

УДК 37.02

Мотивационные аспекты взаимодействия субъектов образовательного процесса. Эффект владения: психология уважительной обратной связи**Самсонова Анна Владимировна**

Старший преподаватель кафедры иностранных языков,
Московский университет МВД России им. В.Я. Кикотя,
117437, Российская Федерация, Москва, ул. Академика Волгина, 12;
e-mail: nostalgj96@yandex.ru

Аннотация

Статья посвящена хорошо известному в педагогике и когнитивной психологии постулату, а именно, объективному оправданию более высокой оценки того, что принадлежит самому человеку. Учащимся интересно то, что они делают удовольствием, при этом они склонны высоко оценивать не только результат своего труда, но свои усилия для его достижения. Автор приводит примеры лабораторных исследований, наглядно доказывающих, что затраченные обучающимися усилия не просто меняют объект, они меняют способ оценки объекта, при этом, чем больше усилий и времени было затрачено на работу, тем выше это ими ценится. То есть, для эффективной обратной связи и оценки итогов работы преподавателю следует оценивать не только результат, но усилия, которые были приложены каждым из обучающихся для достижения конечной цели.

Для цитирования в научных исследованиях

Самсонова А.В. Мотивационные аспекты взаимодействия субъектов образовательного процесса. Эффект владения: психология уважительной обратной связи // Педагогический журнал. 2025. Т. 15. № 5А. С. 9-14.

Ключевые слова

Эффект ИКЕА, эффект владения, объективное оценивание, обратная связь.

Введение

В основе так называемого эффекта ИКЕА лежит так хорошо известный преподавателям постулат: учащимся интересно то, что они с удовольствием делают сами. При этом они склонны высоко оценивать не только результат своего труда, но свои усилия для его достижения. В основу этого явления положен известный научный принцип: всякий раз, когда человек принимает активное участие в создании чего-либо, его собственная оценка результата деятельности, которую он считает правильной и справедливой, гораздо выше, чем у других людей. Потратив время и приложив искренние усилия, человек особенно гордится результатами своего труда. При этом психологический эффект значительно больше, чем просто личная гордость: человек искренне начинает верить, что продукт стоит больше, чем было бы оправдано объективно.

Основная часть

В ходе исследований, которые проводились в американских университетских городках в начале XXI столетия [Hattie, 2009], было установлено, что для студентов престижными становились те сообщества и группы, вступить в которые было труднее всего, а выше ценились оценки за учебные курсы, освоение материала которых требовало усилий.

Очевидно, что, когда люди работают над достижением трудных целей, они ожидают, что им придется достичь их с определенными затратами и усилиями, они придают большое значение тому, чего они достигли и требуют, чтобы их усилия были оценены по достоинству. Это правило работает и в педагогике.

В одном из исследований студентов попросили сделать фигурки оригами, следуя инструкции, а затем оценить их. Несмотря на то, что полученные результаты были низкого качества и оценивались студентами контрольной группы в 5 центов, те студенты, которые создали модели, оценили их в 23 цента. «Таким образом, в то время как не-создатели видели дилетантские творения как почти бесполезную мятую бумагу, наши создатели наделили свои оригами ценностью» [Hattie, Gan, 2011].

Было также установлено, что все те, кто конструировал бумажные фигурки, полагали, что другие студенты будут оценивать результаты их работы как же высоко, как и они сами, в среднем, на 21 цент. Таким образом, создатели полагали, что именно личная оценка своей готовой работы представляет собой подлинную рыночную стоимость. Эксперименты, связанные с эффектом ИКЕА, затем были воспроизведены с использованием моделей конструктора LEGO. При этом строители только тогда высоко ценили свои лично собранные модели, когда им позволяли сохранить готовую модель в изначальном виде. Когда модели разбирались, они больше не имели такой высокой ценности, хотя идентичные компоненты оставались в коробке, и из них быстро можно было собрать модель. [Ariely, 2010] То есть, эмпирическим путем был подтвержден хорошо известный в педагогике факт: работа должна быть доведена до конечного результата, который высоко оценивается исполнителем. Если деятельность не завершена, ее оценка несопоставимо ниже. Более того, исполнитель завершенной работы ожидает, что и окружающие так же высоко ее оценят.

