои компетенции, подчеркивается важность диалога не только во внутрикорпоративном цеху предпринимателей, но и с государственными структурами, которые заинтере-

ресованы в стимулировании молодых людей к предпринимательству. Транслируется нарратив об исключительной важности различных социальных проектов во всех областях социальной сферы – социального предпринимательства. Со стороны приглашенных акторов, представителей бизнеса, генерируете нарратив о том, что предпринимательство — это важная предпосылка для развития демократических институтов и гражданского общества.

Идея о социальной ответственности, как неотъемлемой части любого бизнеса с первых шагов молодежного предпринимательства, говорит о просоциальной направленности нарратив акторов.

Ключевыми повествовательными структурами последних лет на этих площадках являются нарративы о том, что «Россия – страна возможностей» и развитие, самореализация молодежи не возможна без эффективной системы социальных лифтов, создаваемых государством и частным бизнесом.

Нарративы молодежных форумов полностью согласуются с содержанием идей ФГОС ВО 3++: речь и о важности обучения, стажировок – непрерывное обучение и самообразование через всю жизнь, коммуникации с коллегами из других сфер, обмен опытом и знаниями как факторе образовательном и профессиональном росте, внутренняя мотивация как ключевой фактор успеха.

В медийной повестке форумов присутствуют нарративы, направленные на развенчание устоявшихся стереотипов о той или иной профессии, которые существуют сегодня в общественном сознании. Например, форум «Алтай территория развития» продвигает нарратив, что сегодня аграрные профессии в стране являются высокотехнологичными, инновационными и востребованными сферами самореализации, с растущим спросом в будущем.

Общая коннотация нарративов молодежных форумов страны – поддержка со стороны общества и государства молодежных инициатив обретает все более разнообразные формы и становится все более доступной и понятной.

Нарративные ряды экономического и трудового поведения, адресованные российской молодежи, корректируются с учетом текущих геополитических факторов. На Международном молодежном экономическом форуме в рамках ПМЭФ в 2022 году повествовательная структура акцентирует внимание на точках роста и развития молодежного предпринимательства. «Сейчас за счёт освободившихся ниш на рынке, можно выйти совсем на другой уровень бизнес-сообщества. В экосистеме молодежного предпринимательства России есть тысячи успешных действующих кейсов, и это шанс для них обрести партнёров среди гостей международного форума, получить инвестиции или же сделать рекламу своему товару или услуге».

Направленность нарративов грантов и целевых программ, оператором которых являются государственные структуры в рамках молодежного форума транслируют следующие просоциальные нарративы: поддержка инициатив по временной и сезонной занятости, студенческие стажировки и практики, развитие студенческого социального предпринимательства, поддержка трудовых проектов студенческих отрядов, поддержка проектов по развитию инициатив самозанятых студентов.

Нарративы, сопровождающие продвижение грантов – молодые люди обладают достаточным потенциалом, чтобы внести вклад в экономическое развитие своего региона, в процессе которого государство является надёжным, доверительным партнером.

Заключение.

Анализ повествовательных структур, формализованных в нормативные тексты, показывает, что государство индоктринирует молодому поколению экономическое поведение соответствующее рыночным институтам и механизмам, с выраженными стратегиями на инновационную деятельность, которой предстоит состояться в цифровой среде. Нарративы направлены на укоренение идей о развитии предпринимательской инициативы, независимо от профессионализации выпускника, координации индивидуальной и социальной ответственности, важности поддержания и развития горизонтальных социальных связей.

Нарративы ФГОС ВО 3++ показывают, что государство рассматривает систему высшего образования в качестве одной из важнейших в процессе выращивания рыночно ориентированных социально-экономических институтов, которые должны отвечать требованиям цифровой материальной инфраструктуры и социальной среде. В повествовательных структурах стандартов записан запрос государства на подготовку выпускников, которые в своей профессиональной и социальной практике будут действовать, от постановки целей и принятия управленческих решений, до их реализации, в соответствии с консолидированными правилами, понятными и легитимными со стороны других участников рынка, также «выращенных» на универсальной компетентностной рамке.

Особое место в индоктринации смыслов занимает идея о самообразовании и образовании через всю жизнь. Нарративы государства показывают, что институциональная среда образования – первоначальная ступень в профессионализации молодых людей. Повествовательные структуры ориентируют выпускника на модель профессионального поведения в условиях укоренения цифровой среды, которая предполагает постоянное развитие его навыков и умений, конгруэнтным вызовам времени, через трудовую деятельность. Этот нарратив соответствует инновационной направленности государственных инициатив в сфере образования.

