Научная статья

УДК УДК 159.99

https://doi.org/10.21702/ncpb.2023.1.4

Мотивация студентов-психологов: роль контента масс медиа-психологов в ее формировании

Нина В. Смирнова[1*]

[1] Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация

* Почта ответственного автора: nismirnova@sfedu.ru

Аннотация

Введение. Данная статья посвящена исследованию влияния контента медиа-психологов на академическую мотивацию студентов-психологов. Исследование заполнит пробел в существующих научных знаниях, поскольку в данный момент мало известно об отношении студентов-психологов к просмотру психологического контента и о связи этого отношения с мотивацией. Методы. Выборка исследования составила 67 человек, из которых: 92,5% составили девушки, а 7,5% – мужчины. Применялись такие методики, как ШАМ (Шкала академической мотивации), САМОАЛ и авторская анкета-опросник. Результаты. Исследование показало высокую вовлеченность студентов-психологов в деятельность масс медиа-психологов. Большая часть из учащихся обозначает важность такого контента для развития критического мышления и профессиональных навыков в целом. Так же, было выявлено, что студенты часто обращающиеся к контенту масс медиа-психологов имеют более высокий уровень познавательной мотивации и креативности, по сравнению с теми, кто не интересуется таким контентом. Обсуждение результатов. Полученные согласуются с исследованиями авторов, которые изучали особенности мотивации студентов-психологов и влияние медиа-контента на ее развитие. Исследование показало, что положительное влияние масс медиа-психологов на мотивацию студентов психологов действительно присутствует.

Ключевые слова

Мотивация, студенты-психологи, масс медиа-психологи, мотивация студентов, медиа-контент

CC BY 4.0

Для цитирования

Смирнова Н.В. (2023). Мотивация студентов-психологов: роль контента масс медиа-психологов в ее формировании. Северо-Кавказский психологический вестник, 21(1), 39–48. https://doi.org/10.21702/ncpb.2023.1.4

Motivation of psychology students: the role of the accumulation of media psychologists in its fruits

Nina V. Smirnova[1*]

[1] Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation

* E-mail: nismirnova@sfedu.ru

Abstract

Introduction. This article is devoted to the study of the accumulation of media psychologists on the academic motivation of psychology students. The study will fill a gap in scientific knowledge as little is currently known about psychology students' attitudes toward viewing psychological content and the relationship with motivational relationships. Methods. The study sample evaluated 67 people, of which: 92.5% were girls, and 7.5% were men. Methods such as SAM (Scale of Academic Motivation), SAMOAL and the author's questionnaire were used. Results. The study showed the high performance of psychology students in the activities of mass media psychologists. A large part of the student is of great importance for the development of critical thinking and professional skills in general. It was also found that students who often turn to the content of mass media psychologists have a higher level of cognitive motivation and creativity, compared to topics who are not interested in such content. Discussion. The results are consistent with the studies of the authors, who reject the peculiarities of the motivation of psychology students and the influence of media content on its development. The study showed that the positive influence of mass media psychologists on the motivation of psychology students does take place.

Keywords

Motivation, psychology students, mass media psychologists, student motivation, media content

CC BY 4.0

For citation

Smirnova N.V. (2023). Motivation of psychology students: the role of the accumulation of media psychologists in its fruits. North-Caucasian Psychological Bulletin, 21(1), 39–48. (in Russ.). https://doi.org/10.21702/ncpb.2023.1.4

Введение

Основная задача студентов – обучаться. Для достижения высоких результатов необходимо держать свою мотивацию на должном уровне.

В научной и методической литературе психолого-педагогического содержания отмечается большое внимание ученых проблеме изучения мотивации учения студентов (Е. Л. Афанасенкова (2011), И. Л. Васильева (2004), И. С. Василенко (2003), С. В. Дроздов (2000), Т. Г. Кравцова (2003) и др.). Однако, несмотря на кажущуюся разработанность данной проблемы остаются актуальными вопросы повышения мотивации студентов.

Исследованием мотивации в психологии так же занимались такие выдающиеся исследователи, как Х. Хеккаузен, В. Г. Асеев, А. Н. Леонтьев, П. М. Якобсон, А. К. Маркова, Ю. Б. Орлов и др.

