

УДК 378.1:659.1(045)

*Т.А. Пичугина, С.А. Даньшина, Г.В. Мерзлякова, Е.И. Михалёва***ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ СЦЕНАРИИ СТУДЕНТОВ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ВУЗА:  
ОПЫТ НАРРАТИВНОГО АНАЛИЗА**

В статье представлены результаты исследования, направленного на выявление поведенческих сценариев студентов Института социальных коммуникаций в нарративе об Удмуртском государственном университете. Типология поведенческих сценариев строилась с помощью нарративного анализа с опорой на методологические основания, заложенные в работах Г. Розенталя. В работе рассматривались исследовательские возможности метода нарративного анализа в изучении больших социальных групп по заданной теме, определены параметры внешнего и внутреннего имиджа Удмуртского государственного университета и Института социальных коммуникаций, на основе нарративных эссе / индивидуальных биографий выявлены идеалтипические/поведенческие сценарии студентов как устойчивые, повторяющиеся в определенной последовательности способы категоризации представлений об имидже вуза в повседневности.

Выборку составили студенты (N=378, 25 % – мужчины) Института социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета (бакалавриат, очная форма обучения, 2–4 курсы) всех направлений обучения («Реклама и связи с общественностью», «Туризм», «Гостиничное дело», «Организация работы с молодежью», «Культурология»). Опыт нарративного анализа подтвердил справедливость представлений о том, что для проведения нарративно-аналитических исследований больших социальных групп необходимо осуществлять сбор данных с непосредственным обращением к носителям соответствующей групповой идентичности. На основе выявленных поведенческих сценариев студентов можно оценить имидж учебного учреждения с прогнозом его формирования.

*Ключевые слова:* нарративный подход, нарративный анализ, нарративная психология, нарратив, имидж вуза, идеалтипические/поведенческие сценарии.

DOI: 10.35634/2412-9550-2021-31-3-302-309

**Введение**

Интегрированность вузов в систему рыночных отношений породила жесткую конкуренцию, которая не всегда соответствует этическим нормам. Наиболее очевидными практиками нарушения этики и делового этикета являются социальные платформы, которые дискредитируют вузы, превращают наиболее значимые фигуры в вузах в мемы. Для студенческой аудитории, зачастую не обладающей критическим мышлением (способностью разделять добро и зло), такого рода информация становится основой для формирования негативного имиджа вуза. Собственное положительное восприятие имиджа вуза под воздействием такого рода источников информации постепенно трансформируется от нейтрального до негативного имиджа. У студентов постепенно формируется желание избежать причастности к тому, что имеет негативный образ в общественном сознании. Именно это обстоятельство актуализировало необходимость изучения общественного мнения студентов Института социальных коммуникаций (ИСК) Удмуртского государственного университета (УдГУ) в отношении имиджа вуза, которое было проведено в марте–мае 2020 года.

Организация и проведение исследования изначально предполагали 2 этапа: 1 этап – конструирование социального/качественного портрета студентов ИСК с выделением психологических типов (по отношению к имиджу вуза), 2 этап – выявление общей тенденции в количественных показателях, представляющей наибольшую выраженность определенного психологического типа. В рамках статьи предполагается рассмотрение только первого этапа исследования, проведенного с помощью нарративного анализа. Как следствие, исследовательские возможности нарративного анализа определяют объектно-предметную область публикации. Целью статьи является типологизация поведенческих сценариев студентов ИСК в отношении оценки имиджа УдГУ.

**Теоретические основы**

В своем современном виде нарративный анализ является методом многих гуманитарных и социальных наук. Как следствие, по своим параметрам и возможностям метод обрел статус междисци-

плинарного. Очевидно, что «привязка» метода исключительно к одной науке начинает вредить ему. Целесообразно в сложившейся реальности максимально использовать эвристические возможности всех наук, эмпирическая база которых предполагает использование нарративного анализа. В наиболее общем виде нарративный анализ определяется как исследовательский подход, в центре которого истории, рассказанные людьми (не удивительно, что именно историки стали первыми использовать метод нарративного анализа, но нарратив как сюжет впоследствии стали активно изучать преимущественно филологи). Нарратив не имеет объективной основы рассказа, а потому нарратив – это всегда субъективно регистрируемые факты, личностные смыслы. В итоге это связный рассказ, содержащий определенные события и факты. Возможно, именно это обстоятельство определило особое место психологии в развитии метода нарративного анализа, так как именно психология сосредотачивает внимание: на изучении истории жизни человека, его идентичности; на том, чтобы сделать видимым то, что уже сформировали сознание и идентичность.