Если рассматривать нарративы экономического поведения молодежи в стратегиях выбора: предпринимательская деятельность или наемный труд, то молодежные форумы акцентируют большее

внимание на предпринимательских компетенциях, индоктринируя идею об исключительной их важности в вопросе хозяйственного развития страны и устойчивого положения регионов. Разница в том, что в случае, когда трансляции смыслов идут через медиакоммуникационные системы аффилированные с государством, то акцент в повествовательных структурах делается на важности координации государства и бизнеса, в логике которой формируется, одобряемая этими актора, стратегия действий и принятия управленческих решений. В случае, когда актер не аффилирован – преобладают нарративы об имманентных признаках предпринимательства – самостоятельность, инициатива и неограниченные возможности в росте дохода, в совокупности усиливающий ее конкурентный статус в сознании молодежи, перед наемным трудом, несмотря на все риски.

Индоктринация идей через нарративы в равной степени как формализованных в нормативных текстах, так и неформализованных историях акторов, совсем не означают их укоризненность и последующее проявление в реальных действиях реципиентов. Компетентностная рамка выпускника, как нарративная структура, удалена от реальной детерминации поведения выпускников. Это обусловлено влиянием объективных условий функционирования университетской среды, которая наделена полномочиями самостоятельно устанавливать индикаторы достижения компетенций (индивидуальное прочтение нарратива) и академической свободой выбора педагогических средств и технологий обучения, которые в разной степени способны операционализировать содержание повествовательных структур стандарта в устойчивые паттерны поведения. В свою очередь и сами будущие выпускники, интегрированные в разнообразие социальные связи, обладающие разным социальным и культурным капиталом и находящиеся под влиянием медиакоммуникационных систем, являются объектом воздействия нарратив, характер и содержание идей, заключенных в которые может противоречить ожидаемому со стороны государства идеальному экономическому и трудовому поведению

Литература

1. Брокмейер Й., Харре Р. Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы // Вопросы философии. – 2000. – №3. – С. 29-42.
2. Shiller R.J. Narrative Economics and Neuroeconomics // Finance: Theory and Practice. –2018. – Vol.22, iss.1. – P. 64-91. – DOI: [10.26794/2587-5671-2018-22-1-64-91](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2018-22-1-64-91)
3. Shiller R.J. Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events. – Princeton: Princeton University Press, 2019. – 378 p. – DOI: 10.1017/S1053837221000110
4. Akerlof G., Snower D. Bread and bullets // Journal of Economic Behavior & Organization. – 2016. – Vol. 126, iss. PB. – P. 58–71. – DOI : [10.1016/j.jebo.2015.10.021](https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.10.021)
5. Urhammer E., Røpke I. Macroeconomic narratives in a world of crises: An analysis of stories about solving the system crisis // Ecological Economics. – 2013. – Vol. 96. – P. 62-70. – DOI: 10.1016/j.ecolecon.2013.10.002
6. Leipold S., Weldner K., Hohl M. Do we need a 'circular society'? Competing narratives of the circular economy in the French food sector // Ecological Economics. – 2021. – Vol. 187. –107086. – DOI : [10.1016/j.ecolecon.2021.107086](https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107086)
7. Bertsch Ch., Hull Is., Zhang X. Narrative fragmentation and the business cycle // Economics Letters. – 2021. – Vol. 201. – 109783. – DOI : [10.1016/j.econlet.2021.109783](https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109783)
8. Liu S., Gaskell P., McGroarty Fr. Where and about what? Price relevant narratives depend on topic and media type // Economics Letters. – 2022. – Vol. 213. – 110363. – DOI : [10.1016/j.econlet.2022.110363](https://doi.org/10.1016/j.econlet.2022.110363)
9. Brown L.D., Call A.C., Clement M.B., Sharp N.Y. Managing the narrative: Investor relations officers and corporate disclosure // Journal of Accounting and Economics. – 2019. – Vol. 67, iss. 1. – P. 58-79. – DOI: [10.1016/j.jacceco.2018.08.014](https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2018.08.014)
10. Asay H.S., Libby R., Rennekamp K. Firm performance, reporting goals, and language choices in narrative disclosures // Journal of Accounting and Economics. – 2018. –Vol. 65, iss. 2-3. – P. 380-398. – DOI: [10.1016/j.jacceco.2018.02.002](https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2018.02.002)
11. Vossen A., Ihl Ch. More than words! How narrative anchoring and enrichment help to balance differentiation and conformity of entrepreneurial products // Journal of Business Venturing. – 2020. – Vol. 35, iss. 6. – 106050. – DOI: [10.1016/j.jbusvent.2020.106050](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106050)
12. Singh S., Corner P.D., Pavlovich K. Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization // Journal of Business Venturing. – 2015. – Vol. 30, iss. 1. – P.150-166. – DOI: [10.1016/j.jbusvent.2014.07.005](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.005)
13. Fisher G., Neubert E., Burnell D. Resourcefulness narratives: Transforming actions into stories to mobilize support // Journal of Business Venturing. – 2021. – Vol. 36, iss. 4. – 106122. – DOI: 10.1016/j.jbusvent.2021.106122
14. Andre P., Haaland I., Roth Ch., Wohlfart J. Narratives About the Macroeconomy. [ECONtribute Discussion Papers Series](https://repec.cepr.org/repec/cpr/ceprdp/DP17305.pdf). – 2022. – Vol. 127. – 104 p. – Available at: <https://repec.cepr.org/repec/cpr/ceprdp/DP17305.pdf> (accessed date: July 12, 2022)
15. Benabou R., Falk A., Tirole J. Narratives, Imperatives, and Moral Reasoning. Collaborative Research Center Transregio 224. – 2019. – 54 p. – Available at: <https://www.crctr224.de/en/research->