Этот хорошо знакомый педагогам и специалистам, занимающимся возрастной психологией, был назван группой психологов, изучавших потребительские привычки, эффектом ИКЕА в честь шведской компании. Психологи из Гарвардской школы бизнеса пришли к выводу, что люди, собравшие товар из ИКЕИ из купленных в плоской упаковке компонентов, ощущают

особую гордость за результат своей работы, хотя часто ни семья, ни друзья не оценят готовый продукт так высоко, как они сами [Азбель, Илюшин, Казакова, Морозова, 2022]. То есть, усилия становятся автоматическим компонентом добавленной стоимости, и люди склонны высоко ценить то, за что им приходилось бороться.

Эффект ИКЕА созвучен эффекту владения, но не идентичен ему. Эффект владения - еще один принцип, хорошо известный в когнитивной психологии. Эффект владения является результатом более высокой оценки собственного имущества, чем может быть объективно оправдано при взгляде со стороны. В условиях лабораторных экспериментов было установлено, что, когда людям дают предмет для хранения и временного использования, например, кофейную кружку, а затем к ним обращаются с просьбой продать этот предмет, запрашиваемая цена устанавливается выше, чем они сами были бы готовы заплатить за тот же предмет. Такие последствия, скорее, обусловлены не естественной жадностью, но подкрепляются подлинными различиями в оценках. Когда дело доходит до установления стоимости имущества, очевидно, что право собственности увеличивает стоимость этого имущества. Такое владение является одним из возможных объяснений того, почему люди склонны сохранять имущество и платить за его хранение, когда оно становится крайне неэкономичным.

Эти два эффекта, эффект ИКЕА и эффект владения, работают в учебной аудитории рука об руку. Эффект ИКЕА связан с личным вкладом и фактической работой, которую отдельный учащийся затрачивает на достижение значимой цели, разработку проекта или создание конечного результата. А эффект владения работает через простое обладание готовым продуктом. Оба эффекта являются естественными и неизбежными аспектами состояния человека. Прямым следствием этого является то, что учащиеся будут позитивно относиться к тому, чего они достигли. Но гораздо более важно, что они будут придавать ценность своей работе, которую сами будут признавать как высокую, и ценность которой будет выше, чем если бы преподаватель и другие учащиеся оценивали эту работу. Если преподаватель начинает смотреть на итоги работы учащихся их глазами, он будет способен понимать затраченные усилия и тот вклад, которые они должны были сделать в свою работу.

По сути, учащиеся будут активно присваивать ценности тому, что у них есть, чего они достигли, и что они должны были сделать, чтобы туда попасть.

Действительно, один из ключей в выражении эмпатии – сопереживания - другому человеку - это осознание того, что его чувства отражаются в усилиях, которые он прилагает для достижения результатов. И один из лучших способов признать эти усилия – потратить время, глядя на то что было достигнуто, и действительно это оценить. Когда преподаватели пытаются критиковать работу учащихся, они не всегда задумываются, что может существовать несоответствие между обратной связью, исходящей от них, и целями учащихся. Часто комментарии преподавателя звучат как чрезмерно оценочные, критические или негативные, хотя они должны отражать конкретные шаги, которые учащиеся могут предпринять для дальнейшего совершенствования.

Человеческие отношения укрепляются, когда одна сторона активно признает высокую оценку другой стороной своих личных итогов работы. Процесс обратной связи может работать более эффективно, когда обе стороны находят согласие в общей отправной точке, и это предполагает признание ценности достижений.

