

ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9; 37.03

DOI: 10.12737/2306-1731-2025-14-2-44-49

Средства психологического воздействия видеоматериалов на формирование аксиологической системы и мотивации личности**The Influence of Visual Content on the Development of Values and Motivation of Personality**

Получено: 31.03.2025 / Одобрено: 08.04.2025 / Опубликовано: 25.06.2025

Черкасов Я.С.

Аспирант, ФГБОУ ВО «Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»,
Россия, 109004, г. Москва, ул. Земляной Вал, д. 73,
e-mail: yaroslav.chercasov@mail.ru

Cherkasov Ya.S.

Postgraduate Student, Moscow State University of Technology and Management (the First Cossack University),
73, Zemlyanoy Val, Moscow, 109004, Russia,
e-mail: yaroslav.chercasov@mail.ru

Юлина Г.Н.

Канд. пед. наук, декан факультета социально-гуманитарных технологий, ФГБОУ ВО «Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»,
Россия, 109004, г. Москва, ул. Земляной Вал, д. 73,
e-mail: galinaul@mail.ru

Yulina G.N.

Candidate of Pedagogical Sciences, Dean of the Faculty of Social and Humanitarian Technologies, Moscow State University of Technology and Management (the First Cossack University),
73, Zemlyanoy Val, Moscow, 109004, Russia,
e-mail: galinaul@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению мотивационных видеоматериалов. Цель исследования – выявить средства структурно-семантической организации мотивационных видео, позволяющих им воздействовать на слушателя. Актуальность исследования определяется необходимостью изучения феномена мотивационных видеоматериалов, оказывающих значительное влияние на мышление и поведение человека в современном мире. Видеоконтент выступает в роли катализатора формирования ценностных установок и мотивационных ориентиров человека, особенно в период интенсивного когнитивного, эмоционального и ценностного развития, характерного для студенчества. Проблематика осмысления мотивационных видеоматериалов является междисциплинарной, находится в центре внимания гуманитарных наук, прежде всего – психологии. Авторами выявлены основные характеристики мотивационного дискурса, проанализированы средства психологического воздействия. Приведенные примеры иллюстрируют освещаемые положения.

Ключевые слова: мотивация, видеоматериал, воздействие, ценности, развитие, личность.

Abstract. The article is devoted to the study of motivational videos. The purpose of the paper is to identify the means of structural and semantic organization of motivational videos, allowing them to influence the recipient. The relevance of the research is determined by the need to study the phenomenon of motivational video materials that have a significant impact on human thought and behavior in the modern world. Video content acts as a catalyst for the formation of human values and motivational orientations, especially during the period of intense cognitive, emotional and value development of students. The problem of understanding motivational videos is interdisciplinary, and it is in the focus of the humanities, primarily psychology. The authors have identified the main characteristics of motivational discourse, analyzed the means of psychological influence. The given examples illustrate the statements under consideration.

Keywords: motivation, video material, impact, values, development, personality.

Введение

В условиях стремительного развития цифровых технологий, оказывающих влияние на все сферы общественной жизни, возникает потребность в обеспечении защищённости общества от техногенных, биогенных, социокультурных, террористических и идеологических вызовов. Эффективное противодействие этим вызовам требует комплексного подхода, ориентированного на развитие духовного и волевого потенциала граждан. Аксиологическая система личности и мотивация играют ключевую

роль в развитии навыков целеполагания и достижения результатов. В связи с этим актуальным является исследование методов и средств мотивации, способствующих поддержке и развитию волевой регуляции.

Особое место в данном контексте занимают видеоматериалы, обладающие значительным потенциалом многоканального воздействия на личность. Став неотъемлемой частью жизни, они формируют картину мира индивида, влияют на его самоопре-

деление и результаты научно-технического прогресса в моно- и поликультурном социуме.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения феномена воздействия мотивационных видеоматериалов с целью их использования в рамках культурно-образовательного пространства. Исследование приобретает особую значимость в условиях возрастающего интереса к интеграции видеоматериалов в образовательный процесс. Видео-контент выступает в роли катализатора для формирования ценностных установок и мотивационных ориентиров у студентов, особенно в период интенсивного когнитивного, эмоционального и ценностного развития, характерного для студенчества. Внедрение цифровых технологий в образовательный процесс является необходимым условием для повышения его эффективности. Однако на сегодняшний день отсутствует единая методологическая база для разработки алгоритмов использования видеоматериалов, способствующих развитию высших психических функций и ценностных установок студентов.

