

УДК 378.14

DOI: 10.18384/2310-7219-2021-1-71-79

ТВОРЧЕСКИЕ СОРЕВНОВАНИЯ КАК СРЕДСТВО МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ

Трищенко Д. А.

*Белгородский университет кооперации, экономики и права
308023, г. Белгород, ул. Садовая, д. 116а, Российская Федерация*

Аннотация.

Цель. Обосновать использование в вузе постоянной формы организации профессиональной творческой деятельности студентов как средства создания конкурентной образовательной среды и повышения мотивации к обучению.

Процедура и методы. Описан и проанализирован авторский опыт руководства студенческим творческим объединением профессиональной направленности и включения студентов в соревновательную творческую деятельность.

Результаты. Анализ результатов работы студенческого творческого объединения показал, что его можно использовать как средство, противодействующее снижению мотивации обучения, способствующее повышению посещаемости занятий и увеличению эффективности решения задач профессионального образования.

Теоретическая и/или практическая значимость. Автор показал роль организации творческой деятельности студентов не как средства выявления и развития профессиональных способностей, а как средства, способного ослабить тенденцию к снижению мотивации получения профессионального образования. Сформулированы ключевые моменты методических подходов к организации творческого объединения студентов.

Ключевые слова: профессиональное образование, мотивация к обучению, студенческое творчество, конкурс, региональный вуз, конкурентная образовательная среда, видеореклама

CREATIVE CONTESTS AS MEANS OF MOTIVATING STUDENTS

D. Trishchenko

*Belgorod University of Cooperation, Economics and Law
116a, Sadovaya ul., 308023, Belgorod, Russian Federation*

Abstract.

Aim. To substantiate the use of the permanent form of organizing students' professional creative activities at the university as a means of creating a competitive educational environment and increasing motivation for learning.

Methodology. The author's experience in organizing students' creative professional association and involving them into the competitive creative activities

Results. Analysis of the results of the student creative association showed that it can be used as a means to counteract the reduction of motivation for learning, increase both attendance and effectiveness of solving the problems of vocational education.

Research implications. The author showed the role of organizing the students' creative activities not as a means of identifying and developing professional abilities, but as a means to reduce the tendency to reduce motivation for getting vocational education. Key points of methodical approaches to organizing creative association of students have been formulated.

Keywords: vocational education, motivation for learning, student creativity, competition, regional university, competitive educational environment, video advertising

Введение

Демографический спад второй половины 1990-х гг. повлёк в 2010-х гг. снижение конкурса в вузы, а предоставление возможности абитуриенту подавать документы одновременно в пять вузов дало возможность более способным поступать в ведущие университеты, оставляя в резерве и менее привлекательные варианты в своём регионе.

В регионах отток абитуриентов с высокими баллами по ЕГЭ в лучшие вузы страны частично сдерживается желанием некоторых не покидать родного города или, по крайней мере, области.

Если балл зачисления невысок, или же «поступление в определённый вуз на определённое направление подготовки является предметом желания родителей, а не самих абитуриентов» [8], неизбежно встаёт проблема мотивации к получению образования. Эта проблема хотя и в меньшей степени, но проявляется не только в российских вузах [9], носит глобальный характер. В результате в учебной группе оказываются студенты, существенно различающиеся по уровню знаний, способностей и мотивации. Такая неоднородность учебной среды делает её неконкурентной, что не позволяет преподавателям опереться в образовательном процессе на этот стимул в обучении.

Общая динамика мотивации к обучению освещена в ряде исследований российских учёных, выявлено, что «ориентация на приобретение знаний наиболее выражена у представителей 1-го и 2-го курсов обучения», «нацеленность на овладение профессией ярко представлена у учащихся на 1-м курсе» [7, с. 57], т. е. «самая высокая мотивация “приобрести знания” и “овладеть профессией” наблюдается в первый год обучения» [4, с. 170], «на 2-м и 3-м курсах показатели ниже» [8, с. 57], и, таким образом, у части студен-

