ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ И ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ МОЛОДЁЖИ

«МЕНЯ ОЦЕНЯТ В XXI ВЕКЕ»

Направление: Психология

Тема: Эффект доктора Фокса в цифровой среде

Соискатель: Емельянова Ульяна Юрьевна

Научный руководитель: Алексеева Альбина Сергеевна

Место выполнения работы: МБОУ – Алданский лицей МР «Алданский район» РС (Я)

2026

Оглавление

Введение ... 3

1. Эффект доктора Фокса в современном мире и его восприятие подростками ... 4

1.1. Происхождение понятия «эффект доктора Фокса» ... 4

1.2. Психологические механизмы восприятия убедительного выступления ... 4

1.3. Проявление механизмов восприятия в цифровой среде ... 5

2. Практическая часть ... 6

2.1. Описание эксперимента ... 6

2.2. Анкета «Мне интересно… почему?» ... 6

2.3. Сравнительный анализ полученных результатов ... 12

2.4. Памятка для подростков «Как не дать красивым словам себя обмануть?» ... 12

Выводы ... 13

Список использованных источников ... 15

Введение

Актуальность. Цифровая среда предоставляет школьникам множество способов получения информации. Объяснения учебных тем можно найти в видеороликах, онлайн-лекциях, коротких публикациях и выступлениях образовательных блогеров. Пользователь оценивает такой материал не только по содержанию, но и по голосу автора, уверенности, эмоциональности и общему впечатлению от выступления.

Просматривая множество познавательных видеороликов, я обратила внимание, что множество фактов не являются правдивыми, но благодаря эмоциональности подачи информации, внешнего вида блогера, невольно веришь каждому слову, тем самым и возникает эффект доктора Фокса.

Объект исследования – восприятие школьниками контента в цифровой среде.

Предмет исследования – влияние манеры подачи на субъективную оценку видео, доверие к выступающему и результаты проверки понимания для разработки памятки «Как не дать красивым словам себя обмануть?».

Цель: анализ влияния выразительности выступления на восприятие видео школьниками и на усвоение его содержания.

Задачи:

1. Изучить происхождение понятия «эффект доктора Фокса».
2. Рассмотреть психологические механизмы восприятия убедительного выступления.
3. Проанализировать особенности проявления механизмов восприятия в цифровой среде.
4. Провести эксперимент.
5. Разработать анкету на понимание материала.
6. Систематизировать и сравнить полученные результаты.
7. Разработать памятку «Как не дать красивым словам себя обмануть?».

Гипотеза. Мы предполагаем, что выразительная версия видео получит более высокие оценки интересности и качества объяснения и ему будут верить, чем сдержанная версия с полным содержанием правдивой информацией.

Выделены следующие **методы исследования**:

1. Информационный;
2. Наблюдение;
3. Анкетирование;
4. Расчетно-графический.

База исследования: Муниципальное бюджетное образовательное учреждение – Алданский лицей МР «Алданский район» Республики Саха (Якутия).

Участники исследования: учащиеся 10 класса МБОУ – Алданский лицей.

1. Эффект доктора Фокса в современном мире и его восприятие подростками

1.1.Происхождение понятия «эффект доктора Фокса»

Название эффекта связано с исследованием Дональда Нафтюлина, Джона Уэра и Фрэнка Доннелли, опубликованным в 1973 году.

В исследовании профессиональный актёр выступал перед аудиторией специалистов под именем доктора Майрона Фокса. Он был представлен как авторитетный эксперт и прочитал лекцию о математической теории игр применительно к подготовке врачей. Выступление было построено так, чтобы сочетать уверенную, привлекательную манеру подачи с содержательными недостатками: неопределённостью, противоречиями и профессионально звучащими формулировками.

Несмотря на ограниченную содержательную ценность лекции, выступление получило положительные оценки части аудитории.

Исследование показало, что выразительность и предполагаемый авторитет выступающего могут влиять на оценку образовательного выступления. Однако оно не позволяет сделать вывод, что все слушатели всегда принимают бессодержательную речь за качественное обучение.

У первоначального эксперимента были ограничения, включая отсутствие полноценного сравнения с контрольным выступлением. Поэтому эффект доктора Фокса следует рассматривать как важное указание на проблему оценивания, а не как универсальный закон восприятия.

В узком смысле эффект доктора Фокса связан с высокой оценкой выступления, содержательная ценность которого недостаточна, благодаря привлекательной манере подачи и впечатлению компетентности.

В более широком обсуждении этим названием иногда обозначают ситуации, когда стиль выступления оказывает сильное влияние на оценку качества объяснения.

Эти значения необходимо различать. Если выразительная подача помогает школьнику лучше понять точный и полезный материал, это не является доказательством негативного эффекта. В таком случае она выполняет образовательную функцию.

1.2. Психологические механизмы восприятия убедительного выступления

В психологии имеется такое понятие, как «эффект ореола». Эффект ореола (или гало-эффект) – это когнитивное искажение, при котором общее впечатление о человеке, бренде или продукте влияет на оценку их отдельных характеристик. Проще говоря, мы склонны переносить оценку одной яркой черты на все остальные свойства объекта.