Исходя из современных определений категории «мотивация» (В. К. Вилюнас, В. И. Ковалева, Е. С. Кузьмина, Б. Ф. Ломова, К. К. Платонова и др.) под мотивационной сферой личности понимается совокупность стойких мотивов, которая имеет определенную иерархию и выражает направленность личности.

Е. Смирнова (2009) пишет, что развитие профессиональной мотивации является равноценной с другими задачей в процессе становления специалиста в вузе.

Детальный и глубокий анализ научных исследований по данному вопросу представлен в учебном пособии Н. А. Бакшаевой и А. А. Вербицкого (2006) «Психология мотивации студентов». Авторами выделены мотивы учебной, познавательной и профессиональной деятельности субъекта, рассмотрен процесс трансформации учебной мотивации в профессиональную в процессе обучения в вузе.

Развитие профессиональной мотивации студентов является ключевым элементом перехода от учения к труду в контекстном обучении. При этом важно отметить, что профессиональная мотивация включает в себя не только интерес к профессиональной деятельности и стремление к ее теоретическому осмыслению. Она также предполагает стремление к самосовершенствованию и развитию профессионально важных качеств, ответственность за результаты работы, потребность в профессиональном общении и сотрудничестве и другие мотивы.

А. Р. Акимова (2010) отмечает, что уже у студентов 1-го курса отмечается стремление к общественно значимым целям. На старших курсах появляются личностные смыслы деятельности.

Важно понимать и поддерживать мотивацию студентов с момента поступления до того момента, как они станут действующими специалистами.

При этом некоторые из студентов имеют высокий уровень академической мотивации, и в таком случае необходимо ее укреплять и поддерживать. Однако есть и такие студенты, мотивация которых находится на достаточно низком уровне, ими не вполне ясно осознаются цели обучения, или же они руководствуются в основном внешними мотивами.

CC BY 4.0

Согласно исследованиям Э.М. Пицхелаури и Б. М. Куршиева (2016), студенты на более продвинутых курсах образования начинают осознавать свои способности и проявляют более высокий уровень мотивации к изучению своей будущей профессии. Поэтому необходимо стремиться к совместному усвоению знаний о профессиональной деятельности и поддержке мотивации к ее освоению.

Таким образом, можно выделить две группы студентов, у которых разный уровень профессиональной мотивации. У некоторых студентов ее развитие уже находится на высоком уровне, но необходимо дальнейшее развитие и укрепление, в то время как другие студенты нуждаются в начальном формировании мотивации, опираясь на их потребности в личностном саморазвитии.

Л. И. Селиванова (2008) в своей статье осветила интересные аспекты мотивации студентов. Она отмечает, что в нашей нынешней системе профессионального образования учащимся навязываются готовые цели, лишь цепляющиеся за стандартное, тесно узаконенное содержание образования, что не оставляет никакого пространства для самовыражения. Кроме того, учебный процесс жестко организован и контролируется, что не способствует интересу студентов к занятиям.

Сегодня с развитием социальных сетей и различных приложений появляется возможность трансляции психологического знания практикующими психологами. Таких психологов, ведущих свои блоги на различных платформах, называют масс-медиа психологами (Ковалев, 2015).

Методы

В результате сбора эмпирических данных были опрошены студенты-психологи разных направлений обучения, а именно 67 человек, из которых: 92,5% составили девушки, а 7,5% – мужчины. Преобладающий курс 1 (из него опрос прошли 37 человек, что составляет 55,2% от числа всех анкетируемых). Акцент был сделан на студентах младших курсов из теории об их большей вовлеченности в интернет-пространство.

Из выборки 82,1% поступили в ВУЗ после школы, 16,4% – после колледжа, для оставшихся это второе образование.

Для сбора данных в исследовании мы использовали Google forms. Сбор данных проводился в течение длительного периода времени, с 21.11.2021. по 6.03.2022, что позволило нам привлечь большое количество респондентов.

В исследовании мы использовали три различные методики. Первой была методика ШАМ (шкала академической мотивации), которая предназначена для измерения выраженности и типа мотивации к учебной деятельности. Она была разработана Т. О. Гордеевой, О. А. Сычевым и Е. Н. Осиным в 2014 году на основе Шкалы академической мотивации Валлеранда (Гордеев, Сычев и Осин, 2014).