Несмотря на то что интерес к рассказам о человеческой жизни и эмпирическая работа с материалами биографий имеют в психологии и социальной психологии довольно богатую историю, методологическое оформление нарративного анализа произошло сравнительно недавно. Обращаться к человеческим историям начал З. Фрейд, предполагая, что истории оставляют след переживаний в жизни человека [7]. Впоследствии такого рода подход получил поддержку со стороны К. Спенса, который утверждал, что жизненные истории не только отражают смысл событий, но и создают смыслы из хаоса переживаемого опыта [8]. По мнению исследователей, занимающихся данной проблемой, колоссальный вклад в работу с биографическим материалом внесли А. Адлер, К. Бюлер, Ш. Бюлер, Г. Оллпорт: А. Адлером были введены понятия жизненного стиля и жизненного сценария; К. Юнг свои труды посвятил изучению влияния архетипических сюжетов и образов на индивидуальные переживания и опыт; К. Бюлер использовал в качестве предпочитаемого метода исследования личности исследование жизненных историй; теория жизненного пути представлена в трудах Ш. Бюлера; Г. Оллпорт описывал нарративное исследование как способ изучения личных документов (письма, дневники, автобиографии и т. д.).

Исследования жизненного пути личности развивались в отечественной психологии в трудах Б.Г. Ананьева [1; 11; 12]. Достаточно детально историю развития биографического метода исследовала Н.А. Логинова [9]. Подобно большинству качественных методов, нарративный подход возник в последней четверти XX века. Современные исследователи, использующие данный подход, его методологическое оформление связывают с работами Т. Сарбина (утверждал, что нарратив – корневая метафора психологии), Дж. Брунера, Э. Мишлера, Д. Полкинхорна [2; 3; 10; 15]. Содержательной основой подхода является понятие «нарратив» (рассказ, повествование). Согласно нарративному подходу, человек воспринимает себя и окружающий мир в соответствии с нарративными структурами. Именно поэтому он вольно или невольно обращается к многообразным сюжетам, утвердившимся в культуре, к определенной логике повествования, пытаясь тем самым конструировать свою жизненную историю и идентичность. По утверждению Н.П. Бусыгиной, собственно нарративный поворот (сер. 1980-х – нач. 1990-х гг.) связан с выходом сборника статей под редакцией Т. Сарбина «Нарративная психология: Рассказанная история человеческого поведения», а также книги Дж. Брунера «Актуальные сознания, возможные миры» и «Действия смысла (Значение и операции с ним)», Э. Мишлера «Исследовательское интервью: Контекст и нарратив», Д. Полкинхорна «Нарративное познание и гуманитарные науки» [3]. Очень скоро нарративный поворот стал частью лингвистического поворота, вследствие чего в нарративной психологии стали обращать внимание на нарративные структуры (занормированные в культуре правила построения рассказов и повествований). В представлении сторонников нарративной психологии происходящие в мире события не имеют структуры нарратива. Придает им особый порядок человеческое сознание, посредством формирования осмысленных историй. Таким образом, нарратив становится не только базовой основой осмысления человеческой жизни, но и важным культурным механизмом конструирования реальности.

Теоретические и методологические положения нарративного подхода обусловили эмпирические психологические исследования личностной и социальной идентичности. Например, Д. Макадамс в своих исследованиях рассматривал в нарративных координатах идентичность как жизненную историю, в конструировании которой соединяются прошлое, настоящее и будущее человека, обеспечивая определенную степень единства и целенаправленности [3]. Нарративный подход становится востребованным

в клинических исследованиях; в консультативной психологии и психотерапии. Возникает новое направление – нарративная психотерапия (Уайт, Фридман, Комбс) [6].