тов «теряется интерес к обучению (значительно снижается мотивация “приобретение знаний”» [4, с. 170]. На третьем курсе «студенты начинают лучше понимать характер своей будущей деятельности, и если их представления о ней не совпадают с реальностью, то опять-таки исчезает желание учиться, растёт число пропусков занятий, снижается успеваемость, что в конечном счете часто заканчивается отчислением» [4, с. 170]. Отчисление, однако, не самый худший вариант с точки зрения выполнения вузом своей миссии, но в условиях физической нехватки студентов вуз не заинтересован в отчислении, и поэтому преподаватель нередко снижает как критерии оценивания, так и качество учебного материала, адаптируя его для менее способных и мотивированных, он вынужден «корректировать в сторону понижения требования к знаниям студентов в соответствии с их реальными образовательными потребностями» [4, с. 174]. Такая ситуация приводит к тому, что более развитым и способным студентам на старших курсах становится неинтересно учиться, но уже по другим причинам: в такой неконкурентной среде легко получить высокую оценку. Наличие большой доли низкомотивированных студентов включает механизм, приводящий к снижению мотивации способных и высокомотивированных студентов, а недостаточный интерес к обучению в конечном итоге создаёт предпосылки к невысокому уровню подготовки специалистов. В том числе поэтому на старших курсах они стремятся трудоустроиться (не всегда по специальности), оформить свободное посещение. Эффект подражания в такой ситуации ещё больше ухудшает посещаемость. В результате сокращается количество студентов на аудиторных занятиях: худших – потому что у них есть уверенность, что кое-как, но диплом они получают, лучших –

потому что они работают. Как это влияет на посещение занятий «среднячками» и на их успеваемость – тоже не трудно представить.

Объект и методы исследования

Одно из средств решения проблемы – создание среды, мотивирующей к получению и совершенствованию профессиональных знаний и умений. Предметом нашего исследования является форма работы, которая предполагает использование мотивов, отличных от мотивов получения знаний и приобретения профессии, но которые направлены на достижение тех же целей.

Сразу оговоримся, что рассматриваемая ниже экспериментальная форма работы (и методика) не нацелена на студенческий контингент в целом. Считаем, что существенная доля студентов мало доступна какому-либо стимулированию. Этот тезис отчасти подтверждается данными мониторинга, проведённого Федеральной службой государственной статистики в 2016 г. Из выпускников образовательных учреждений 2010–2015 гг. 20,4% лиц, получивших высшее образование, не искали работу после окончания учебного заведения, причём 45,5% из них выбрали ответ «не было необходимости работать»¹, поэтому в качестве целевой группы были выбраны те, кто хочет, может учиться, но в связи с указанными выше причинами на старших курсах их интерес к получению образования может быть существенно снижен.

Эмпирической базой исследования стала деятельность студенческого объединения Белгородского университета кооперации, экономики и права «Дом

Творческой рекламы» с ноября 2010 по июнь 2020 гг.

Результаты исследования

Создано объединение, как говорится в положении о его деятельности, в целях развития творческих способностей студентов, способствования их самореализации путём участия в конкурсах профессиональной направленности. Его участниками вначале были студенты высшего профессионального образования специальности «Реклама», с переходом на двухступенчатую систему высшего образования – бакалавры направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», а в настоящее время в его деятельности принимают участие и студенты среднего профессионального образования специальности «Реклама».

Отметим, что сфера его работы сознательно была ограничена подготовкой творческих рекламных проектов только по социальной видеорекламе. Видеореклама – технически достаточно сложный продукт, и условием её конкурентоспособности на творческих конкурсах являются не только креативные решения, но и профессиональные знания и умения; также требуется немало усилий для реализации проекта.

На первом этапе в работе творческого объединения принимали участие только студенты предвыпускного и выпускного курсов высшего образования, уже осваивавшие профессиональный цикл дисциплин.