Психологи - исследователи эффекта ИКЕА провели множество практических экспериментов, касающихся человеческой мотивации и работы [Norton, Mochon, Ariely, 2012]. В одном из исследований студентам университета было предложено собрать модели маленьких роботов LEGO, точно следуя детально разработанным инструкциям. Им платили по шпучной

ставке два доллара за работа. В одном эксперименте роботы были демонтированы сразу же по завершению, на том основании, что их части были необходимы, если бы участник хотел продолжать работать. При этом условия студенты выполнили в среднем по семь роботов. Но при другом условии, когда роботы не были разобраны на глазах у студентов, они сделали, в среднем, по 11 роботов.

Такие выводы еще раз подтверждают простую истину: люди будут ценить то, во что вложили свои знания, свой труд и свое время, и никому не нравится, когда все, что было ими сделано, не ценилось, было лишено смысла, отброшено в сторону или даже уничтожено, как только работа была завершена. Таким образом, затраченные усилия не просто меняют объект, они меняют способ оценки объекта, при этом, чем больше усилий и времени было затрачено на работу, тем выше это ценится. Ценность результатов работы для ее исполнителей настолько высока, что они полагают, что и другие разделяют эту предвзятую точку зрения. А если они не могут завершить то, к созданию чего приложили большие усилия, последствия не играют для них большого значения.

Заключение

Таким образом, принимая во внимание результаты эмпирических экспериментов психологов, анализируя опыт «видимого обучения» Джина Хэтти и его коллег, опираясь на практический опыт советской, а потом и российской методической школы, можно утверждать следующее. Учащиеся более заинтересованы в том, что они делают сами, без явного принуждения; работа должна быть доведена до конца, и оценена по достоинству; оценке подлежит не только конечный результат, но и время и усилия, затраченные на его достижение; оценка должна быть справедливой не только и не столько с точки зрения преподавателя, но и с точки зрения обучающегося; обратная связь ненавязчиво присутствует на всех этапах работы; эффективная критика повествуется, но соблюдается золотое правило: на 20 процентов критики – 80 процентов похвалы; равнодушие со стороны преподавателя недопустимо.

На всех этапах работы преподаватель не должен оставаться равнодушным; его важнейшей задачей является необходимость предоставлять обратную связь на всех этапах: постановки задачи, процесса ее выполнения, оценивании. Если преподаватель признает старательность учащихся и те усилия, которые были ими приложены для достижения стоящего результата, то возникающая между всеми сторонами процесса обратная связь, будь то на уровне задачи, на уровне процессе, на уровне оценки результата, на уровне отношений, становится позитивной. Если учащиеся воспринимают преподавателя как человека, относящихся пренебрежительно к усилиям других, едва ли можно рассчитывать на поддержание взаимных уважительных отношений в учебной аудитории.

Библиография

1. Азбель А.А., Илюшин Л.С., Казакова Е.И., Морозова П.А. Отношение учеников и учителей к обратной связи: противоречия и тенденции развития. *Образование и наука*. 2022; 24(7):76-109.
2. Ariely, D. (2010). *The upside of irrationality: The unexpected benefits of defying logic at work and at home*. New York: Harper.
3. Hattie, J. A. C. (2009). *Visible learning: A synthesis of over 800 meta-analyses relating to achievement*. London: Routledge.
4. Hattie, J. A. C. (2012). *Visible learning for teachers*. London: Routledge.
5. Hattie, J. A. C., & Gan, M. (2011). Instruction based on feedback. In R. E. Mayer & P. Alexander (Eds.), *Handbook of research on learning and instruction* (pp. 249–271). New York: Routledge.