Методики и процедуры, используемые в нарративных исследованиях, очень разнообразны. При этом Н.П. Бусыгина утверждает, что представители нарративной психологии прежде всего используют методы анализа повествования, разработанные в лингвистике, семиотике, литературоведении (например, методы В. Проппа, А.-Ж. Греймаса, Кл. Бремона, Ц. Тодорова, Р. Барта) [3]. По утверждению специалистов, в последнее десятилетие в нарративных исследованиях стали применяться техники, характерные для психоаналитической (психодинамической) традиции, а также подходы социальной критики. Многие современные исследования нарративных психологов содержат методологические и методические подходы герменевтической, структуралистской, психоаналитической и критической направленности. Особенно заметной стала попытка поиска формализованного анализа. Например, в исследованиях жизненных историй Д. Макадамса описаны кодировочные категории, использование которых дает возможность структурировать анализ и квантифицировать данные [3].

Для сбора данных в подавляющем большинстве применяется метод нарративного интервью, которое предоставляет свободу общения, инициированного интервьюером. По сути, это биографическое интервью, в котором можно фокусировать внимание на любом событии или аспектах жизни, к которым интервьюируемый имеет прямое отношение. Нарративные психологи рассматривают интервью в качестве события речи. По их утверждению, в процессе интервью продолжается действие смыслообразования, которое совершает каждый человек и в обычной жизни. Записанное на диктофон интервью расшифровывается дословно, но без использования специальной системы транскрибирования, допускается перевод устной речи в более правильную литературную форму. Обработка и анализ нарративных интервью обширны и разнообразны. Транскрипт каждого интервью, как правило, разбивается на тематические единицы – последовательности эпизодов, событий.

Таким образом, каждый эпизод в смысловом плане обретает определенный статус, становясь индикатором. Анализ транскрипта включает анализ содержания и формы рассказа. Отдельно можно анализировать фабулу (первичная последовательность событий) и сюжет (форма рассказа, в которую облекается последовательность событий). Используются при анализе и обработке нарративных интервью также техники кодирования и категоризации с последующим выделением основных тем. Обязательно реконструируется ядерный нарратив – главная смыслообразующая тема рассказа, связывающая воедино весь текст. Отдельно прорабатываются и другие (побочные, периферические, дополнительные) темы, которые выделяются/кодируются на основании текста. При этом форма представляется как наиболее значимая составляющая нарративного интервью. Важно также учитывать тип самого нарратива и особенности его движения, связность; характер движения нарратива (например, прогрессивный, регрессивный, стабильный, сочетающий различные элементы). Такого рода методические основания нарративного анализа позволяют внести определенные элементы новаторства в практику проведения нарративного анализа.

## Методы

Основной метод исследования – нарративный анализ «биографий студентов» с опорой на методологические основания, заложенные в работах Г. Розенталя. Проводился сплошной анализ повествовательных текстов – эссе на тему «Имидж моего вуза», проведенный по адаптированной методике «анализа категоризации», осуществлялась реконструкция идеалтипических/поведенческих сценариев. Основные системы классификаций были выстроены вокруг четырех кластеров категорий: внешний имидж УдГУ; внутренний имидж УдГУ; внешний имидж ИСК УдГУ; внутренний имидж ИСК УдГУ.

## Результаты и их обсуждение

В марте–мае 2020 года в Институте социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета был проведен нарративный анализ биографий студентов (с помощью нарративных эссе, которые в условиях пандемии стали более доступной формой получения первичной информации в режиме онлайн). Студентам было предложено написать эссе на тему «Имидж моего вуза».

Методологическим основанием нарративного анализа стали работы Г. Розенталя, представлявшего биографии как социальные конструируемые, содержащие как социальную реальность, так и пережи-

ваемый мир субъекта. По мнению автора, именно нарративный анализ дает возможность осуществить переход от автобиографического текста (lifestory) к реконструкции истории жизни (lifehistory) [8]. В представлениях Г. Розенталя, анализ общего биографического конструкта предполагает реконструкцию системы знаний нарратора, его интерпретации собственной жизни и распределения пережитых событий по тематическим полям. Тематическое поле определяется как сумма событий или ситуаций, представленных рассказчиком в отношении к определенной теме и образующих фон, на котором выделяется тема. Именно эти области реконструируются в ходе анализа тематического поля. Тематическое поле обычно устанавливается интервьюером [8].