Для вовлечения студентов в творческий процесс было использовано обращение к двум мотивам: мотиву самореализации, самоутверждения, успеха и мотиву поощрения – получения высокой оценки по дисциплинам, связанным с поиском творческих решений и производством рекламного продукта. Доминировал мотив поощрения, так как работы создавались и оценивались в рамках учебной дисциплины, хотя реализация интересного решения требовала и значи-

¹ Таблица 1.12 – Доля выпускников образовательных организаций 2010–2015 гг. выпуска, не имевших работу и не искавших работу после окончания образовательной организации, но трудоустроившихся в дальнейшем [Электронный ресурс] // Выборочное наблюдение трудоустройства выпускников 2016. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/itog_trudoustr/index.html (дата обращения: 12. 08. 2020).

тельного внеучебного, личного времени студента.

Первой задачей было преодоление определённого психологического барьера, так как у участников творческого объединения были сомнения по поводу того, что первый созданный ими видеоролик может победить во всероссийском конкурсе, т. е. наблюдался эффект, когда студенты «с высоким показателем перфекционизма переживают интенсивный мотивационный конфликт: они интенсивно стремятся к успеху, при этом не менее сильно желая избежать неудачи» [1, с. 8]. Поскольку и до создания «Дома Творческой рекламы», в 2008–2009 и 2009–2010 уч. гг., среди студентов БУКЭП ежегодно были три-четыре победителя студенческих конкурсов по видеорекламе (преимущественно на областных конкурсах и один – на Международном студенческом фестивале рекламы), это помогло решить данную задачу. В результате старт получился довольно удачным: в 2010–2011 и 2011–2012 уч. гг. количество призёров увеличилось более чем вдвое, до восьми, причём распределение по областным и всероссийским (международным) конкурсам стало равным. Проявился и эффект заражения: выросло общее количество участников конкурсов, в том числе тех студентов, которые создавали видеоработы вне рамок «Дома Творческой рекламы».

В качестве ещё одного внешнего стимула выступала поездка студентов на ежегодный Международный студенческий фестиваль рекламы «Созвездие Юлы» (организатор – Московский гуманитарный университет, при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России). Отбор кандидатов на поездку осуществлялся по итогам внутреннего предварительного конкурса, а в качестве членов жюри выступали преподаватели выпускающей кафедры. Практически всегда, в том случае, когда работа получала высокую оценку жюри фестиваля, студент-призёр был в составе деле-

гации 3–5 студентов, принимавших очное участие в фестивале / конкурсе, т. е. уже на уровне кафедры действительно отбирались лучшие работы. Для студентов регионального вуза неделя в столице с профессиональными мастер-классами, в том числе – в столичных рекламных агентствах, была значимым стимулом участия в творческом конкурсе.

В 2012–2013 уч. г. количество призёров сократилось, и по 2015–2016 уч. г. призовые места стабильно занимали три-четыре творческих видеоработы. При этом уменьшилось количество призёров не на всероссийских, а на местном конкурсе – Белгородском фестивале рекламы и дизайна. Проведённый анализ показал, что это связано с качеством не работ, а работы жюри данного конкурса. Конечно, этот областной конкурс, фактически приобретший демотивирующий характер (по отношению к мотиву успеха), был исключён из перечня конкурсов, рекомендованных к участию.

В 2016–2017 уч. г. в работу творческого объединения более деятельно включились младшекурсники, а подготовка творческих работ проводилась только для участия во всероссийских конкурсах. В результате два из четырёх призовых мест, завоеванных студентами БУКЭП в 2016–2017 уч. г., получили работы тех участников объединения, кто изучал основы видеопроизводства не на учебных занятиях, а в процессе работы над видеопроектom в рамках «Дома Творческой рекламы».

Отметим, что наблюдается различие в преобладающих мотивах студентов младших и старших курсов: младшим более по душе лавры победителя, старшекурсникам – возможность получения высшей оценки по дисциплине. В отдельных случаях наблюдался эффект (отмеченный некоторыми исследователями [10, р. 99]), когда студенты с более низким уровнем подготовки находили более креативные решения.

Проявившаяся в последние три года тенденция к увеличению доли студентов

младших курсов, ещё не изучавших производство видеорекламы, повлияла на уменьшение роли мотива получения высокой оценки по учебной дисциплине за призовое место.

