

Воронцов Артур Артурович

аспирант

УО «Белорусский государственный педагогический
университет имени Максима Танка»

социальный педагог

ГУО «Гимназия №30 г. Минска имени Героя
Советского Союза Б.С. Окрестина»

г. Минск, Республика Беларусь

**АЛГОРИТМ РЕГРЕССИИ ОЦЕНКИ ПЕРВИЧНОГО ДОВЕРИЯ
К КОНТЕНТУ, ИСТОЧНИКУ КОНТЕНТА В РАМКАХ СОЦИАЛЬНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ РАЗВИТИЯ
МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ УЧАЩИХСЯ**

***Аннотация:** статья посвящена вопросу медиакомпетентности учащихся. Утверждается, что в рамках социально-педагогического сопровождения развития медиакомпетентности учащихся существенную роль имеет нивелирование влияния интуитивных суждений о достоверности и возможности интерпретации контента в рамках регрессии оценки первичного доверия к контенту, источнику контента как основы для формирования готовности применения учащимися обоснованного доверия к контенту, источнику контента.*

***Ключевые слова:** социально-педагогическое сопровождение, доверие, экосистема электронных социальных сетевых медиа.*

В современном мире, где информационная неопределённость является повсеместной, уже не столько из-за недостатка информации, а скорее из-за её избытка. Значительное место имеет экосистема «электронных социальных сетевых медиа» [4], что обеспечивают реализацию социальных потребностей, где «потребность включения в социальные связи» [12, с. 39], протекает через, благодаря и на условиях «архитектуры выбора» [10] экосистемы электронных социальных сетевых медиа. Существенной проблемой является то, что контент производи-

мый в рамках экосистемы электронных социальных сетевых медиа обычно ориентирован на побуждение потребителя контента к действию экономические действия, социально значимые действия и др., что достигается разными способами от «каскада доступной информации» [10] и до влияния различных манипуляторных техник [7, с. 512–516]. Значительно то, что конкретные действия не всегда имеют положительные последствия для потребителя контента, особенно это касается современных учащихся в раннем юношеском возрасте, что не всегда адекватно оценивают ситуацию. На основе необоснованных и интуитивных суждений о достоверности информации и о возможности адекватно понимать информацию в контенте, формируют необоснованное доверие у учащегося к источнику контента или самому контенту и как следствие к рискованным актам поведения, что можно рассматривать как следствие влияния на учащихся рисков медиасоциализации [8; 9]. Ответом на оказываемое воздействие со стороны экосистемы электронных социальных сетевых медиа на общество со стороны образования явилось коррекция и профилактика рисков медиасоциализации, что в рамках социально педагогической практики нашло своё отражение как социально-педагогическое сопровождение развития медиакомпетентности у учащихся, особенно это значительно для учащихся старших классов. Медиакомпетентность, в сущности, представляется как «совокупность умений выбирать, использовать, критически анализировать, оценивать, передавать и создавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме» [11, с. 103].

Таким образом цель статьи обозначить теоритические основания и описать алгоритм регрессии оценки первичного доверия к контенту, источнику контента в рамках электронных социальных сетевых медиа в контексте социально-педагогического сопровождения развития медиакомпетентности учащихся раннего юношеского возраста.

Для коррекции и профилактики рисков медиасоциализации в рамках социально-педагогического сопровождения развития медиакомпетентности, значи-

тельное место имеет формирование у учащихся готовности применения обоснованного доверия к контенту, к источнику контента, в рамках чего значительное место имеет коррекция интуитивных суждений, что построены в контексте идей о двух системах [1; 2; 5], что были развиты в изысканиях Д. Канемана [6].

Так Д. Канеман разрабатывал, алгоритмы для «коррекции интуитивных предсказаний» [6, с. 250] и «процесс противодействия распространённым искажениям дискретных предсказаний: пренебрежению априорными вероятностями и нечувствительности к качеству информации» [6, с. 252], что в рамках информационной неопределённости может иметь значительное место, так как оценка основывается в том числе на «регрессии к среднему». Это имеет значение при коррекции интуитивных суждений о степени понимания учащимися контента и оценки учащимися степени достоверности информации в контенте, т.е. регрессии необоснованного первичного доверия к контенту которое состоит из этих суждений. Так автор алгоритма «коррекции интуитивных предсказаний» [6, с. 250] предлагал вначале определять типичную оценку (первая оценка), потом определить оценку в соответствии с вашим мнением основанные на ваших впечатлениях (вторая оценка), следом стоит оценить корреляцию между первой и второй оценкой (третья оценка), но важным действием, которое связывает все оценки является перемещение на величину в соответствии с корреляцией в процентах (оценка три в процентах) от типичной оценки (первой оценки) в направлении оценки построенной на впечатлениях (второй оценки). Это наиболее понятно если производить перемещение на отрезке между точками, которые соответствуют оценкам один и два, на расстояние соответственно величине оценки три в процентах, между ними. Однако для применения данного алгоритма в рамках регрессии оценки первичного доверия требуются значительные усилия и специальные знания со стороны учащихся по нахождению корреляции и исходной средней, что затруднит применение данного алгоритма на постоянной основе широкого спектра учащихся.