Сложность исследуемой проблематики требует комплексного подхода, включающего анализ различных точек зрения и поиск новых методологических решений. Мотивационный видеоролик представляет собой аудиовизуальный текст, направленный на вызов положительных эмоциональных состояний у зрителей, таких как вдохновение, решимость, уверенность и энтузиазм. Исследование мотивационных видеоматериалов является актуальным направлением современной психологии, способствующим развитию теоретических и практических аспектов использования цифровых технологий в образовании и социальной сфере.

Теоретические основания исследования. В данной области работали такие авторы, как А.Н. Леонтьев, Г.В. Артамонова, В.Г. Асеев, Е.Г. Баранов, В.К. Виллюнас, М.А. Есипов, Н.Г. Живаев, В.А. Кручинин, Н.Ф. Комарова, В.И. Ковалёв, С.А. Кузин, М.Ш. Магомед-Эминов, В.С. Мерлин, А.А. Смирнов и др. Согласно мнению исследователей, психологическое воздействие может быть как мотивирующим, так и принуждающим. Мотивирующее воздействие направлено на то, чтобы вызвать у людей желание действовать определённым образом. Для этого используются различные методы, такие как убеждение, объяснение, информирование, обсуждение, согласование точек зрения, сравнение, воспитательные меры, помощь, поддержка и создание эмоционального настроения. Принуждающее воздействие, напротив, направлено на то, чтобы заставить людей делать

то, что они не хотят. Это может быть сделано с помощью различных методов, которые можно разделить на рациональные и иррациональные. Рациональные методы основаны на логике и аргументах, а иррациональные могут быть деструктивными и подавлять разум, заставляя людей подчиняться чужим целям. При этом эффективное информационно-психологическое воздействие часто используется комплексный подход с использованием нескольких каналов коммуникации, что позволяет компенсировать недостатки одного канала преимуществами другого. Перед началом мероприятий проводится анализ целевой аудитории для определения наиболее эффективных каналов и их комбинаций [2].

Аудио- и видеомодальности, по мнению С.А. Кузина, показывают схожую эффективность в убеждающем воздействии и восприятии спикера. Привлекательный спикер оценивается несколько выше в видео, непривлекательный — несколько ниже [7]. В видеороликах используются вербальный, паравербальный и невербальный каналы для передачи информации.

Метод демонстрации занимает особое место в образовательном процессе, так как, по мнению В.А. Кручинина и Н.Ф. Комаровой, включает использование объектов, моделей, видеоматериалов, компьютерных программ и опытно-экспериментальных работ. Это позволяет учащимся наблюдать реальные предметы и процессы, изучать принципы действия механизмов и формировать технические компетенции. Данный подход особенно важен в профессиональном образовании [6].

Видеоматериалы полифункциональны, по сути, обладают палитрой воздействия в рамках культурно-образовательного пространства. По мнению Г.А. Артамоновой, видеофильмы *эмоционально воздействуют* на учащихся, стимулируя *внимание и память*. Атмосфера совместной деятельности повышает уровень внимания, а усилия по пониманию содержания фильма переводят непроизвольное внимание в произвольное. Использование различных каналов восприятия укрепляет запоминание материала. Это интенсифицирует учебный процесс и способствует формированию коммуникативной компетенции [1, с. 52].

Еще одно стороной следует считать *разнообразие контента* видеоматериалов, их *приближенность* к естественным бытовым *ситуациям* взаимодействия с видеоконтентом (просмотр развлекательных программ, фильмов и др.), что делает изучение материала с их помощью более увлекательным и интересным, формирующим эффективно работающее

дополнение традиционным учебникам. Использование *аутентичного языкового материала* положительно сказывается на процессе обучения и его результатах. Кроме этого, видеоролики позволяют *демонстрировать опыты*, недоступные в школьной лаборатории. Так, исследование, проведенное Т.Г. Дулинец, Е.В. Наконечной, Н.В. Суворовой и др. показало, что применение мультимедийных технологий, включающее презентации, аудио- и видеоролики улучшает успеваемость [3].

Следующей важной позицией является открывающаяся способность видеоматериалов формировать аксиологическую систему личности, имплицитно репрезентируя общественную оценку и социальные ценности. Таким образом, их использование может внести вклад в решение одной из сложных проблем, о которой писал М.А. Есипов, отмечая, что студенческие годы — период активной социализации под влиянием учёбы и социальной среды. Студенты часто сталкиваются с *проблемами адаптации, одиночества, неуверенности в себе* и общения, а также личностным кризисом и *высокими требованиями к психологической устойчивости* [4, с. 22].