Так, респондентам (студентам) было предложено в рамках нарративного эссе описать имидж УдГУ. Эссе предполагало включение следующих тем:

- внешний имидж УдГУ в общественном мнении студентов;
- внешний имидж УдГУ в представлениях информантов;
- внутренний имидж УдГУ в общественном мнении студентов;
- внутренний имидж УдГУ в представлении информантов;
- объективные факторы формирования общественного мнения студентов в отношении внутреннего имиджа УдГУ;
- субъективные факторы формирования общественного мнения студентов в отношении внутреннего имиджа УдГУ;
- фирменный стиль УдГУ;
- лояльность студентов в отношении УдГУ;
- внутренний имидж ИСК УдГУ;
- преподаватели ИСК УдГУ;
- студенты ИСК УдГУ.

Сплошной анализ текстов эссе, проведенный по адаптированной методике «анализа категоризации», показал, что информанты в свое эссе включали только те темы, в которых они ориентированы. Индивидуальные биографии, характеризующие представления студентов Института социальных коммуникаций об имидже Удмуртского государственного университета, позволили реконструировать два идеалтипических / поведенческих сценария (коммуникативный и инструментально-прагматический сценарии).

Идеалтипический/поведенческий сценарий – это устойчивые, повторяющиеся в определенной последовательности способы категоризации представлений об имидже вуза в повседневности. В идеальном виде в повседневности они не представлены (или представлены редко) и реконструируются исследователем как модели, в рамках которых оценка имиджа вуза обретает значение в персональных историях. Выделение идеальных типов позволяет затем рассмотреть более сложные системы категоризации, связанные с конструированием идентичности в конкретных биографиях. Идеалтипический/поведенческий сценарий включает в себя культурные сценарии (то, что в культуре считается имиджем вуза), индивидуальные сценарии (то, что индивиды считают имиджем вуза).

Посредством анализа «биографий студентов» в форме нарративных эссе осуществлялась реконструкция идеалтипических / поведенческих сценариев. Основные системы классификаций были выстроены вокруг четырех кластеров категорий: 1) внешний имидж УдГУ; 2) внутренний имидж УдГУ; 3) внешний имидж ИСК УдГУ; 4) внутренний имидж ИСК УдГУ. Данные кластеры являются пересекающимися.

В ходе нарративного анализа полученных результатов различия были выявлены в характере повествования и в описании. Эти различия легли в основу реконструкции двух сценариев. При этом оба идеалтипических / поведенческих сценария редко в полном объеме представлены в конкретной биографии. Как показывает сплошной анализ биографий, фреймы могут меняться в рассказах о студенческой жизни. Примером является обозначение студентами мотивов поступления в УдГУ: «желание продолжить образование, получить профессиональное образование, обучиться специальности»; возможность: «общения с интеллектуальными сверстниками»; «приятно провести время с интеллектуальными сверстниками», «отсрочки службы в армии», «отсрочки трудовой деятельности», «выбора брачного партнера из своей среды», «поступления на бюджет»; «интерес к знаниям». Очевидно, что мотивация студентов носит пограничный характер, включающий в себя черты и инструментально-прагматического, и коммуникативного сценария. При этом мотивация поступления в УдГУ по ком-

муникативному сценарию может иметь продолжение в биографии студентов по инструментально-прагматическому сценарию, и наоборот.

Собственно инструментально-прагматический и коммуникативный сценарии в наиболее общем виде, согласно нарративному анализу, выглядят следующим образом.

*Инструментально-прагматический сценарий.* Внешний имидж УдГУ, сформированный в общественном мнении студентов, студенты описывают преимущественно в контексте именно этого сценария. УдГУ – «узнаваемый вуз», «с высоким рейтингом», «с хорошей репутацией в общественном мнении», «имеющий собственный фирменный стиль», «проявляющий деловую активность в сфере учебной и внеучебной деятельности», «обеспечивающий доступность образования и возможности в выборе профессии»; «представляющий большие возможности для развития», «для получения высшего образования»; «технически оснащенный вуз».