- output/discussion-papers/archive/2019/narratives-imperatives-and-moral-reasoning-roland-benabou-armin-falk-jean-tirole (accessed date: July 25, 2022)
16. Hillenbrand A., Verrin E. The asymmetric effect of narratives on prosocial behavior // *Games and Economic Behavior*. – 2022. – Vol.135. – P. 241-270. – DOI: [10.1016/j.geb.2022.06.008](https://doi.org/10.1016/j.geb.2022.06.008)
 17. Тамбовцев В. Л. Идеи, нарративы и изменения в экономике // *Terra Economicus*. – 2019. – № 1. – С. 24-40. – DOI: [10.23683/2073-6606-2019-17-1-24-40](https://doi.org/10.23683/2073-6606-2019-17-1-24-40)
 18. Вольчик В.В., Маслюкова Е.В. Нарративы, идеи и институт // *Terra Economicus*. – 2018. – №2. – С. 150-168.
 19. Вольчик В.В. Нарративы и понимание экономических институтов // *Terra Economicus*. – 2020. – №2. – С. 49-69. – DOI: [10.18522/2073-6606-2020-18-2-49-69](https://doi.org/10.18522/2073-6606-2020-18-2-49-69)
 20. Патрон П.А., Шмелева А.Ю. Роль нарративов в макроэкономической политике // *США & Канада: экономика – политика – культура*. – 2019. – № 9. – С. 63-78.
 21. Ермаков В.А., Бажданов Ю.В. Влияние средств массовой информации на формирование профессиональных иллюзий студентов // *Интерактивная наука*. – 2016. – № 9. – С. 56-59. – DOI [10.21661/r-114447](https://doi.org/10.21661/r-114447)
 22. Sutter M., Zoller C., Glätzle-Rützler D. Economic behavior of children and adolescents – A first survey of experimental economics results // *European Economic Review*. – 2019. – Vol.111. – P. 98-121. – DOI: [10.1016/j.eurocorev.2018.09.004](https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2018.09.004)
 23. Lekfuangfu W.N., Odermatt R. All I have to do is dream? The role of aspirations in intergenerational mobility and well-being. Discussion Paper Series, 2020. – 40 p. – Available at: https://www.cream-migration.org/publ_uploads/CDP_16_20.pdf (accessed date: July 27, 2022)
 24. Россуис Ю.Г. Эмилио Бетти: от истории права к общей теории интерпретации / Ю.Г.Бетти // *Философская мысль*. – 2020. – № 11.– С. 30–44.
 25. Аузан А. А. Социокультурная экономика: как культура влияет на экономику, а экономика – на культуру: курс лекций. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2021. – 200 с.