Одновременно видеоролики становятся средствами *персонализации и индивидуализации* обучения. Т.В. Жукова отмечает, что студенты проявляют индивидуальные особенности в учебной деятельности. Автором выделены целевой, навыковый, мотивационный, управленческий, смешанный и информационный типы. На первом и третьем курсах преобладает информационный тип, а на втором и четвертом — навыковый. Эти изменения отражают динамику развития структуры на протяжении обучения [5, с. 156–157]. В процессе диалогической многоканальной коммуникации возникает воздействие на индивидуальную рефлексивную реальность реципиента и формируются мотивы.

А.Н. Леонтьев писал о том, что деятельность человека неотделима от его сознания, даже если мотивы неосознаваемы. Они придают сознанию субъективную окраску, отражающую значение деятельности и ее личный смысл. Выполняя две основные функции — *побуждение к действию* и *осмысление* — они обычно не осознаются в момент действия, но их присутствие можно обнаружить через осознание целей деятельности. Цели определяют действия человека, а мотивы отражают содержание деятельности [8, с. 1, 13–20, 23–28]. Видеоролики стимулируют формирование *мотивации*. Как справедливо отмечают А.А. Смирнов и Н.Г. Живаев, ключевым фактором студенческой *адаптации* является мотивация к учебной деятельности. Успешность этого

процесса зависит от силы, устойчивости, структуры и иерархии мотивационной системы. Мотивация играет важную роль, поскольку ведущие мотивы выступают в роли побудительной силы, направляющей активность обучающихся [9, с. 16–17]. Студенты, которые очень хотят учиться и развиваться, сами решают свои проблемы и хорошо адаптируются к учёбе в университете и на факультете. Это помогает им лучше понимать, что их ждёт в будущем, и чувствовать себя увереннее [9, с. 50].

А.Н. Леонтьев констатирует, что содержание мотивов отражается через систему языковых значений, поэтому объекты, побуждающие и препятствующие действию, имеют равные возможности для отражения и познания [8, с. 35–38]. Изучение языковых средств в комплексе взаимосвязей способствует пониманию специфики воздействия.

Результаты исследования. В процессе исследования нами были проанализированы более 1700 контекстов. На основе полученных данных мы выяснили, что авторы мотивационных видео должны обладать дикторским голосом, приятным на слух тембром; скорость речи не должна быть высокой, но при этом материал должен быть идейно и экспрессивно насыщенным. Большое значение имеет цветовая гамма и звуковое сопровождение, способствующие погружению реципиента в материал и содержание, формированию пространства мечты.

Мы пришли к заключению, что мотивационное видео с самых первых минут располагает к себе своего зрителя, обращаясь к каждому отдельному человеку, приковывая к себе его внимание, создавая дружескую атмосферу. Пространство доверия — это очень важная предмотивационная составляющая, определяющая готовность слушателя воспринимать информацию, позволяющая проникнуть внутрь его души, стремлений и мечтаний. Данная ступень определяет базис мотивации, возможность достижения последующего эффекта. Если данный шаг будет успешно выполнен, все последующие действия окажутся эффективными, если нет — сведутся к минимуму.

Например, автор видео «Мечтай!» начинает свой текст с обращения: «*Послушай, друг! Я хочу тебя кое о чем попросить. О том, о чем мы, как правило, забываем, а это очень важно! Пожалуй, это самое важное, что ты можешь услышать сейчас от меня. Поэтому внимательно послушай меня. Я хочу попросить тебя вот о чем: мечтай!*» [10].

В этом небольшом тексте автор использует комплекс различных языковых средств, которые не

только помогают передать смысл, но и воздействуют на эмоциональное состояние слушателя.