Второй методикой, которую мы использовали, была методика САМОАЛ. Она предназначена для обследования взрослых (старше 15–17 лет), психически здоровых людей (имеется в виду отсутствие выраженной психопатологии).

Третьей методикой был авторский опросник, разработанный нами. Он был предназначен для выявления степени влияния на академическую мотивацию студентов-психологов масс медиа-психологов. Методика состоит из 15 закрытых вопросов, в которых предлагается оценить от 1 до 10 насколько высказывание полно отражается в системе ценностей студента.

Таким образом, использование различных методик позволило нам получить подробную информацию об академической мотивации студентов и проанализиро-

CC BY 4.0

вать ее в контексте различных факторов, таких как психическое здоровье и влияние масс медиа-психологов на мотивацию.

Достоверность полученных исследовательских данных подтверждается достаточным объемом эмпирической выборки и использованием методов математической статистики. В частности, был применен корреляционный анализ с применением коэффициента Спирмена, что позволило выявить вероятностную связь между показателями. Для обработки данных использовалась программа SPSS.

Результаты

Анализ авторской анкеты-опросника

На вопрос о том, как часто обучающиеся обращаются к блогам интернет психологов (YouTube каналы, блоги в том числе видео и тестовые статьи) источникам был получен ответ: 21,3% обращаются каждый день, 32,8% обращаются 2–3 раза в неделю. Эти 2 показателя составляют достаточно большое значение, даже несмотря на то, что остальной процент прибегает к поиску информации реже.

Результаты авторской методики выявили, что по статистике, 85,1% опрошенных студентов признали, что психологические медиа-материалы имеют значительное влияние на их жизнь.

На вопрос о том, обращаются ли студенты к дополнительным источникам информации, не связанным с учебной программой по их специальности, 92,4% ответили утвердительно. Это говорит о том, что студенты активно ищут и получают дополнительные знания и информацию о своей специальности из-за интереса к теме и желания расширить свои знания.

Результаты также показали, что многие студенты (86,9%) вдохновляются работой масс-медиа психологов, и их деятельность показывает студентам возможные пути развития в выбранной ими специальности. Наблюдение за известными психологами помогает большинству студентов (86,8%) понять, как применять полученные знания на практике во время обучения. Эти результаты подтверждают эффективность методики и ее положительное влияние на студентов.

Чтение специализированного контента и наблюдение за медиа-психологами играют ключевую роль в формировании себя как психолога, особенно у студентов, что подтверждается 66,6% опрошенных. Интерес студентов к подобному формату обусловлен возможностью активной вовлеченности в профессиональную деятельность через практические задания и тренинги, что недоступно в традиционных лекционных форматах.

Опрос также показал, что наблюдение за медиа-психологами способствует мотивации и поддерживает желание студентов стать специалистами в выбранной области (83,9% опрошенных). Вероятно, это связано с тем, что такой контент расширяет понимание студентов о работе и деятельности психолога как специалиста, по мнению 86,8% опрошенных студентов.

Иными словами, наличие успешных профессионалов, которые производят авторские информационные продукты, может увеличить уверенность студентов в их будущем успехе как специалистов. Этот факт был подтвержден через авторскую методику, в которой студентам предлагалось оценить влияние известных психологов, публикующих свои материалы в социальных сетях, на их уверенность в будущей работе. Результаты показали, что 77% студентов оценили это влияние на высоком уровне (от 7 до 10 баллов), что свидетельствует о значительной уверенности в своей востребованности.

CC BY 4.0

Вопрос 11 был посвящен развитию навыков самопрезентации у студентов, так как они часто выступают с докладами на занятиях. Исследование также показало, что медиа-психологи могут воздействовать на желание и мотивацию студентов в развитии этого навыка. 87,7% студентов оценили данное влияние высоко (от 7 до 10 баллов), что подтверждает, что использование видеоматериалов и мотивационных текстов может стимулировать студентов к развитию своих навыков презентации на высоком уровне.