Термин ввёл американский психолог Эдвард Торндайк в 1920 году. В своём эксперименте он попросил армейских командиров оценить подчинённых по ряду параметров: интеллект, лидерские способности, надёжность. Выяснилось, что привлекательные внешне солдаты получали более высокие баллы по всем характеристикам, чем менее симпатичные сослуживцы.

В модели вероятности осмысления Ричарда Петти и Джона Качиоппо различаются пути убеждения, связанные с более внимательным анализом аргументов и с использованием дополнительных признаков сообщения.

При внимательной оценке человек рассматривает доказательства, проверяет логику и сопоставляет информацию с другими источниками.

При менее глубокой обработке более значимыми могут становиться уверенность выступающего, его привлекательность, статус или общее впечатление.

Это не означает, что зрители всегда действуют одним способом. Глубина обработки зависит от интереса к теме, имеющихся знаний, времени и готовности прикладывать усилия.

Для школьника короткое видео может казаться убедительным потому, что автор говорит свободно и понятно. Но для оценки достоверности необходимо дополнительно проверить, что именно утверждается и чем это обосновано.

Легко воспринимаемое объяснение может создавать впечатление, что материал уже усвоен. В исследованиях образовательного восприятия рассматривается возможность того, что плавность и уверенность подачи влияют на субъективную оценку обучения.

Здесь важно не смешивать полезную ясность и иллюзию понимания.

Полезная ясность помогает человеку самостоятельно объяснить мысль, привести пример и решить задачу.

Иллюзия понимания проявляется в том, что во время просмотра всё кажется знакомым и очевидным, но после него человек затрудняется воспроизвести содержание.

Простой способ различить эти состояния – закрыть видео и попробовать объяснить материал своими словами.

1.3.Проявление механизмов восприятия в цифровой среде

В цифровой среде впечатление от образовательного материала может формироваться под воздействием нескольких факторов (рис.1)

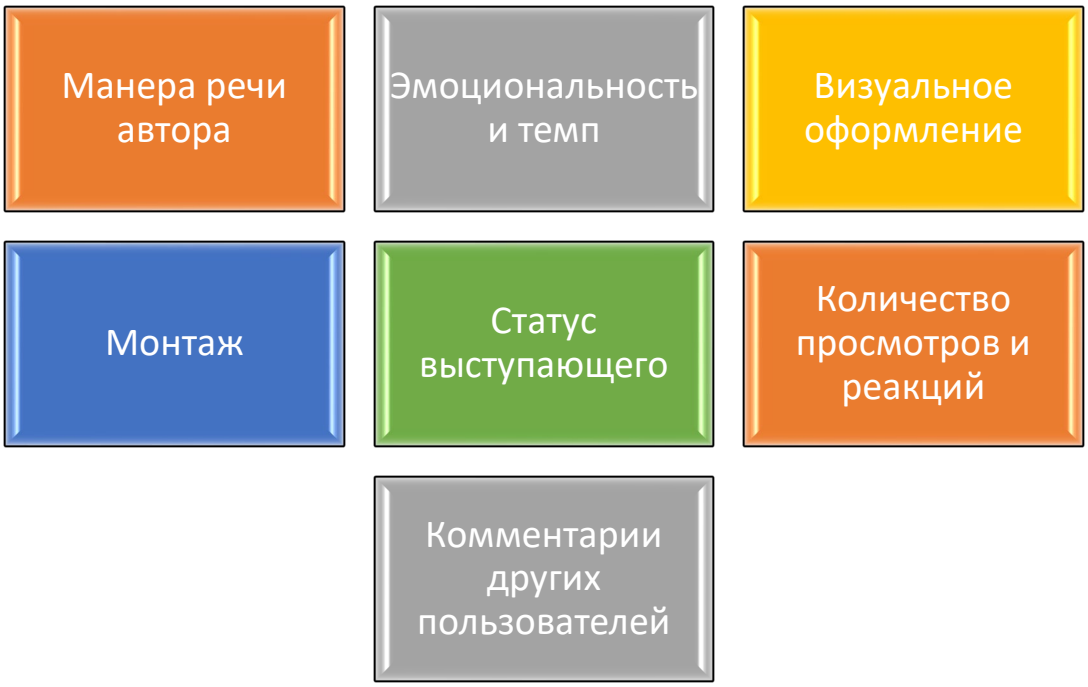


Рис. 1 - проявления механизмов восприятия в цифровой среде

Эти признаки могут помогать ориентироваться в большом количестве материалов, но не являются самостоятельным доказательством точности содержания.

Кроме того, цифровая среда позволяет быстро переключаться между роликами. Поэтому привлекательность первых секунд может влиять на решение продолжить просмотр.

Таким образом, выразительная подача может повышать привлекательность образовательного выступления. Однако положительное впечатление не всегда отражает глубину понимания материала.