Личностная оценка внешнего имиджа УдГУ со стороны студентов также в основном представляет инструментально-прагматический сценарий: «конкурентоспособный», «один из лучших вузов Удмуртской Республики», «реально высшее учебное заведение». Вписывается в инструментально-прагматический сценарий и описание внутреннего имиджа УдГУ, сформированного как в общественном мнении студентов, так и в личностных оценках. По мнению информантов, в общественном мнении студентов вуз имеет «узнаваемый внутренний имидж», «творческий, сплоченный коллектив, активно участвующий в общественной жизни», «преподаватели дают хорошие профессиональные знания».

На личностном уровне (в биографиях студентов) внутренний имидж УдГУ характеризуется следующим образом: «вуз соответствует требованиям студентов», «большие возможности для студента в повышении образования, для самореализации во внеучебное время», «креативные студенты», «теплый климат в коллективе, внутренняя сплоченность», «реальная возможность получения знаний», «профессиональные кадры профессорско-преподавательского состава», «УдГУ соответствует статусу университета».

По мнению студентов, в формировании внутреннего имиджа УдГУ объективно сыграли определяющую роль следующие внешние факторы: «отношение к высшему образованию, сформированное в сфере общественного мнения», «наличие разнонаправленных специальностей, максимально удовлетворяющих потребности абитуриентов», «уровень финансовой доступности образования в УдГУ», «место УдГУ в рейтинге российских университетов», «возможности трудоустройства после получения высшего образования», «история формирования и становления УдГУ», «история формирования и становления факультетов/институтов УдГУ».

Субъективно, по мнению студентов, в формировании внутреннего имиджа УдГУ сыграли определяющую роль следующие внутренние факторы: «отношение студентов к образовательному процессу, сформированное в процессе обучения в школе», «отношение студентов к высшему образованию как к стадии профессионального роста», «оценка качества преподавания в УдГУ со стороны студентов», «уровень толерантности преподавателей и студентов в сфере межличностных отношений», «оценка качества подготовки специалистов в УдГУ со стороны студентов», «место высшего образования в системе ценностей студентов», «уровень толерантности студентов в сфере межличностных отношений», «место высшего образования в системе ценностей родительской семьи студентов», «критерии оценки качества подготовки студентов к занятиям, к зачетам и экзаменам со стороны преподавателей». Студенты хорошо осведомлены о слогане, логотипе УдГУ, т. е. имеют представление о фирменном стиле университета. По окончании университета в сфере теоретического знания студенты ИСК хотели бы «свободно владеть теорией», «уметь использовать теорию на практике», «иметь глубинные, актуальные теоретические знания», «знать представителей различных направлений в области теории», «уметь самостоятельно проводить теоретические исследования». В сфере практического знания, уже на стадии вузовской подготовки, студенты ИСК хотели бы: «проходить производственные практики, расширяющие представление о видах деятельности по избранной специальности»; участвовать в практических/семинарских занятиях, «позволяющих отрабатывать навыки работы по специальности», «ориентирующих на получение дохода в сфере избранной специальности»; «ориентирующих на практику организации и проведения социологических и маркетинговых исследований»; «иметь доступ к обучению и работе с компьютерными программами по специальности», «овладевать современными компьютерными технологиями».

Лояльность студентов в отношении УдГУ регистрируется в тех биографиях студентов, в которых они сообщают, что рекомендуют своим сверстникам поступление в УдГУ. Основные аргументы, представленные в текстах эссе, следующие: «доброжелательные преподаватели, хороший преподавательский состав», «интересная внеучебная жизнь», «недорого, доступно», «в своем городе», «недалеко от дома / соседние города, села», «новые знакомства, друзья», «хорошая теоретическая база», «возможность получить высшее образование», «большое количество специальностей», «по рейтингу первый вуз в УР», «стипендия», «возможность путешествовать», «вуз расположен в центре города», «интересные практики, форумы».

*Коммуникативный сценарий.* Свою причастность к университету студенты ИСК ощущают в большей степени в своем институте в системе повседневных коммуникаций. В представлениях студентов ИСК, наибольшей ценностью обладают следующие черты внутреннего имиджа Института социальных коммуникаций УдГУ: «есть возможность реализовать себя, творческий институт, развитая внеучебная деятельность», «активный, сплоченный, дружный коллектив»; «все спокойные, лояльные, доброжелательные», «коммуникабельные, общительные»; «толерантные преподаватели, утвердилось взаимоуважение и понимание», «присутствует фирменный стиль», «лучший, отличный институт».