В 2018–2019 уч. г. произошли два изменения, которые могли отрицательно сказаться на творческой активности студентов и, соответственно, на результатах участия в конкурсах: прекратилось финансирование вузом очного участия студентов в Международном студенческом фестивале рекламы «Созвездие Юлы» и возникли проблемы с программным обеспечением, что сделало процесс производства видеороликов более трудоёмким, а также затруднило реализацию творческих идей. Но на мотивацию это не повлияло: видеоролики социальной рекламы студентов «Дома Творческой рекламы» вновь получили два диплома первой степени на всероссийских конкурсах¹.

В 2019–2020 уч. г. количество проводимых конкурсов и фестивалей сократилось в связи с пандемией, но, несмотря на это, творческие работы студентов заняли первое и третье места на всероссийском конкурсе².

Фактически при помощи данной формы работы конкуренция в студенческой

среде была выведена на иной уровень – межвузовский.

С целью выявления самооценки эффектов участия студентов в творческих конкурсах профессиональной направленности в 2018 г. было проведено анкетирование выпускников БУКЭП, которые становились призёрами областных, всероссийских и международных конкурсов. Анкеты по интернету были высланы большей части генеральной совокупности, и ответы получены от 2/3 общего числа призёров.

Все опрошенные считают, что участие в конкурсах повлияло на развитие их творческих способностей, у половины респондентов после победы повысилась самооценка, 2/3 опрошенных считают, что участие в конкурсах способствовало лучшей профессиональной самореализации на рабочем месте.

В качестве основного индикатора результатов данной формы работы со студентами используется количество призовых (и особенно – первых) мест на всероссийских конкурсах. По сравнению с начальным периодом деятельности объединения это количество не изменилось, но сопоставление не абсолютных, а относительных величин свидетельствует о высоких положительных результатах. Если в 2010–2011 уч. г. потенциальная база участников (количество обучающихся по специальности «Реклама») составляла около 80 человек, то в 2018–2019 и 2019–2020 уч. гг. она составила около 40 человек; количество студентов, осуществляющих подготовку творческих работ в рамках деятельности «Дома Творческой рекламы», также сократилось примерно в 2 раза. А количество призёров и победителей по отношению к контингенту студентов возросло в 2,2 раза, возросла и доля работ-победителей от общего числа работ, направленных на конкурсы.

В результате включения студентов в творческую деятельность сохраняется мотивация обучения по отношению к дисциплинам, связанным с подготов-

¹ Решение жюри XXI Международного студенческого фестиваля рекламы «Созвездие Юлы» 24–26 апреля 2019 г. [Электронный ресурс] // Московский гуманитарный университет. URL: <https://www.mosgu.ru/news/files/%D0%A0%D0%B5%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B6%D1%8E%D1%80%D0%B8.pdf> (дата обращения: 10.05.2020); Подведены итоги VII Всероссийского конкурса на лучший ролик по социальной рекламе 2019 [Электронный ресурс] // Коммуникология. Международный научный журнал. URL: <https://www.communicology.us/2019/03/itogi-vii-vserossiiskogo-konkursa-na-luchshiy-rolik-po-socialnoy-reklame-2019.html> (дата обращения: 10.05.2020).

² Итоги VIII Всероссийских конкурсов на лучшую ВКР по рекламе и связям с общественностью, на лучший ролик и лучший плакат по социальной рекламе [Электронный ресурс] // Коммуникология. Международный научный журнал. URL: <https://www.communicology.us/2020/04/itogi-viii-vserossiyskih-konkursov-2020.html> (дата обращения: 12.08.2020).

кой творческих работ, что для студентов старших курсов становится фактором, сдерживающим стремление к трудоустройству, по крайней мере – на полный рабочий день. Эти студенты посещают занятия, в том числе и по другим дисциплинам (что объясняется уже мотивами иного порядка), а их присутствие в аудитории оказывает положительное влияние на «колеблющихся середнячков». Таким образом, хотя данная форма работы со студентами не предполагает усиления роли мотивов овладения профессиональными знаниями и умениями, её результат (присутствие на занятиях, формирование необходимых компетенций) в конечном итоге направлен на «повышение процента трудоустроившихся в соответствии с полученной специальностью, повышение успешности и общественной полезности профессиональной деятельности выпускников вузов» [3, с. 53].