Для решения сложностей, что возникают у учащихся при нахождении корреляции и адаптации применения приведённого выше алгоритма учащимися для

регрессии оценки первичного доверия к контенту, источнику контента в рамках электронных социальных сетевых медиа стоит сравнить алгоритм для «коррекции интуитивных предсказаний» [6, с. 250] и алгоритм направленный на «противодействия распространённым искажениям дискретных предсказаний» [6, с. 252] и «алгоритм прогнозирования по исходной категории» Б. Фливбьорга [3], что противодействуют одним и тем же искажениям, так как «искажения в прогнозах, выражающихся в шкале, как, например, средний балл или доход фирмы, сходны с искажениями, наблюдающимися при оценке вероятностей исходов» [6, с. 252], и в сущности сами по себе схожи. Таким образом при коррекции используются: априорная вероятность или средняя оценка в конкретной категории, что можно обозначить как дедуктивная оценка о явления, или оценка конкретной категории исходя из обобщающей категории, или оценка ситуации, явления без наличия дополнительной информации, таким образом это оценка один; интуитивное предсказание, суждение исходя из впечатлений, средняя оценка или вероятность явления, т.е. это оценка два; может быть использована оценка три, как корреляция между оценкой один и два, или редуцируется оценка три от конкретной корреляции до корреляции в 0,5, что соответственно приводит к 50% перемещению между точками оценки один и оценки два, т.е. середина между точками. Таким образом нивелируется проблема нахождения корреляции.

Однако это не решает проблему нахождения исходных статических данных по конкретной категории, что так же обеспечивает проблемы для использования алгоритма регрессии оценки первичного доверия к контенту, источнику контента. Так как принятие интуитивных суждений как истины является прерогативой «гуманов» [10], что высоко подвержены и зачастую соглашаются с интуитивными суждениями, в виду того, что на таких условных потребителей контента влияют «капризы Системы 1 и леность Системы 2» [6, с. 540], а по мнению некоторых авторов [6; 10] «эконы» [10] не подвержены принятию решений под воздействием субъективных причин, однако на них продолжают влиять объективные причины, т.е. искажения самой информации, таким образом для адекватного

реальности понимания явления в контенте, порождаемом экосистемой электронных социальных сетевых медиа, необходима достоверная информация и соразмерные способы интерпретации, т.е. на формирование оценки первичного доверия влияют внешние эффекты и внутренние эффекты. Внешние эффекты базируются на конкретных искажениях информации и манипуляциях [7], что определяет качество данных: достоверны или недостоверны сведения о явлении в контенте. Внутренние эффекты, основываются на возможности воздействия на потребителя контента различных явлений, что порождает он сам, т.е. это подверженность «праймингу, эффекту WYSIATI, мышлению в узких рамках, субъективности и искаженным предпочтениям» [6, с. 536–537], что определяет качество потребителя контента: адекватная или неадекватная интерпретация контента. Для широкого использования алгоритма учащимися, стоит оценивать события сочетания эффектов как равновероятные события. Таким образом, при равномерном распределении возможности возникновения вариантов сочетаний внешних и внутренних эффектов из 100%, мы получаем 4 варианта сочетания, в рамках которых три варианта имеют негативное влияния внешних и внутренних эффектов для потребителя контента, т.е. 75% вероятность быть или обманутым, или стать жертвой проблем интерпретации, или то и другое одновременно, негативные влияния эффектов не имеют силы только в одном варианте сочетания, т.е. 25%, что можно использовать при реализации алгоритма коррекции совокупности интуитивных суждений как регрессии оценки первичного доверия, к контенту, источнику контента, которая зачастую необоснованно.