6. Norton M., Mochon D., Ariely D. (2012). The IKEA effect: When labor leads to love. *Journal of Consumer Psychology* 22 (2012) 453–460
7. Yates, G. C. R. (2015). How obvious: Personal reflections on the database of educational psychology and effective teaching research. *Educational Psychology*, 25 (6).
8. McGill *Journal of Education* (2023-24). Volume 58, Number 3, Fall 2023-2024, pp. 1-332.
9. McIntosh, M. (2023). Building strong student-parent-teacher relationships: Strategies for enhancing academic performance and student success. *Academy of Educational Leadership Journal*, 27(2), 1-3.
10. Nicola-Richmond K., Tai J., Dawson P. Students' feedback literacy in workplace integrated learning: How prepared are they? // *Innovations in Education and Teaching International*. 2021. Available from: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14703297.2021.2013289> (date of access: 06.12.2021). <https://doi.org/10.1080/14703297.2021.2013289>

Motivational Aspects of Educational Process Participants' Interaction. The Endowment Effect: Psychology of Respectful Feedback

Anna V. Samsonova

Senior Lecturer, Foreign Languages Department,
Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia named after V.Ya. Kikot,
117437, 12, Akademika Volgina str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: nostalg96@yandex.ru

Abstract

The article examines a well-established postulate in pedagogy and cognitive psychology - the objective justification for higher valuation of what belongs to oneself. Students show greater interest in activities they perform with pleasure, tending to value not only the final outcome but also their own efforts invested in achieving it. The author presents laboratory research examples demonstrating that learners' invested efforts don't merely change the object of work but transform their evaluation of it, with greater time and effort investment leading to higher personal valuation. Consequently, for effective feedback and work assessment, educators should evaluate not only the final result but also the individual efforts each student invested to achieve the learning objectives.

For citation

Samsonova A.V. (2025) Motivatsionnye aspekty vzaimodeystviya sub"ektov obrazovatel'no go protsesssa. Effekt vladeniya: psikhologiya uvazhite'l'noy obratnoy svyazi [Motivational Aspects of Educational Process Participants' Interaction. The Endowment Effect: Psychology of Respectful Feedback]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 15 (5A), pp. 9-14.

Keywords

IKEA effect, endowment effect, objective assessment, feedback.

References

1. Azbel, A.A., Ilyushin, L.S., Kazakova, E.I., Morozova, P.A. (2022). Otnoshenie uchenikov i uchitelei k obratnoi svyazi: protivorechiya i tendentsii razvitiya [Students' and teachers' attitudes towards feedback: Contradictions and development trends]. *Obrazovanie i nauka* [Education and Science], 24(7), pp. 76-109. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2022-7-76-109>

2. Ariely, D. (2010). *The upside of irrationality: The unexpected benefits of defying logic at work and at home*. Harper.
3. Hattie, J.A.C. (2009). *Visible learning: A synthesis of over 800 meta-analyses relating to achievement*. Routledge.
4. Hattie, J.A.C. (2012). *Visible learning for teachers*. Routledge.
5. Hattie, J.A.C., & Gan, M. (2011). Instruction based on feedback. In R.E. Mayer & P. Alexander (Eds.), *Handbook of research on learning and instruction* (pp. 249-271). Routledge.
6. Norton, M., Mochon, D., & Ariely, D. (2012). The IKEA effect: When labor leads to love. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), pp. 453-460. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.002>
7. Yates, G.C.R. (2015). How obvious: Personal reflections on the database of educational psychology and effective teaching research. *Educational Psychology*, 25(6), pp. 635-656. <https://doi.org/10.1080/01443410500345130>
8. *McGill Journal of Education* (2023-2024). Volume 58, Number 3, Fall 2023-2024, pp. 1-332.
9. McIntosh, M. (2023). Building strong student-parent-teacher relationships: Strategies for enhancing academic performance and student success. *Academy of Educational Leadership Journal*, 27(2), pp. 1-3.
10. Nicola-Richmond, K., Tai, J., & Dawson, P. (2021). Students' feedback literacy in workplace integrated learning: How prepared are they? *Innovations in Education and Teaching International*. <https://doi.org/10.1080/14703297.2021.2013289>