1. Обращение «*Послушай, друг!*» создаёт атмосферу близости и доверия. Форма «*послушай*», которая, как правило, используется в русской культуре между близкими, хорошо знакомыми людьми, способствует сокращению дистанции; слово «*друг*» обладает положительными оценочными коннотациями; обращение как языковое явление нацелено на собеседника и предполагает возможность беседы. Таким образом, структурируется виртуальное пространство коммуникации, создающее иллюзию коммуникации реальной.
2. Выражение намерения «*Я хочу тебя кое о чём попросить*» формирует интригу, в рамках дихотомии «свой — чужой» определяет позицию слушателя как близкого человека и привлекает его внимание.
3. Акцентуация значимости и важности темы в контексте просьбы имплицитно повышает статус слушателя как потенциально способного решить важную проблему: «*О том, о чём мы обычно забываем, а это очень важно. Пожалуй, это самое важное, что ты можешь услышать от меня сейчас*». Многократное упоминание важности просьбы также усиливает её значимость.
4. Императивная форма в совокупности с повтором и градацией способствует осуществлению прямого призыва к вниманию: «*Поэтому внимательно послушай меня!*»
5. Конкретизация осуществляется в совокупности с лексическим повтором: «*Я хочу попросить тебя вот о чём: мечтай!*» — чёткое и лаконичное изложение сути просьбы делает её легко воспринимаемой и запоминающейся. Дополнительный эффект создается за счет эффекта обманутого ожидания на базе нарушения стереотипов, согласно которым в основе просьбы незнакомого человека должна лежать его потребность в чем-то отсутствующим у него. Смена направленности действий и объектов действий нарушает внутренние схемы взаимодействия, заменяет оппозицию «свой — чужой» на бытовой дискурс родственной коммуникации (коммуникации родственных душ). Языковые средства создают атмосферу доверия, акцентируют важность сообщения и побуждают слушателя к активному восприятию и исполнению просьбы.

В полном тексте видео, представляющем яркий примером мотивационного дискурса в целом, широко используются средства экспрессии, представляющие собой комплекс взаимодействующих язы-

ковых конструкций и стилистических средств, включающих метафоры, эпитеты, повтор, антитезу, риторический вопрос, параллелизм и др., формируя единство миров: реального и виртуального, прошлого и будущего, иллюзорного и достижимого; происходит усиление образного ряда, создается экспрессивно-эмпатийное пространство, способствующее усилению воздействия на слушателя.

Рассмотрим примеры наиболее частотных средств экспрессии, представленных в мотивационном дискурсе в целом:

«*Щепка, несомая бурным потоком жизни*».

Эта метафора базируется на устойчивых сравнениях человека с кораблем, осуществляющим движение под парусом, по течению или против него. Трансформация стереотипа, сравнение человека без мечты со щепкой, которая плывет по течению реки, не имея собственного направления, передает идею беспомощности и отсутствия контроля над собственной жизнью [10].

«*Будь кораблём!*»

В данном контексте «корабль» выступает антитезой «щепки» и символизирует человека, который имеет цель, направление, управляет своим жизненным путем. Метафора призывает к активной позиции, действиям и управлению своей судьбой [10].

Эпитет — это художественное определение, придающее предмету или явлению особую выразительность. Эпитет в мотивационном ролике может использоваться для усиления выразительности речи, придания тексту большей эмоциональности и яркости. Он помогает создать запоминающийся и впечатляющий образ, подчеркнуть важные характеристики или качества героя или события. В мотивационных роликах эпитеты используются, как правило, для описания успехов или неудач.

Например:

- «*эта ужасная фраза*». Эпитет «ужасная» усиливает негативное отношение к утверждению, что мечты не сбываются;
- «*мечтай по-детски, искренне, с открытым сердцем*» [10].

Используются эпитеты «*по-детски*», «*искренне*», «*с открытым сердцем*», чтобы подчеркнуть чистоту и непосредственность мечты [10].

Гипербола — это преувеличение для усиления выразительности. Гипербола может использоваться для поддержания интереса зрителей и удержания их внимания. Она создает неожиданные и запоминающиеся образы, которые вызывают эмоции и также побуждают к действию. Гипербола может служить средством выражения идеологии автора и

передачи его взглядов на жизнь, успеха и преодоления трудностей. Она может использоваться для мотивации зрителей к достижению своих целей и преодолению препятствий. Приведем примеры гипербола, использованных в текстах видео:

- «Сделать кучу открытий.»

Гиперболическое выражение «куча открытий» подчеркивает масштабность возможных достижений [10].

- «Ты не можешь мечтать о чем-то плохом.»

Утверждение о невозможности мечтать о плохом преувеличивает позитивную природу человеческих желаний, но одновременно активизирует их возможность и желание к осуществлению задуманного [10].

- «Самое ценное, что есть на этой земле, это время.» [11].
- «Мы не можем не стареть, однако нам не обязательно делать это быстро» [11].

Посредством гипербола внимание зрителя и слушателя акцентируется на том или ином явлении с целью подчеркнуть его значимость.