Определим ряд психолого-педагогических принципов в реализации описанной методики работы со студентами, мотивирующей к посещению занятий и способствующей формированию у студентов профессиональных компетенций.

При организации подобного объединения необходимо ориентироваться на студентов, обучающихся на разных курсах, обязательно вовлекая в работу младшекурсников, которые хотя ещё не приобрели профессиональных знаний и умений, но имеют интерес к профессиональной деятельности.

Высокий уровень притязаний также является одним из факторов, положительно влияющих на достижение целей, поэтому следует привлекать не только наиболее способных студентов, но и имеющих достаточно высокий уровень притязаний. В подобной ситуации неверен тезис о том, что «завышенный уровень притязаний, соревновательная мотивация, неадекватная самооценка и т. д. выступают как антагонисты творческих проявлений личности» [5, с. 27], его нельзя относить к развивающейся личности.

Именно соревновательная мотивация в конкретной ситуации стимулирует и творческую активность, и трудовые усилия, которые нужно приложить для достижения цели. Степень «завышенности» уровня притязаний и неадекватная самооценка – это трудно измеряемые, релятивные величины; по отношению к студентам, которые учатся, развиваются, они не применимы. Поставленная цель стимулирует развитие, желание соответствовать самооценке, которую можно расценивать как завышенную только в начале создания и реализации студентом творческих проектов. Тем более что такие проекты предполагают возможность кооперации, объединения усилий студентов; то, в чём есть пробелы у одного (в знаниях, способностях), дополняется возможностями другого, а успех – общий.

Поскольку «мотив профессионализации не выполняет полноценно функцию побуждения к получению высшего образования», что «может быть одной из причин снижения профессионализма и квалифицированности выпускников вузов» [3, с. 52], преподавателям необходимо обратить внимание и на другие мотивы, обращение к которым позволит улучшить ситуацию.

Это, как было отмечено выше, мотивы успеха и поощрения. Второй стимулирует и тех студентов, для которых изначально ведущим является мотив получения диплома, а не образования. Для них он становится своеобразным психологическим крючком: стремление легко получить итоговую оценку по дисциплине втягивает в работу над проектом, реализация которого требует и профессиональных знаний, и профессиональных умений, поскольку студенту приходится искать ответы на вопросы, возникающие в ходе выполнения творческих заданий [6]. Возможно, эти знания и умения не охватывают всего содержания дисциплины, но «всё, что может мотивировать студента учиться, должно быть использовано в организации учебного процесса» [2, с. 11], а аль-

тернативой для таких студентов является лишь «ночной мозговой штурм» накануне аттестации по дисциплине, ментальные результаты которого рассеиваются после получения формального результата.

Руководитель объединения должен поддерживать уверенность студента в своих возможностях: это стимулирует как творческий поиск, так и трудовые усилия, обеспечивает высокую работоспособность и упорство в достижении цели. В то же время, после того как проект уже готов и отправлен на конкурс, вектор общения со студентом-автором нужно изменить, обращая внимание на возможную высокую конкуренцию на конкурсе, строгость жюри и другие факторы, снижающие вероятность успеха. Это необходимо для того, чтобы предотвратить возможную фрустрацию в случае, если результаты участия не будут соответствовать ожиданиям. В этот период – от отправки работы до подведения итогов конкурса – лучше направить усилия студента на подготовку следующей работы, с иным творческим подходом и стилистическим решением, на другой конкурс.

Опыт преподавателя – руководителя творческого объединения – даёт ему возможность оценить потенциал найденных студентом творческих решений, поставить под сомнение стереотипные, уточнить и скорректировать те, которые отличаются новизной и оригинальностью, провести отбор. В процессе оценки творческих решений нужно учитывать два психологических аспекта: ряд последовательных негативных оценок потенциально является фактором фрустрации; в то же время одобрение руководителем недостаточно интересного решения приведёт к тому, что студентом будет затрачено много усилий на реализацию проекта. Вероятен пропорциональный рост ожиданий, но результат не будет достигнут, что опять же может повысить опасность возникновения фрустрации. Поэтому ещё одной важной стороной

работы руководителя является знание и выбор творческих конкурсов, которые по своей направленности (тематике, критериям оценки работ) в наибольшей степени соответствуют склонностям конкретного студента.