2. Практическая часть

2.1. Описание эксперимента

С целью подтверждения гипотезы исследовательской работы о том, что выразительная версия видео получит более высокие оценки интересности и качества объяснения, чем сдержанная версия с тем же содержанием, мною проведен эксперимент «Сладкая ложь и горькая правда». Участниками данного эксперимента являются учащиеся 10 класса МБОУ – Алданский лицей в количестве 14 человек, которые разделены на 2 подгруппы (по 7 человек в одной подгруппе).

В качестве темы выступают «Интересные факты об организме человека и ухода за ним».

Порядок проведения следующий:

1. Участникам объясняют, что исследование посвящено восприятию разных вариантов учебного видео.
2. До просмотра проводится короткая проверка исходных знаний.
3. Каждый участник смотрит только одну версию видео.
4. Сразу после просмотра участник заполняет анкету.
5. Затем выполняет тест по содержанию.
6. При возможности через 5–7 дней проводится повторная проверка знаний.
7. После завершения измерений всем участникам предоставляется корректное полное объяснение темы и раскрывается цель сравнения вариантов.

Во время просмотра и тестирования участники не должны обсуждать ответы друг с другом. Условия проведения – время, помещение и используемая техника — по возможности должны быть одинаковыми.

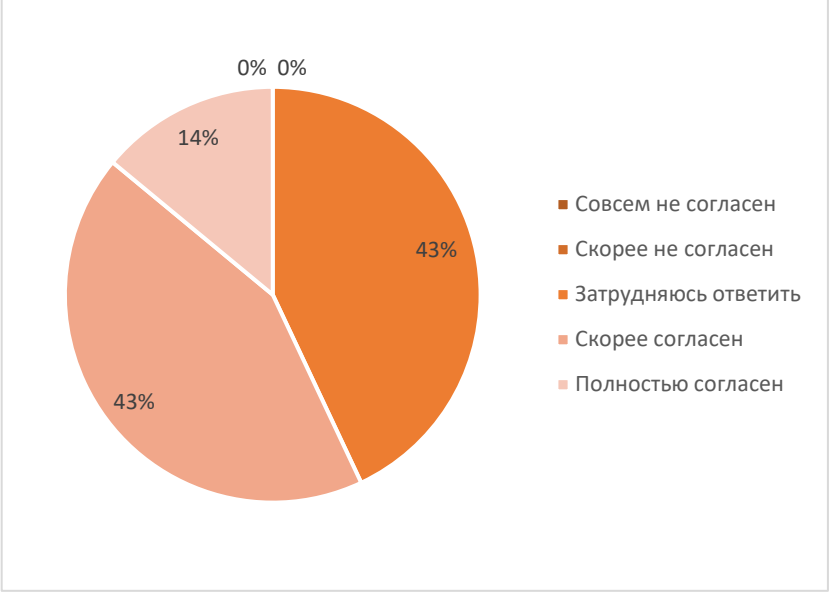
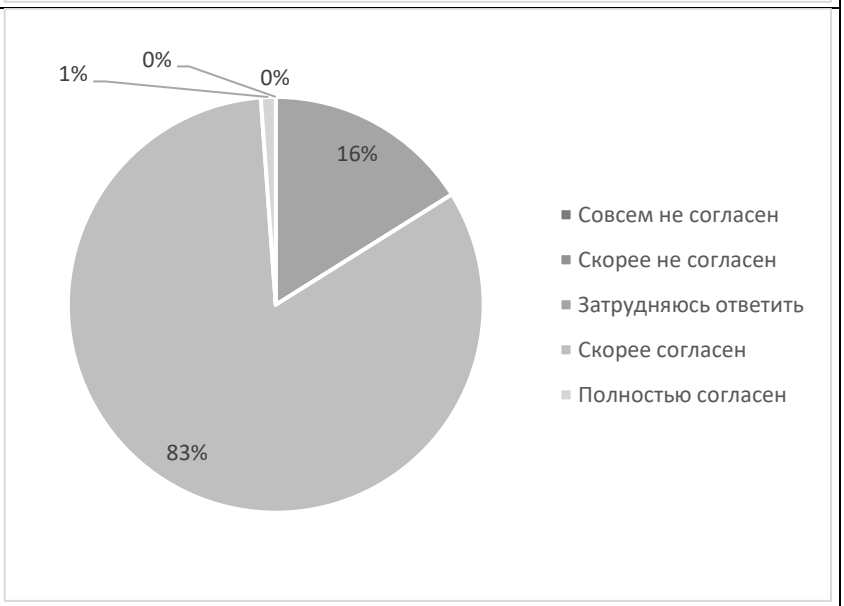
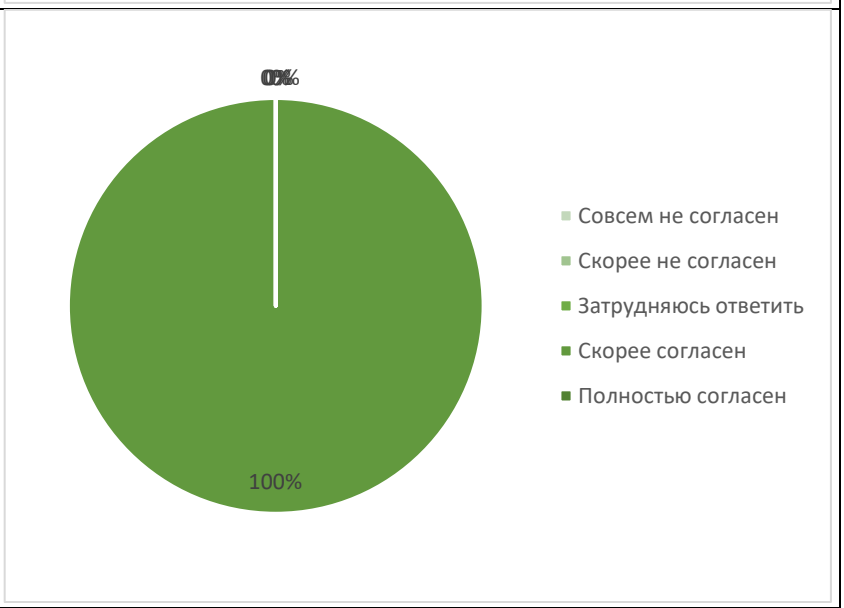
2.2.Анкета «Мне интересно… почему?»