Вопросительные конструкции в мотивационных видео используются для того, чтобы вовлечь зрителя в размышления о себе и своей жизни, заставить задуматься о своих целях, мотивах и препятствиях. Они служат для диалога с аудиторией, провоцируют самопознание и самосознание, а также побуждают к действиям.

- «Как часто вы проживали день и потом задавались вопросом, сделали ли вы сегодня хоть что-то из того, что хотели?» [11].

В ряде случаев классические вопросы заменяются риторическими, которые, с одной стороны, создают иллюзию диалога, а с другой — программируют ответ и реакцию слушателя:

- «Что ты можешь дать?» [11].
- «Будет ли кто-то знать, что ты прошел этот путь?» [11].
- «Что мешает тебе начать прямо сейчас?» [12].

Вопросы побуждают читателя задуматься о своем образе жизни и целях, вызывая рефлексию.

Повторы используются для усиления воздействия на зрителя, улучшения запоминаемости ключевых моментов и укрепления уверенности в своих силах. Это могут быть повторы слова или фразы (предложения):

*«Послушай, друг! Я хочу тебя кое о чем **попросить**. О том, о чем мы, как правило, забываем, а это очень **важно**! Пожалуй, это самое **важное**, что ты можешь услышать сейчас от меня. Поэтому внимательно **послушай** меня. Я хочу **попросить** тебя вот о чем: **мечтай!**» [10].*

- «Есть ли у тебя мотивация что-то изменить? Есть ли у тебя мотивация что-то изменить?» [11].

Высокочастотным является повтор идеи в ее различных комбинациях, например, повтор идеи о необходимости настойчивых действий, преодоления трудностей:

- «Даже если ты не сможешь изменить один день, не откладывай» [12].
- «Не прячься в тени после каждой неудачи» [12].
- «Прими проблемы лицом и с гордой поднятой головой» [12].

Ярким и выразительным видом повтора является анафора, которая в системе разговорного стиля используется для усиления эмоционального воздействия, акцентуации определенной мысли или темы, а также для создания ритма и музыкальной структуры. Анафора привлекает внимание к ключевым моментам, подчеркивая их важность и значимость. Например,

- «**Твои причины** просыпаться утром, **и твои причины**, по которым ты преодолеваешь границы напряжения и желания сдать».
- «**Твои причины** двигаться вперед и добиваться успеха» [11].

В системе дискурса повторы довольно часто сопряжены с антитезой. Противопоставления в мотивационных видео используются для формирования контраста между потенциально возможными ситуациями, определения существенной разницы между положительными и отрицательными аспектами, а также для демонстрации преимуществ выбранного поведения или мышления. Противопоставления помогают зрителю лучше осознать результативность конкретных решений и действий, выделяя альтернативы и показывая, какой путь предпочтительнее.

- «**Работай** над собой, **перестань жалеть себя**» [12].
- «Было ли когда-нибудь такое, что ты **посвящал всего себя** какому-либо делу и **не добивался желаемого результата?**» [12].

Потенциалом создания образа оценочного типа перед мысленным взором обладают сравнения:

- «**Люди** склонны строить стены вокруг себя и сидеть внутри, как заключенные» [12].

Вершиной экспрессии являются императивные конструкции, в которых напрямую формулируются желаемые действия, конкретные шаги, ведущие к достижению целей. Такие конструкции помогают усилить мотивацию, создавая ощущение срочности и необходимости немедленных изменений. Например:

- «**Записывай эти цели каждый день**».

- «*Найди время для совершенствования*» [11].
- «*Двигайся вперед, работай над собой*».
- «*Научись, наконец, уважать себя*» [12].

Заключение

Таким образом, мотивационные видео представляют собой сложные структурно-семантические образования, обладающие значительным потенциалом воздействия на реципиента с целью активизации его позиции, связанной с отношением к учебе, с формированием правильной системы ценностей, улучшением качества жизни. Она помогает преодолеть пассивность и апатию, настраивая на выполнение конкретных шагов, направленных на достижение поставленных целей.

Литература

1. Артамонова Г.В. Аутентичные видеоматериалы как средство повышения мотивации студентов к самостоятельной работе [Текст] / Г.В. Артамонова // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2016. — С. 51–54
2. Баранов Е.Г. Информационно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание [Текст] / Е.Г. Баранов // Национальный психологический журнал. — 2017. — № 1. — С. 25–31.
3. Дулинец Т.Г. Повышение мотивации старших школьников средствами мультимедиа технологий [Текст] / Т.Г. Дулинец, Е.В. Наконечная, Н.В. Суворова [и др.] // Психолог. — 2022. — № 5. — С. 36–54
4. Есипов М.А. Социальные представления студенческой молодежи о психологической помощи [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / М.А. Есипов. — М., 2021. — 26 с.
5. Жукова Т.В. Динамика психологической структуры учебно-важных качеств студентов педагогического вуза [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук: (19.00.07) / Т.В. Жукова. — Ярославль, 2016. — 24 с.