Исследование подтвердило гипотезу о том, что медиа-психологи в настоящее время являются важным источником вдохновения и ориентиром для развития будущих специалистов. Большинство опрошенных студентов отметили, что они видят интернет-психологов как полезных руководителей в своем профессиональном росте.

Кроме того, студенты также признали полезность блогов интернет-психологов, особенно для начинающих психологов-специалистов. 78,6% опрошенных оценили высокую полезность блогов психологов, ведущих свои аккаунты в социальных сетях, как в целом, так и для себя лично. Это говорит о том, что блоги медиа-психологов играют значимую роль в профессиональном росте и развитии начинающих психологов.

В рамках проведенного исследования были проанализированы данные авторской анкеты опросника, которые позволили выявить специфику потребления психологической информации опрошенными студентами-психологами. Из 67 опрошенных 85,1% обращаются к психологам, транслирующих свои навыки и информацию в социальных сетях и YouTube, что может свидетельствовать о высокой потребности студентов-психологов в дополнительной информации, которая помогает им развиваться как профессионалам.

Также было выявлено, что большая часть респондентов (54,1%) обратились к блогам интернет-психологов хотя бы раз в неделю, при этом каждый пятый опрошенный обращается к подобной информации ежедневно.

Данные диагностических методик показали, что студенты-психологи имеют высокую академическую мотивацию и стремятся к профессиональному росту. В первую очередь, эти мотивы связаны с потребностью в самоактуализации. Студенты также проявляют интерес к расширению своих знаний и кругозора.

Студенты отметили, что действительно видят в масс-медиа психологах некий ориентир в русле профессионального развития.

79,1% студентов отметили высокие значения от 7 до 10 в вопросе важности развития критического мышления.

Вопреки распространенным сомнениям относительно актуальности и научной обоснованности информации, предоставляемой медиа-психологами, результаты опроса показали, что 81,9% участников высоко оценили полезность полученной информации на шкале от 7 до 10, об этом свидетельствуют данные из вопроса 15. Эти результаты свидетельствуют о том, что информация, полученная от медиа-психологов, не только применима в повседневной жизни, но также является полезной в профессиональной среде.

Это открытие указывает на значимость и релевантность информации, предоставляемой медиа-психологами, и подчеркивает ее потенциальную ценность для студентов-психологов в их профессиональном развитии.

CC BY 4.0

Результаты корреляционного анализа

Результаты статистического анализа с использованием критерия U Манна-Уитни показали, что между группами студентов, которые активно наблюдают за медиа-психологами и тех, кто не интересуется блогами интернет-психологов, имеются статистически значимые различия по двум шкалам методики САМОАЛ и ШАМ: креативности (p=0.031) и познавательной мотивации (p=0.002).

Это означает, что студенты, которые часто интересуются контентом медиа-психологов, имеют более высокие показатели по шкалам креативности и познавательной мотивации, чем студенты, которые реже обращаются к контенту интернет-психологов.

Эти результаты могут указывать на то, что контент медиа-психологов может иметь положительное влияние на академическую мотивацию и профессиональное развитие студентов-психологов. Однако, следует учитывать, что это лишь одно исследование и для получения общей картины необходимо провести дополнительные исследования.

Дополнительное исследование позволило выявить список актуальных психологов, к которым обращаются современные студенты-психологи.

Таблица 1.

Наиболее популярные масс медиа-психологи среди опрошенных студентов-психологов.

Имя	Рейтинг/% упоминаний	Специализация
Вероника Степанова (43 года)	1 (38% голосов)	Психолог/Психотерапевт
Лина Дианова (33 года)	2 (25% голосов)	Клинический-психолог
Евгения Стрелецкая	3 (20% голосов)	Психолог-терапевт
Михаил Лабковский (60 лет)	4 (17% голосов)	Шоу-мен, психолог-консультант

Обсуждение результатов

Масс-медиа психологи, как мы обнаружили в нашем исследовании, имеют положительное влияние на профессиональную мотивацию студентов психологов.

Во-первых, они могут стать вдохновением для студентов, показав, какими навыками и знаниями нужно обладать для достижения успехов в данной области.

Во-вторых, медиа-психологи могут стать учителями и менторами для студентов, которые ищут советов и наставлений от профессионалов. После просмотра телефильма, интервью, или прочтения статьи, студенты могут получить новые идеи, которые могут быть применены в их будущей работе.