Исходя из вышеизложенного, стоит определить, что при коррекции интуитивных суждений, в первую очередь обеспечивается регрессия оценки первичного доверия учащегося к контенту, или источнику контента. Стоит определить алгоритм регрессии оценки первичного доверия (рис.1): для наглядности учащиеся чертят отрезок с помощью линейки 10 см, где 10 см это 100% как вероятность совокупности 4 вариантов сочетаний внешних и внутренних эффектов, а 25% позитивного исхода для потребителя контента обозначаются как точка А на 2,5 см

(оценка один), а оценка в соответствии собственными представлениями и дополнительной информацией обозначается произвольно точкой В и лишь потом измеряется линейкой (оценка два), поставленная точка по середине между точками А и В, точка С будет регрессивной оценкой доверия которое стоит применять к конкретному контенту, или источнику контента, её можно находить как среднеарифметическое значение оценки один и оценки два. Алгоритм можно модифицировать в сторону усложнения. Кроме того, его можно использовать, как основу для дальнейшего анализа, используя ключевые события для изменения понимания и переоценки контента, источника информации для смещая точки С к 0 см или к 10 см, что позволяет фиксировать динамические изменения в собственном отношении.

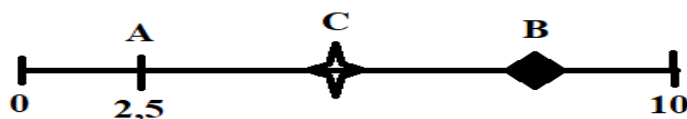


Рис. 1 Аллюзия на реализацию алгоритма регрессии
оценки первичного доверия

Кроме того, значительным является то, что данный алгоритм с социально-педагогической точки зрения создаёт ситуацию коррекции рисков медиасоциализации за счёт эффектов «прайминга» [6] и «привязки» [6], которые встроены в «архитектуру выбора» [10] алгоритма, что важно, так как обеспечение реализации эффектов в рамках взаимодействия педагога социального и учащегося не лежит на педагоге социальном в полном объёме, что снижает неприятия взаимодействия со стороны учащегося к педагогу в рамках иерархического взаимодействия и переводит в русло сетевого взаимодействия.

Таким образом были обозначены теоритические основания и описан алгоритм регрессии оценки первичного доверия к контенту, источнику контента в

рамках электронных социальных сетевых медиа, что может применяться в контексте социально-педагогического сопровождения развития медиакомпетентности учащихся раннего юношеского возраста.

Список литературы

1. Evans J. Dual-Processing Accounts of Reasoning, Judgment, and Social Cognition» / J. Evans. // *Annual Review of Psychology* – 2008. – Vol. 59 (1). – P.255–278.
2. Evans J., Frankish K. In *Two Minds: Dual Processes and Beyond* / J. Evans, K. Frankish. – New York: Oxford University Press, 2009.- 384 p.
3. Flyvbjerg B. From Nobel Prize to Project Management: Getting Risks Right / B. Flyvbjerg // *Project Management Journal*. – 2006. – №37 – P. 5–15.
4. Safk L., Brake D.K. *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success* / L. Safk, D.K. Brake – Hoboken : New Jersey : John Wiley & Sons, 2009. – XVIII, 821 p.
5. Stanovich K., West R. F. Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate / K. Stanovich, R. West // *Behavioral and Brain Sciences* – 2000. – Vol. 23. – P. 645–726.
6. Канеман Д. *Думай медленно... решай быстро* / Д. Канеман; пер. с англ.: А. Андреев, Ю. Деглина, Н. Парфенова. – М.: АСТ, 2021. – 653 с.
7. Кара-Мурза С.Г. *Манипуляция сознанием* / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 523 с.
8. Пищова А.В. *Медиабезопасность субъектов образовательного процесса: проблемы и риски* / А.В. Пищова // *Философско-педагогические проблемы непрерывного образования : сборник научных статей: материалы III Международной научно-практической конференции (г. Могилев, 26–27 апреля 2018 г.)* / под ред. М.И. Вишневого, Е.И. Снопковой. – Могилев: МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. – С. 271–274.
9. Солдатова Г.У. *Цифровое поколение России: компетентность и безопасность*. / Г.У. Солдатова, Е.И. Рассказова, Т.А. Нестик – М.: Смысл, 2017. – 375 с.

10. Талер Р. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье / Р. Талер, К. Санстейн; пер. с англ. Е. Петровой; науч. Ред. С. Щербаков. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 240 с.

11. Фёдоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В. Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.

12. Ядов В.А. Социальная идентификация в кризисном обществе / В.А. Ядов // Социологический журнал. – 1994. – №1 – С. 35–52.