Принимать участие в деятельности творческого объединения и подготовке конкурсных работ будут преимущественно студенты с преобладанием индивидуализма как черты характера. И ещё одной задачей руководителя являются своевременная оценка способностей студентов и рекомендации по объединению их проектных усилий в целях достижения лучшего результата. Важный вопрос авторства произведения будет решаться ситуативно: при примерно равном вкладе участников авторство будет коллективным, в иных случаях помощь другому участнику в реализации какого-либо этапа проекта компенсируется получением помощи от него на другом этапе собственного проекта.

Заключение

Таким образом, представлены и проанализированы результаты работы экспериментальной формы организации творческой активности студентов, посредством которой результаты творческой деятельности представляются и оцениваются в конкурентной среде. Это даёт возможность преподавателю эффективно использовать мотивы успеха и поощрения. В условиях изначально высоко выраженной дифференциации студентов по степени мотивации получения профессионального образования и небольшой доли высокомотивированных студентов это позволяет повысить интерес части студентов к учебным дисциплинам, затормозить снижение посещаемости занятий на старших курсах, в итоге – нивелировать негативные эффекты, связанные со снижением мотивации к обучению и более успешно решать задачи формирования профессиональных компетенций.

Статья поступила в редакцию 13.08.2020

ЛИТЕРАТУРА

1. Гараян Н. Г., Низовцева А. А. Структура мотива достижения у студентов с разным уровнем перфекционизма [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2012. № 1. URL: http://psyjournals.ru/psyedu_ru/2012/n1/50229.shtml (дата обращения: 09.08.2020).
2. Крушельницкая О. И., Полевая М. В. Формирование оптимальной мотивации к получению высшего образования // Человек и образование. 2018. № 1 (54). С. 11–16.
3. Крушельницкая О. И., Полевая М. В., Третьякова А. Н. Мотивация к получению высшего образования и её структура // Психолого-педагогические исследования. 2019. Т. 11. № 2. С. 43–57. DOI:10.17759/psyedu.2019110205.
4. Осипова Н. Г., Колодезная Г. В., Шевцов А. Н. О закономерностях и причинах отчислений в вузе и мотивации учебной деятельности студентов // Образование и наука. 2018. Т. 20. № 6. С. 158–182. DOI: 10.17853/1994-5639-2018-6-158-182.
5. Петухова И. А. Психология творчества: культурно-деятельностный подход // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Психология, педагогика, образование. 2017. № 4 (10). С. 24–39. DOI: 10.28995/2073-6398-2017-4-24-39.
6. Суханова Н. Т., Балунова С. А. Рефлексивно-креативный подход в подготовке студентов универсального бакалавриата // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 61-1. С. 303–307.
7. Тихомирова Т. С., Кочетков Н. В. Мотивация к обучению и личностная рефлексия: особенности и взаимосвязь у студентов вузов // Психологическая наука и образование. 2017. Т. 22. № 3. С. 53–62. DOI: 10.17759/pse.2017220306.
8. Устюжанинова Е. В. Мотивация студентов к обучению в вузе как к творческой деятельности: постановка проблемы, SWOT-анализ // ГосРег: Государственное регулирование общественных отношений: электронный научный журнал. 2016. № 1 (15). URL: http://gosreg.amchs.ru/pdf/files/15number/articles15/Ustyuzhaninova_15.pdf (дата обращения: 12.08.2020).
9. Rodríguez N. G., Alvarez, B. A. La motivación del alumnado a través de la satisfacción con la asignatura. Efecto sobre el rendimiento [Электронный ресурс] // Estudios sobre Educación. 2007. № 13. URL: <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/estudios-sobre-educacion/article/view/24311/20262> (дата обращения: 10.08.2020).
10. Shubina I., Kulakli A. Pervasive Learning and Technology Usage for Creativity Development in Education // International Journal of Emerging Technologies in Learning. 2019. Vol. 14. № 01. P. 95–109. DOI: 10.3991/ijet.v14i01.9067.