Студенты ИСК УдГУ преимущественно положительно характеризуют преподавателей своего института: «спокойные, лояльные, доброжелательные», «идут навстречу, готовы помогать, отзывчивые», «высококвалифицированные профессионалы», «компетентные», «интересно преподают», «требовательные», «коммуникабельные», «открытые», «справедливые», «прививают интерес к своему предмету», «энтузиасты, творческие личности». Основанием/критерием оценки преподавателей для большинства студентов являются: подготовленность преподавателей «в сфере теоретического знания», «в сфере практического знания», «в сфере использования теоретических и прикладных методов исследования», «в использовании новых технологий и программ на электронных носителях»; «способы передачи актуального знания», «методика преподавания», «толерантность/уважение к студентам», «демократичность преподавателей», «этичность преподавателей», «гуманизм», «обоснованность критериев оценки знаний студентов». Преимущественно положительно характеризуются и студенты своего института: «открытые, дружелюбные, общительные», «креативные, с большим потенциалом», «активные, инициативные», «нормальные, адекватные», «хорошие», «воспитанные», «понимающие», «прилежно учатся, добросовестные».

## Заключение

Анализ и обработка нарративных эссе студентов выявили наибольшую распространенность инструментально-прагматического поведенческого сценария. Коммуникативный сценарий представлен меньше. То есть большое число студентов прагматично ориентировано на получение высшего профессионального образования с высокими качественными характеристиками в УдГУ, имиджу которого они доверяют, всецело принимая его. При этом совершенно очевидно, что идеальная стратегия в принятии имиджа Удмуртского государственного университета со стороны студентов вуза предполагает сочетание инструментально-прагматического и коммуникативного сценариев, способствующих достижению максимальной социальной комфортности как студентов, так и преподавателей.

В целом в наиболее обобщенном виде результаты нарративного анализа биографий студентов выглядят следующим образом: внешний имидж УдГУ характеризуется студентами преимущественно в границах инструментально-прагматического сценария; внутренний имидж УдГУ – в границах коммуникативного сценария. Между тем обращает на себя внимание тот факт, что даже на фрагментарном уровне в биографиях студентов отсутствуют как романтический, так и гедонистический сценарии в отношении имиджа вуза, свидетельствующие о высокой степени личностной привязанности к УдГУ как альма-матер. Очевидно, что это те составляющие успеха университета, на которые следует обратить внимание, так как в условиях личностной привязанности любая компрометирующая информация из любого источника потеряет свой смысл и значение.

Итак, опыт нарративного анализа подтвердил справедливость представлений о том, что для проведения нарративно-аналитических исследований больших социальных групп необходимо осуществлять сбор данных с непосредственным обращением к носителям соответствующей групповой идентичности. На основе выявленных поведенческих сценариев студентов Удмуртского государственного университета оценен имидж учебного учреждения с прогнозом его формирования.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абросимова Е.А. Влияние социально-психологических характеристик личности на автобиографическую ретроспективу: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2012. 30 с.
2. Брунер Дж. Жизнь как нарратив // Постнеклассическая психология. 2005. № 1. С. 9–30.
3. Бусыгина Н.П. Современные подходы к анализу дискурса, разговора и повествования и их значение для исследований в области психотерапии // Психология в ВУЗе. 2014. № 4. С. 43–73.
4. Володарская Е.А. Социально-психологическая концепция имиджа науки в обществе: дис. ... докт. психол. наук. М., 2009. 546 с.
5. Елинова С.В. Социально-психологическая модель формирования внешнего имиджа высшего учебного заведения: дис. ... канд. психол. наук. М., 2010. 145 с.
6. Жорняк Е.С. Нарративная психотерапия // Журнал практической психологии и психоанализа. М., 2005. № 4.
7. Клементьева М.В. Биографическая рефлексия во взрослом возрасте: содержание, функции, генез: автореф. дис. ... докт. психол. наук. СПб., 2018. 44 с.
8. Кондаков И.М. Психология. Иллюстрированный словарь. СПб.–М.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 508 с.
9. Логинова Н.А. Психобиографический метод исследования и коррекции личности: учебное пособие. Алматы: Казак университет, 2001. 172 с.
10. Мельникова О.Т., Кричевец А.Н., Хорошилов Д.А. Историко-эпистемологический контекст развития качественных исследований в психологии. Часть 2 // Психологические исследования. 2014. Т. 7, № 33.
11. Неофрейдизм: понятие, история возникновения и развития // Все о психологии: Электронный ресурс. URL: <http://www.edu-psycho.ru/neofreydizm-ponyatie-istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya.html>; <https://psychosearch.ru/journal/faq/dictionary/634-neofreidism>
12. Оллпорт Г. Личность в психологии (пер. с англ. И.Ю. Авидон). М.: КСП+; СПб.: Ювента, 1998. 345 с.
13. Перельгина Е.Б. Имидж как феномен интерсубъектного взаимодействия: содержание и пути развития: дис. ... докт. психол. наук. М., 2003. 697 с.
14. Сарбин Т.Р. Нарратив как базовая метафора для психологии // Постнеклассическая психология. 2004. № 1. С. 6–28.
15. Труфанова Е.О. Субъект и познание в мире социальных конструкций: автореф. дис. ... докт. филос. наук. М., 2017. 44 с.