В-третьих, медиа-психологи могут помочь студентам-психологам увидеть, как их будущая профессия может быть применена в разных областях, с разными клиентами и как современные технологии могут сделать работу психологов более эффективной.

CC BY 4.0

Медиа-психологи играют значительную роль в помощи студентам-психологам в понимании влияния современных медиа на мировоззрение клиентов, а также в осознании потенциала использования медиа-технологий в психологической работе. Эти результаты соотносятся с позицией, выраженной в статье B. L. McGough & D. Salomon, где подчеркивается важность медиа-технологий и их растущая значимость среди студентов вузов. (McGough, Salomon, 2014).

Авторы подчеркивают, что студенты высших учебных заведений все больше признают важность и роль медиа-технологий в современном обществе. Это сходится с выводами исследования, которое показывает, что студенты-психологи также признают полезность и актуальность медиа-психологии в своей профессиональной деятельности.

Таким образом, медиа-психологи могут стать важным источником мотивации и вдохновения для студентов психологов, помочь им не только получить знания, но и научиться применять их в практике.

Это согласовывается с работой Hancock, J. T., Liu, S. X., Luo, M., & H. Mieczkowski, (2022), в которой описывается формирование мотивации у студентов высших учебных заведениях.

Заключение

Исследование показало, что интерес студентов-психологов к психологическому контенту медиа-психологов оказывает положительное влияние на их мотивацию и развитие профессиональных навыков. Активные пользователи интернет-ресурсов медиа-психологов демонстрируют более высокие показатели креативности и познавательных потребностей. Обращение к дополнительным источникам информации способствует расширению кругозора и развитию критического мышления студентов-психологов.

Литература

Афанасенкова, Е. Л. (2011). Особенности структуры мотивов учения студентов педагогов-психологов. *Известия Российской академии образования*, 4, 137–153.

Васильева, И.Л. (2004). *Динамика мотивационно-целевых установок будущих педагогов-психологов в процессе профессиональной подготовки* (Диссертация). Москва: МГОПУ.

Лазарев, А.И., Конопля, А.И., Василенко, Т.Д., Есенкова, Н.Ю., Селин, А.В. (2006). Системный анализ факторов, влияющих на учебную мотивацию. *Современные проблемы науки и образования*, 4, 54–56.

Василенко, И.С. (2003). *Динамика мотивации профессионального самосовершенствования в инновационном процессе* (Диссертация). Ростов-на-Дону: РГПУ.

Дроздов, С. В. (2000). *Динамика мотивационно-смысловых образований личности студентов в процессе адаптации к учебе* (Диссертация). Москва: МПГУ.

Кравцова, Т. Г. (2003). *Структура и динамика развития мотивации достижения успехов в юношеском возрасте* (Диссертация). Хабаровск: ДГУПС.

Ковалев, В. Н. (2015). Веб-квест как инновационная информационно-коммуникационная технология высшей школы. *Высшее образование для XXI века.* Доклады и материалы. Круглый стол «Современные тенденции медиаобразования» (С. 63–67). Москва: Московский гуманитарный университет.

Смирнова, Г. Е. (2009). Развитие профессиональной мотивации студентов-психологов. *Педагогика и психология образования*, 3, 77–88.

Гордеева, Т. О., Сычев, О. А., Осин, Е. Н. (2014). Опросник «Шкалы академической мотивации». *Психологический журнал*, 35(4), 96–107.

CC BY 4.0

Фетискин, Н. П., Козлов, В. В., Мануйлов, Г. М. (2002). *Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп*. Москва: Изд-во Института. Психотерапии.

Бакшаева, Н. А. Вербицкий, А. А. (2006). *Психология мотивации студентов: учебное пособие*. Москва: Логос.

Селиванова, Л. И. (2008). Мотивация профессионального обучения студентов-психологов в вузе. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Серия Психология*. 5(3), 108–116.

Акимова, А. Р. (2010). *Особенности уверенности и общительности студентов на разных этапах социально-психологической адаптации в вузе* (Диссертация). Москва: Российский университет дружбы народов.