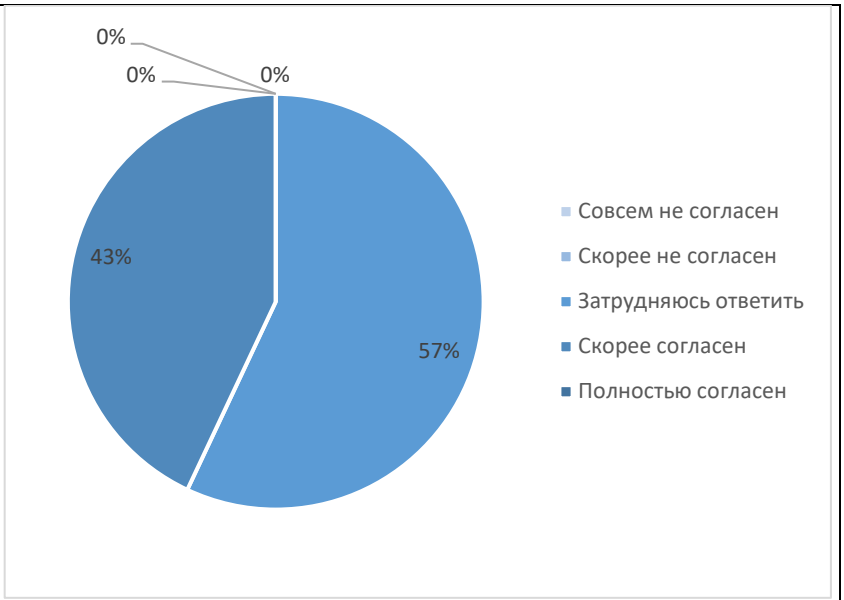
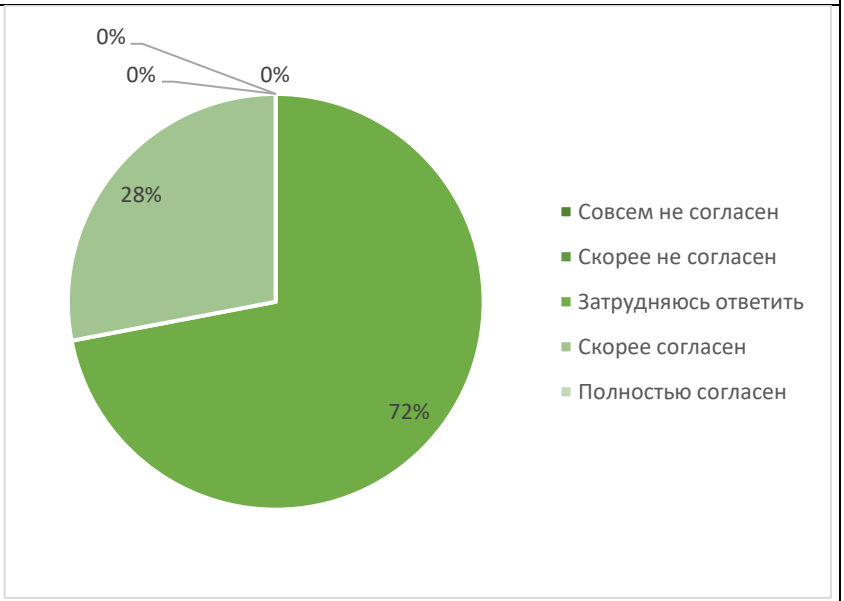
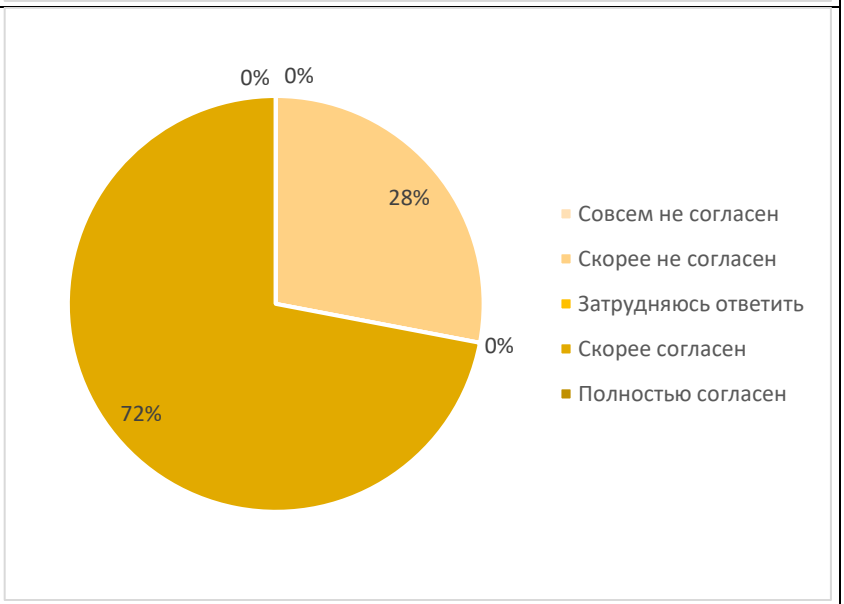
После просмотренных видео, учащиеся ответили на вопросы анкеты. Изучив ответы испытуемых из 2-х групп, мною получены результаты, которые представлены в таблице 1 и 2.