References in Cyrillics

1. Brockmeyer J., Harre R. Narratio: Problemata et promissiones alterutrus paradigma. *Quaestiones Philosophiae*, 2000, no. 3, pp. 29-42. (in Russian).
2. Shiller R.J. Narrative Economics and Neuroeconomics. *Finance: Theory and Practice*, 2018, Vol.22, iss.1, pp. 64-91. DOI: [10.26794/2587-5671-2018-22-1-64-91](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2018-22-1-64-91)
3. Shiller R.J. *Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events*. Princeton, Princeton University Press publ., 2019. 378 p. DOI :[10.1017/S1053837221000110](https://doi.org/10.1017/S1053837221000110)
4. Akerlof G., Snower D. Bread and bullets. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2016. Vol. 126, iss. PB. pp. 58–71. DOI : [10.1016/j.jebo.2015.10.021](https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.10.021)
5. Urhammer E., Røpke I. Macroeconomic narratives in a world of crises: An analysis of stories about solving the system crisis. *Ecological Economics*, 2013. Vol. 96. pp. 62-70. DOI: [10.1016/j.ecolecon.2013.10.002](https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2013.10.002)
6. Leipold S., Weldner K., Hohl M. Do we need a 'circular society'? Competing narratives of the circular economy in the French food sector. *Ecological Economics*. 2021. Vol. 187. 107086. DOI : [10.1016/j.ecolecon.2021.107086](https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107086)
7. Bertsch Ch., Hull Is., Zhang X. Narrative fragmentation and the business cycle. *Economics Letters*, 2021. Vol. 201. 109783. DOI : [10.1016/j.econlet.2021.109783](https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109783)
8. Liu S., Gaskell P., McGroarty Fr. Where and about what? Price relevant narratives depend on topic and media type. *Economics Letters*, 2022. Vol. 213. 110363. DOI : [10.1016/j.econlet.2022.110363](https://doi.org/10.1016/j.econlet.2022.110363)
9. Brown L.D., Call A.C., Clement M.B., Sharp N.Y. Managing the narrative: Investor relations officers and corporate disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 2019. Vol. 67, iss. 1, pp. 58-79. – DOI: [10.1016/j.jacceco.2018.08.014](https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2018.08.014)
10. Asay H.S., Libby R., Rennekamp K. Firm performance, reporting goals, and language choices in narrative disclosures. *Journal of Accounting and Economics*, 2018. Vol. 65, iss. 2-3, pp. 380-398. DOI: [10.1016/j.jacceco.2018.02.002](https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2018.02.002)
11. Vossen A., Ihl Ch. More than words! How narrative anchoring and enrichment help to balance differentiation and conformity of entrepreneurial products. *Journal of Business Venturing*, 2020. Vol. 35, iss. 6. 106050. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2020.106050](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106050)
12. Singh S., Corner P.D., Pavlovich K. Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization. *Journal of Business Venturing*, 2015. Vol. 30, iss. 1, pp.150-166. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2014.07.005](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.005)
13. Fisher G., Neubert E., Burnell D. Resourcefulness narratives: Transforming actions into stories to mobilize support. *Journal of Business Venturing*, 2021. Vol. 36, iss. 4. 106122. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2021.106122](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106122)
14. Andre P., Haaland I., Roth Ch., Wohlfart J. Narratives About the Macroeconomy. *ECONtribute Discussion Papers Series*, 2022. Vol. 127. 104 p., available at: <https://repec.cepr.org/repec/cpr/ceprdp/DP17305.pdf> (accessed date: July 12, 2022)

15. Benabou R., Falk A., Tirole J. Narratives, Imperatives, and Moral Reasoning. *Collaborative Research Center Transregio 224*, 2019. 54 p., available at: <https://www.crctr224.de/en/research-output/discussion-papers/archive/2019/narratives-imperatives-and-moral-reasoning-roland-benabou-armin-falk-jean-tirole> (accessed date: July 25, 2022)
16. Hillenbrand A., Verrin E. The asymmetric effect of narratives on prosocial behavior. *Games and Economic Behavior*, 2022. Vol.135, pp. 241-270. DOI: [10.1016/j.geb.2022.06.008](https://doi.org/10.1016/j.geb.2022.06.008)
17. Tambovtsev V.L. Ideae, narrationes et mutationes in economia. *Terra Economicus*, 2019, no. 1, pp. 24-40. DOI: 10.23683/2073-6606-2019-17-1-24-40. (in Russian).
18. Volchik V.V., Maslyukova E.V., Narrationes, notiones et instituta. *Terra Economicus*, 2018, no. 2, pp. 150-168. (in Russian).
19. Volchik V.V. Narrationes et intellectus institutionum oeconomicarum. *Terra Economicus*, 2020, no. 2, pp. 49-69. DOI: 10.18522/2073-6606-2020-18-2-49-69 (in Russian).
20. Patronus P.A., Shmeleva A.Yu. Partes narrationes in consilio oeconomico. *USA & Canada: Oeconomica – Politica – Cultura*, 2019, no. 9, pp. 63-78. (in Russian).
21. Ermakov V.A., Bazhdanov Yu.V. Influxus instrumentorum communicationis in formatione studentium fallaciarum professionalium. *Scientia Interactive*, 2016, no. 9, pp. 56-59. DOI 10.21661/r-114447
22. Sutter M., Zoller C., Glätzle-Rützler D. Economic behavior of children and adolescents – A first survey of experimental economics results. *European Economic Review*, 2019. Vol.111, pp. 98-121. DOI: [10.1016/j.euroecorev.2018.09.004](https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2018.09.004)
23. Lekfuangfu W.N., Odermatt R. All I have to do is dream? The role of aspirations in intergenerational mobility and well-being. *Discussion Paper Series*, 2020. 40 p. available at: https://www.cream-migration.org/publ_uploads/CDP_16_20.pdf (accessed date: July 27, 2022)
24. Rossius Yu.G. Emilio Betti: Historiae iuris generalis interpretandi theoria. *Philosophica Cogitatio*, 2020, no.11, pp. 30 – 44. (in Russian).
25. Auzan A. A. *Economica Socio-culturalis: quomodo cultura afficit oeconomiam et oeconomiam culturam: cursus lectionum*, Moscow, Facultas Oeconomicorum Universitatis Civitatis Moscuensis nuncupata ab M.V. Lomonosov publ., 2021, 200 p. (in Russian).