REFERENCES

1. Garayyan N. G., Nizovtseva A. A. [The structure of the motive to achieve among students with different levels of perfectionism]. In: *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* [Psychological and pedagogical research], 2012, no. 1. Available at: http://psyjournals.ru/psyedu_ru/2012/n1/50229.shtml (accessed: 09.08.2020).
2. Krushel'nitskaya O. I., Poleyaya M. V. [Formation of optimal motivation for obtaining higher education]. In: *Chelovek i obrazovanie* [Human and education], 2018, no. 1 (54), pp. 11–16.
3. Krushel'nitskaya O. I., Poleyaya M. V., Tretyakova A. N. [Motivation for obtaining higher education and its structure]. In: *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* [Psychological and pedagogical research], 2019, vol. 11, no. 2, pp. 43–57. DOI:10.17759/psyedu.2019110205.
4. Osipova N. G., Kolodeznaya G. V., Shevtsov A. N. [On the patterns and reasons for expulsion from the university and the motivation of students]. In: *Obrazovanie i nauka* [Education and Science], 2018, vol. 20, no. 6, pp. 158–182. DOI: 10.17853/1994-5639-2018-6-158-182.
5. Petukhova I. A. [Psychology of Creativity: a Cultural Activity Approach]. In: *Vestnik Rossiiskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya: Psikhologiya, pedagogika, obrazovanie* [Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Psychology, Pedagogy, Education], 2017, no. 4 (10), pp. 24–39. DOI: 10.28995/2073-6398-2017-4-24-39.
6. Sukhanova N. T., Balunova S. A. [Reflective and creative approach in training universal bachelor students]. In: *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of modern teacher education], 2018, no. 61-1, pp. 303–307.

7. Tikhomirova T. S., Kochetkov N. V. [Motivation for learning and personal reflection: features and interconnection among university students]. In: *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 2017, vol. 22, no. 3, pp. 53–62. DOI: 10.17759/pse.2017220306.
8. Ustyuzhaninova E. V. [Motivating students to study at a university as a creative activity: problem statement, SWOT analysis]. In: *GosReg: Gosudarstvennoe regulirovanie obshchestvennykh otnoshenii: elektronnyi nauchnyi zhurnal* [GosReg: State regulation of public relations: Electronic scientific journal], 2016, no. 1 (15). Available at: http://gosreg.amchs.ru/pdfiles/15number/articles15/Ustyuzhaninova_15.pdf (accessed: 12.08.2020).
9. Rodríguez N. G., Alvarez, B. A. La motivación del alumnado a través de la satisfacción con la asignatura. Efecto sobre el rendimiento [Электронный ресурс]. In: *Estudios sobre Educación*, 2007, no. 13. Available at: <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/estudios-sobre-educacion/article/view/24311/20262> (accessed: 10.08.2020).
10. Shubina I., Kulakli A. Pervasive Learning and Technology Usage for Creativity Development in Education. In: *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 2019, vol. 14, no. 01, pp. 95–109. DOI: 10.3991/ijet.v14i01.9067.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Трищенко Дмитрий Александрович – кандидат философских наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы Белгородского университета кооперации, экономики и права;

e-mail: trishchenkoda@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Dmitriy A. Trishchenko – Cand. Sci. (Philosophy), Assoc. Prof. of the Department of Hotel and Tourism Service, Commerce and Advertising, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law;

e-mail: trishchenkoda@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Трищенко Д. А. Творческие соревнования как средство мотивации студентов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2021. № 1. С. 71–79.

DOI: 10.18384/2310-7219-2021-1-71-79

FOR CITATION

Trishchenko D. A. Creative contests as means of motivating students. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Pedagogics*, 2021, no. 1, pp. 71–79.

DOI: 10.18384/2310-7219-2021-1-71-79