Таблица 1.

Результаты анкеты «Мне интересно…почему?» (1 группа)

Вопросы	**Ответы**	**Диаграмма**
	1 группа (видео эмоциональное, выразительное, но имеет ложные, поверхностные факты)	

Мне было интересно смотреть видео	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 3 (43%) 4 – скорее согласен – 3 (43%) 5 – полностью согласен – 1 (14%)	
Изложение показалось мне понятным	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 1 (14%) 4 – скорее согласен – 5 (72%) 5 – полностью согласен – 1 (14%)	
После просмотра я смогу объяснить тему другому человеку	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 0 () 4 – скорее согласен – 7 (100%) 5 – полностью согласен – 0	

Автор произвёл впечатление компетентного человека	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 4 (57%) 4 – скорее согласен – 3 (43%) 5 – полностью согласен – 0	
Я доверяю объяснению, представленному в видео	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 5 (72%) 4 – скорее согласен – 2 (28%) 5 – полностью согласен – 0	
Я хотел бы посмотреть другие учебные видео этого автора	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 2 (28%) 3 – затрудняюсь ответить – 0 4 – скорее согласен – 5 (72%) 5 – полностью согласен – 0	

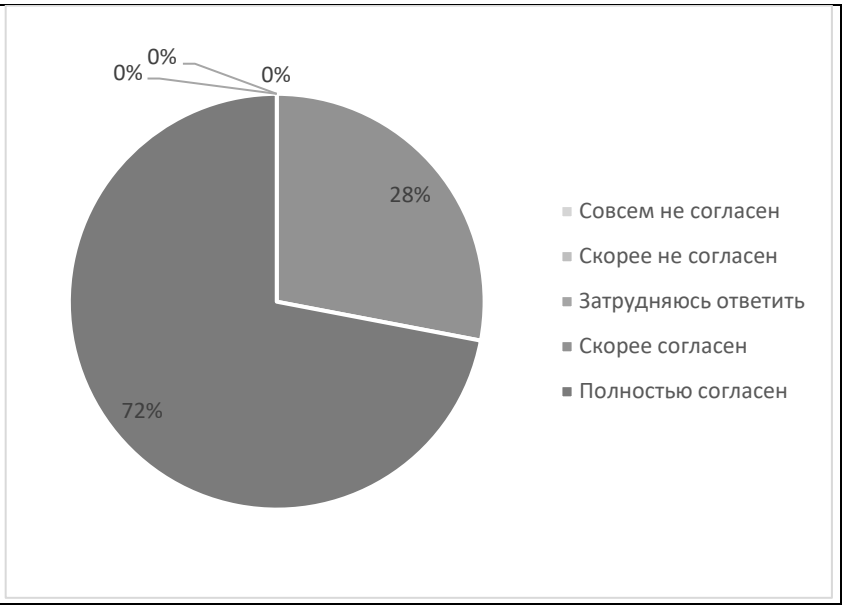
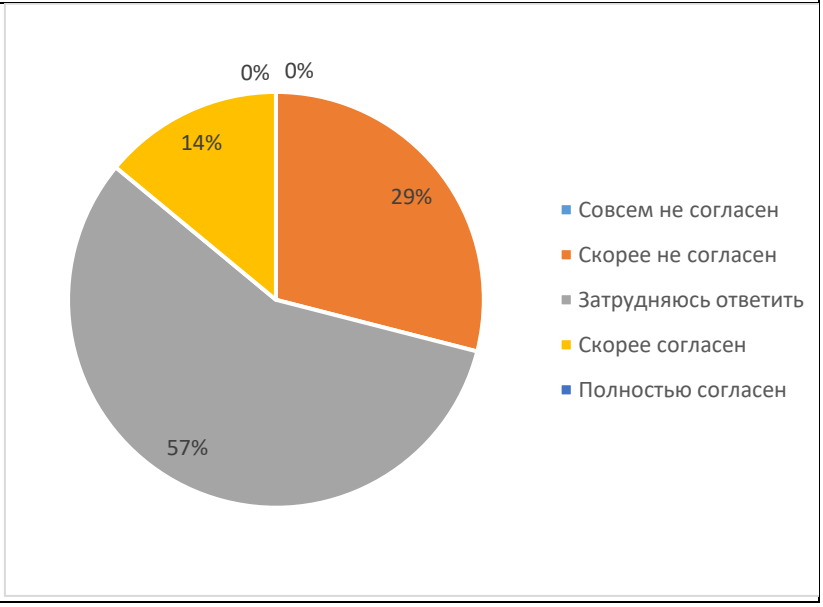
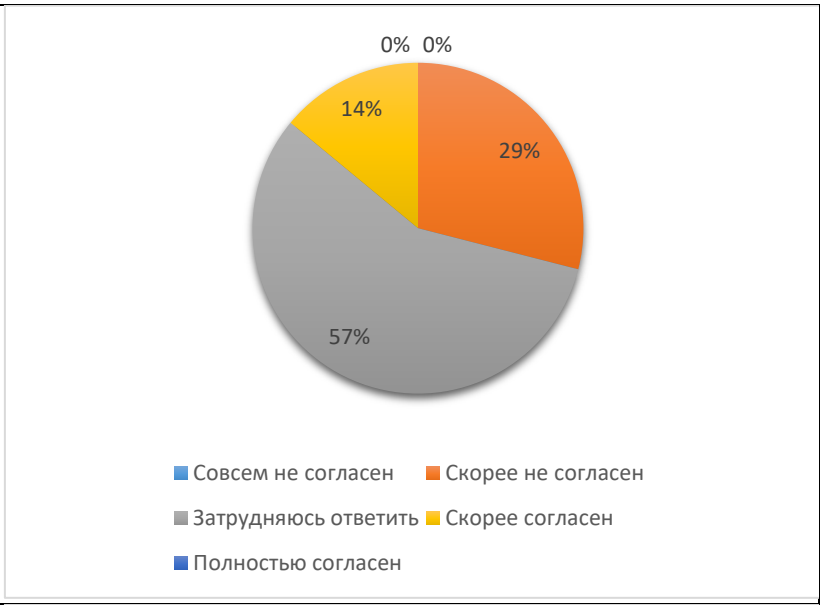
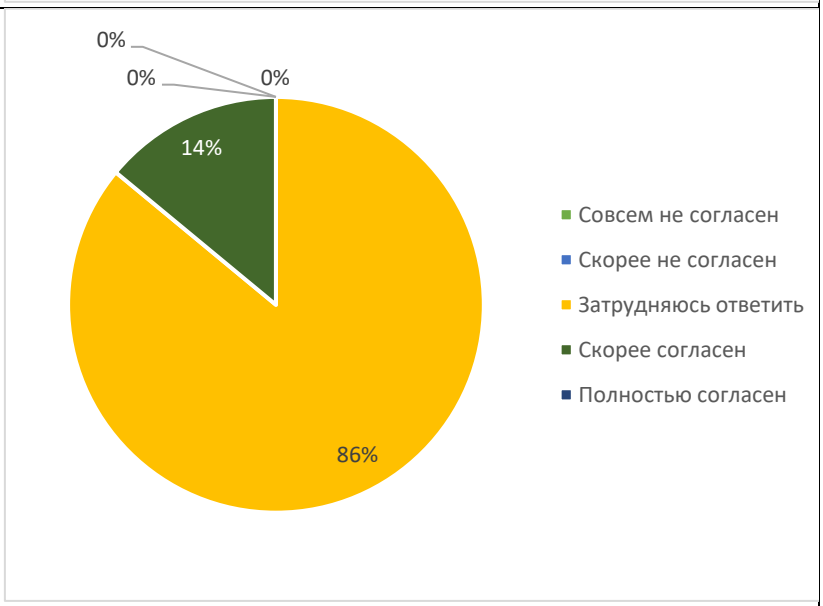
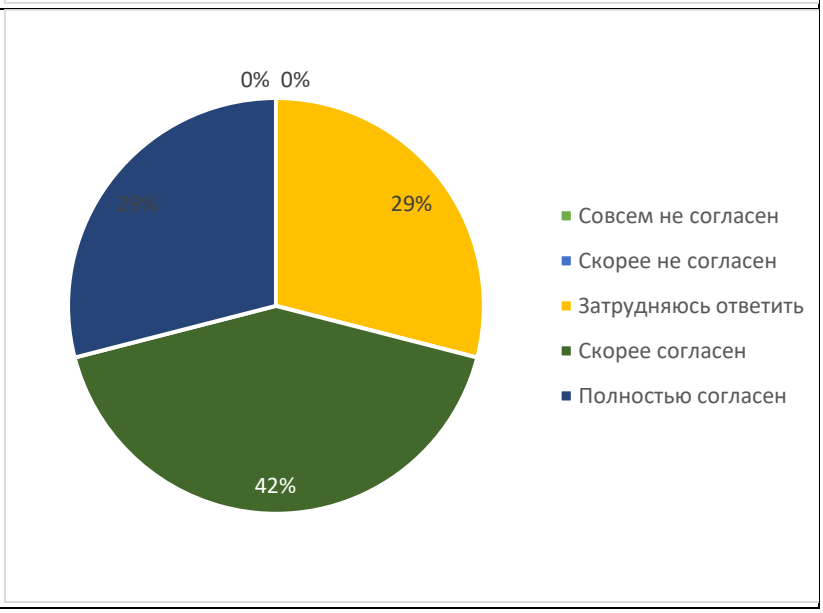
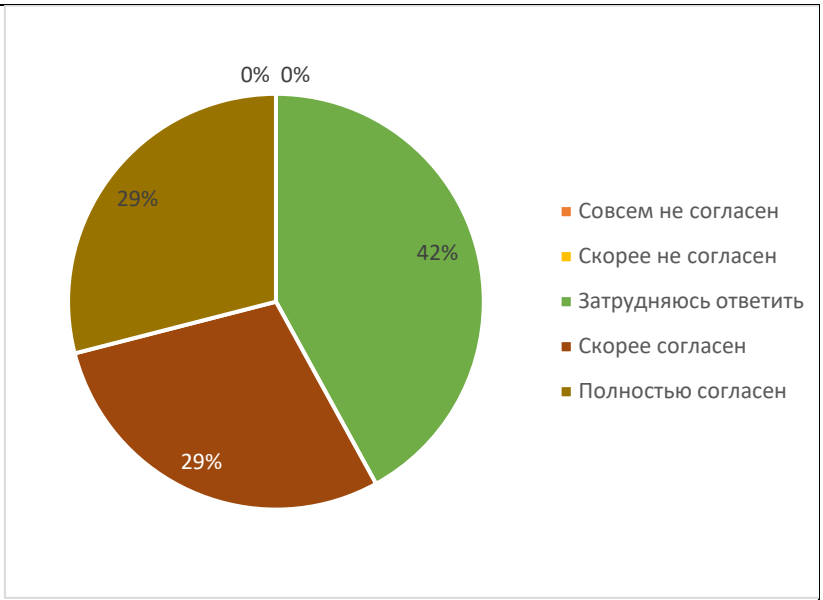
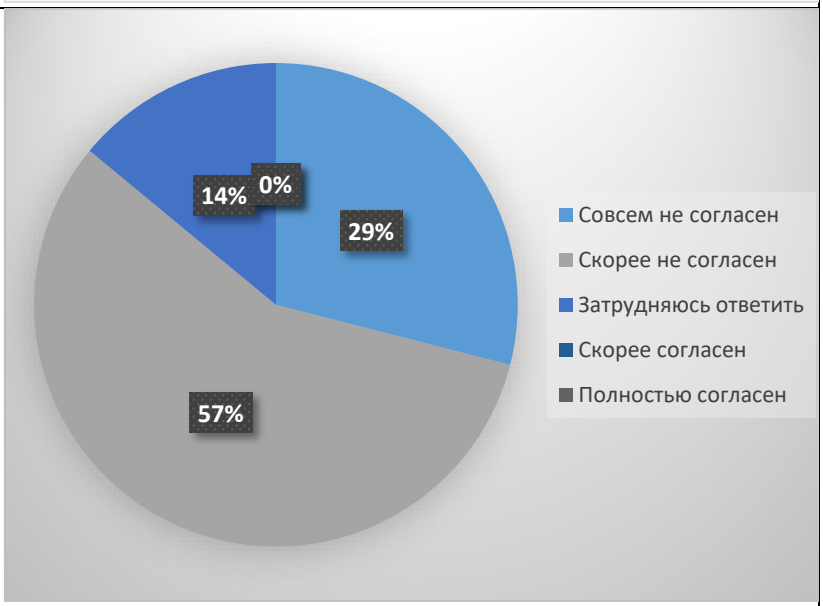
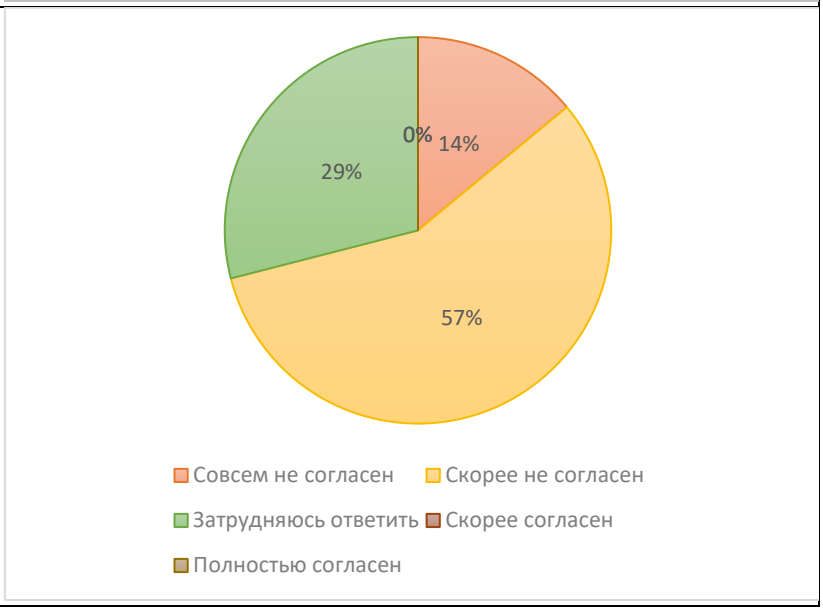
Автор говорил эмоционально и выразительно	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 0 4 – скорее согласен – 2 (28%) 5 – полностью согласен – 5 (72%)	