Сведения об авторах

Апенко Светлана Николаевна – д-р экон. наук, профессор,
заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга.
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)
Адрес для корреспонденции: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а
E-mail: apenkosn@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-7618-3961,
Scopus AuthorID: 57189324004
Web of Science ResearcherID: D-1661-2015
ПИНЦ AuthorID: 261581

Лукаш Александр Викторович – кандидат философских наук,
доцент кафедры связи с общественностью, сервис и туризм»
Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС).
Адрес для корреспонденции: Маркса пр., д. 35, г. Омск, 644046, Российская Федерация.
Тел.: +7 (3812) 31-18-33
E-mail: Lukashs2017@bk.ru
ORCID: 0000-0002-3468-141X
Web of Science ResearcherID: GLU-5137-2022
ПИНЦ AuthorID: 525231

About the authors

Svetlana N. Apenko – Doctor of Economic Sciences,
Professor, Head of the Department of Management
and Marketing.
Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)
Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia
E-mail: apenkosn@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-7618-3961
Scopus AuthorID: 57189324004
Web of Science ResearcherID: D-1661-2015
RSCI AuthorID: 261581

Lukash Alexander Viktorovich –
PhD, Associate professor of the Department «Public relations, service and tourism»
Omsk State Transport University (OSTU).

Postal address: 35, Marx st., Omsk, 644046, the Russian Federation.

Phone: +7 (3812) 31-18-33

E-mail: Lukashs2017@bk.ru

ORCID: 0000-0002-3468-141X

Web of Science ResearcherID: GLU-5137-2022

RSCI AuthorID: 525231

Ключевые слова

Нарратив, молодежь, цифровое поколение, индоктринация, экономическое поведение.

, **Svetlana Apenko, Alexander Lukash, Indoctrination of economic narratives for young people as a digital general society by federal statutory standards of higher education 3++**

Keywords

Narrative, youth, digital generation, indoctrination, economic behavior

DOI: 10.34706/DE-2023-01-09

JEL classification C02 – Математические методы; M15 Управление информационными технологиями.

Abstract

The article is based on the interpretation of universal competences of the federal educational standards of generation 3++ in the areas of bachelor, master and specialist degrees, which are considered by the authors as narratives formalized in normative texts, and the narrative structures of the key youth forums in Russia since 2019 are analyzed. The aim of the work is to establish, on the basis of interpretation of narratives indoctrinated by the state through the system of higher education, benchmarks of socio-economic behavior for young people, implemented both within their work activities and beyond the boundaries of the professional sphere. As a result, the following narratives were established: networking in social and economic practices; personal responsibility for the result; project thinking and organization in professional activities; continuous formal and informal education in professional activities; responsible financial and economic behavior; stigmatization of corrupt behavior and exclusive use of modern information technologies to solve problems of professional activities. The interpretation of narratives of educational standards and project sessions of youth activities has established that both formalized and non-formalized narrative structures are aimed at entrenching among young people ideas about the development of entrepreneurial initiative, regardless of professionalization of the graduate, the coordination of individual and social responsibility, the importance of maintaining and developing bridging social capital. The article shows that the state through the system of higher education and youth policy programs translates for modern students and graduates the narratives of economic and labor behavior focused on the trajectory of innovation and digital development, as well as, to remove the contradictions between prosocial and egocentric strategies of behavior.