References

1. Artamonova G.V. Authentic video materials as a means of increasing students' motivation for independent work // Azimuth of scientific research: pedagogy and psychology. 2016, pp. 51–54.
2. Baranov E.G. Informational and psychological impact: the essence and psychological content // National Psychological Journal. 2017, no. 1, pp. 25–31.
3. Dulinets T.G., Nakonechnaya E.V., Suvorova N.V., Shepeleva Yu.S., Tyukanov, V.L. Increasing motivation of senior schoolchildren by means of multimedia technologies // Psychologist. 2022, no. 5, pp. 36–54.
4. Esipov M.A. Social representations of student youth about psychological help : abstract of the dissertation of the Candidate of Psychological Sciences: 19.00.05. Moscow. 2021, 26 p.
5. Kruchinin V.A., Komarova N.F. Psychology and pedagogy of higher education: textbook. The method. manual. Part II. N. Novgorod: NGASU. 2014, 195 p.

Мотивация формируется в раннем возрасте и зависит от многих условий: уровень развития нервной системы, характер воспитания, обстановка в семье и т.п. Если не поддержать врожденный познавательный мотив, в будущем его потребуется восстанавливать. Мотивы играют роль в регуляции поведения, помогая организму адаптироваться к изменениям в окружающей среде. Мотивы определяют, что является значимым или важным для индивида в данный момент времени, и помогают выбирать адекватные способы поведения для достижения целей. Определив правильные и эффективные средства мотивации, преподаватель может активизировать внутренние ресурсы обучающего, что будет способствовать формированию гармонично развитой личности.

6. Кручинин В.А. Психология и педагогика высшей школы [Текст]: учеб.-метод. пособие. Ч. II / В.А. Кручинин, Н.Ф. Комарова. — Н. Новгород: Изд-во ННГАСУ, 2014. — 195 с.
7. Кузин С.А. Влияние видео и аудио канала передачи информации на эффективность убеждающего сообщения [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / С.А. Кузин; Гос. ун-т упр. — М., 2006. — 24 с.
8. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции [Текст]: конспект лекций / А.Н. Леонтьев. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. — 38 с.
9. Смирнов А.А. Адаптация студентов и образ вуза [Текст]: монография / А.А. Смирнов, Н.Г. Живаев. — Ярославль: Изд-во ЯрГУ, 2010. — 160 с.
10. URL: <https://rutube.ru/video/2ec405a96fd63088a2250535082f4a70/?r=a> (accessed: 10.11.2024).
11. URL: <https://rutube.ru/video/dc08d5ab7f97f1bdd3eba48af978e02c/?r=a> (accessed: 12.12.2024).
12. URL: <https://rutube.ru/video/e327799a24dd00ca7ad0ee5e9af05cdb/?r=a> (accessed: 12.12.2024).
6. Kuzin S.A. The influence of video and audio information transmission channels on the effectiveness of persuasive messages: abstract of the dissertation of the Candidate of Psychological Sciences: 19.00.05 / State University of Management. Moscow. 2006, 24 p.
7. Leontiev A.N. Needs, motives and emotions: Lecture notes. Moscow: Publishing House of Moscow. University. 1971, 38 p.
8. Smirnov A.A., Zhivaev N.G. Adaptation of students and the image of the university. Monograph. Yaroslavl; YarSU. 2010, 160 p.
9. Zhukova T.V. Dynamics of the psychological structure of the educational and important qualities of students of a pedagogical university: abstract of the dissertation of the candidate. Psychological Sciences. Yaroslavl. 2016, 24 p.
10. URL: <https://rutube.ru/video/2ec405a96fd63088a2250535082f4a70/?r=a> (accessed: 10.11.2024).
11. URL: <https://rutube.ru/video/dc08d5ab7f97f1bdd3eba48af978e02c/?r=a> (accessed: 12.12.2024).
12. URL: <https://rutube.ru/video/e327799a24dd00ca7ad0ee5e9af05cdb/?r=a> (accessed: 12.12.2024).