Пицхелаури, Э.М., Куршиева, Б. М. (2016). Профессиональное самоопределение студентов в системе высшего педагогического образования. *Психология обучения*, 1, 68–74.

Пакулина, С. А. (2010). Методика диагностики мотивации достижения успехов студентов в вузе. *Психолого-педагогические исследования, 2*(1), 1–11.

Hancock, J. T., Liu, S. X., Luo, M., & Mieczkowski, H. (2022). Social Media and Psychological Well-Being. In S. C. MATZ (Ed.), *The Psychology of Technology: Social Science Research in the Age of Big Data* (pp. 195–238). American Psychological Association.

McGough, B. L., Salomon, D. (2014). Engaging Students Through Social Media. In B. R. Bernhardt, L. H. Hinds, & K. P. Strauch (Eds.), *Too Much is Not Enough:* Charleston Conference Proceedings, 2013 (pp. 283–286). Purdue University Press.

References

Afanasenkova, E. L. (2011). Features of the structure of the motives of the teaching of students of educational psychologists. *News of the Russian Academy of Education*, 4, 137–153.

Akimova, A. R. (2010). *Features of confidence and sociability of students at different stages of socio-psychological adaptation in the university* (Dissertation). Moscow: Peoples' Friendship University of Russia.

Bakshaeva, N. A. Verbitsky, A. A. (2006). *Psychology of student motivation: study guide*. Moscow: Logos.

Drozdov, S. V. (2000). *Dynamics of motivational-semantic formations of students' personality in the process of adaptation to study* (Dissertation). Moscow: MPGU.

Fetiskin, N. P., Kozlov, V. V., Manuilov, G. M. (2002). *Socio-psychological diagnostics of personality development and small groups*. Moscow: Publishing House of the Institute. Psychotherapy.

Gordeeva, T. O., Sychev, O. A., Osin, E. N. (2014). Questionnaire "Scales of Academic Motivation". *Psychological Journal*, 35(4), 96–107.

Hancock, J. T., Liu, S. X., Luo, M., & Mieczkowski, H. (2022). Social Media and Psychological Well-Being. In S. C. MATZ (Ed.), *The Psychology of Technology: Social Science Research in the Age of Big Data* (pp. 195–238). American Psychological Association.

Kovalev, V. N. (2015). Web quest as an innovative information and communication technology of higher education. *Higher education for the XXI century.* Reports and materials. Round table "Modern trends in media education" (pp. 63–67). Moscow: Moscow University for the Humanities.

Kravtsova, T. G. (2003). *The structure and dynamics of the development of motivation to achieve success in adolescence* (Dissertation). Khabarovsk: DGUPS.

Lazarev, A.I., Konoplya, A.I., Vasilenko, T.D., Yesenkova, N.Yu., Selin, A.V. (2006). System analysis of factors influencing learning motivation. *Modern problems of science and education*, 4, 54–56.

McGough, B. L., Salomon, D. (2014). Engaging Students Through Social Media. In B. R. Bernhardt, L. H. Hinds, & K. P. Strauch (Eds.), *Too Much is Not Enough:* Charleston Conference Proceedings, 2013 (pp. 283–286). Purdue University Press.

Pakulina, S. A. (2010). Methodology for diagnosing the motivation to achieve student success in the university. *Psychological and pedagogical research*, 2(1), 1–11.

CC BY 4.0

Pitskhelauri, E.M., Kurshieva, B.M. (2016). Professional self-determination of students in the system of higher pedagogical education. *Psychology of Learning*, 1, 68–74.

Selivanova, L. I. (2008). Motivation of professional training of psychology students at the university. *Bulletin of the Leningrad State University. A. S. Pushkin*. *Series Psychology*. 5(3), 108–116.

Smirnova, G. E. (2009). Development of professional motivation of psychology students. *Pedagogy and Educational Psychology*, 3, 77–88.

Vasilenko, I.S. (2003). *Dynamics of professional self-improvement motivation in the innovation process* (Dissertation). Rostov-on-Don: RGPU.

Vasilyeva, I.L. (2004). *Dynamics of motivational-target attitudes of future educational psychologists in the process of professional training* (Dissertation). Moscow: MGOPU.

Информация о конфликте интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

CC BY 4.0