Поступила в редакцию 01.07.2021

Пичугина Татьяна Августовна, кандидат социологических наук, доцент,  
доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций  
E-mail: [tatjanap14ugina@yandex.ru](mailto:tatjanap14ugina@yandex.ru)

Даньшина Светлана Анатольевна, кандидат исторических наук, доцент,  
заведующая кафедрой истории, теории и практики социальных коммуникаций  
E-mail: [delo.18@mail.ru](mailto:delo.18@mail.ru)

Мерзлякова Галина Витальевна, доктор исторических наук, профессор, ректор  
E-mail: [inter@uni.udm.ru](mailto:inter@uni.udm.ru)

Михалёва Елена Ивановна, кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций  
E-mail: [mihlen75@mail.ru](mailto:mihlen75@mail.ru)

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»  
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1

*T.A. Pichugina, S.A. Dan'shina, G.V. Merzlyakova, E.I. Mikhaleva*

**BEHAVIORAL SCENARIOS OF STUDENTS IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE UNIVERSITY: EXPERIENCE OF NARRATIVE ANALYSIS**

DOI: 10.35634/2412-9550-2021-31-3-302-309

The article presents the results of a study aimed at identifying behavioral scenarios of students of the Institute of Social Communications in the narrative about the Udmurt State University. The typology of behavioral scenarios was built using narrative analysis based on the methodological foundations laid down in the works of G. Rosenthal. The research possibilities of the method of narrative analysis in the study of large social groups on a given topic were considered, the

parameters of the external and internal image of the Udmurt State University and the Institute of Social Communications were determined, on the basis of narrative essays / individual biographies, idealtypical / behavioral scenarios of students were identified as stable, repeating in a certain sequence ways of categorizing ideas about the image of the university in everyday life.

The sample consisted of students (N=378, 25 % – men) Institute of Social Communications of the Udmurt State University (bachelor's degree, full-time education, 2–4 courses) in all areas of study (Advertising and public relations, Tourism, Hotel business, Organization of work with youth, Cultural Studies). The experience of narrative analysis has confirmed the validity of the ideas that in order to conduct narrative and analytical studies of large social groups, it is necessary to collect data with direct reference to the carriers of the corresponding group identity. Based on the identified behavioral scenarios of students, it is possible to assess the image of an educational institution with a forecast of its formation.

*Keywords:* narrative approach, narrative analysis, narrative psychology, narrative, image of the university, idealtypical/behavioral scenarios.

Received 01.07.2021

Pichugina T.A., Candidate of Sociology, Associate Professor at Department of History,  
Theory and Practice of Social Communications

E-mail: tatjanapi4ugina@yandex.ru

Dan'shina S.A., Candidate of History, Associate Professor at Department of History,  
Theory and Practice of Social Communications

E-mail: delo.18@mail.ru

Merzlyakova G.V., Doctor of History, Professor, Rector

E-mail: inter@uni.udm.ru

Mikhaleva E.I., Candidate of Pedagogics, Associate Professor at Department of History,  
Theory and Practice of Social Communications

E-mail: mihlen75@mail.ru

Udmurt State University

Universitetskaya st., 1, Izhevsk, Russia, 426034