Таблица 2.

Результаты анкеты «Мне интересно…почему?» (2 группа)

Вопросы	**Ответы** *2 группа* (видео с полным, правдивым объяснением, но без выразительности и эмоциональности)	**Диаграмма**
Мне было интересно смотреть видео	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 2 (29%) 3 – затрудняюсь ответить – 4 (57%) 4 – скорее согласен – 1 (14%) 5 – полностью согласен – 0	

Изложение показалось мне понятным	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 2 (29%) 3 – затрудняюсь ответить – 4 (57%) 4 – скорее согласен – 1 (14%) 5 – полностью согласен – 0	
После просмотра я смогу объяснить тему другому человеку	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 6 (86%) 4 – скорее согласен – 1 (14%) 5 – полностью согласен – 0	
Автор произвёл впечатление компетентного человека	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 2 (29%) 4 – скорее согласен – 3 (42%) 5 – полностью согласен – 2 (29%)	

Я доверяю объяснению, представленному в видео	1 – совсем не согласен – 0 2 – скорее не согласен – 0 3 – затрудняюсь ответить – 3 (42%) 4 – скорее согласен – 2 (29%) 5 – полностью согласен – 2 (29%)	
Я хотел бы посмотреть другие учебные видео этого автора	1 – совсем не согласен – 2 (29%) 2 – скорее не согласен – 4 (57%) 3 – затрудняюсь ответить – 1 (14%) 4 – скорее согласен – 0 5 – полностью согласен – 0	
Автор говорил эмоционально и выразительно	1 – совсем не согласен – 1 (14%) 2 – скорее не согласен – 4 (57%) 3 – затрудняюсь ответить – 2 (29%) 4 – скорее согласен – 0 5 – полностью согласен – 0	

Исходя из ответов можно сделать вывод о том, что участникам наиболее интересные видео с эмоциональной, выразительной подачей информации, чем с монотонной, безэмоциональной выразительности речи.

2.3.Сравнительный анализ полученных результатов

После полученных ответов анкеты спустя 5 дней мною проведено контрольное тестирование на закрепление полученных знаний из 2-х видеороликов.

Двум группа был предложен одинаковый тест, состоящий из 5 вопросов.

Перед выполнением задания, испытуемым предложена небольшая шкала, по которой они отметили свои прогнозы на правильность выполнения тестирования.

Полученные результаты удивили самих участников эксперимента.

В 1 группе 86% от общего количества участников ожидали выполнить правильно ответить на все вопросы, но фактически выполнили задания только 43%. Тем самым, разрыв уверенности у участников 43%, что означает на переоценку своих знаний по теме.

Во 2 группе 57% от общего количества участников ожидали выполнить правильно ответить на все вопросы, но фактически выполнили задания 71%. Тем самым, разрыв уверенности у участников -14%, что означает на недооценку своих знаний по теме.

После оглашения общих результатов участникам были рассказаны цели эксперимента и обозначено, что в 1 группе видео были красочными, выразительными, эмоциональными, но носили, в большей части ложную, поверхностную информацию по теме.

В ходе беседы испытуемые отметили, что после видео не проверяли информацию, а доверились оратору, так как он достаточно харизматичный, эмоциональный, позитивный. Когда как 2 группа отметила, что в их видео оратор был скучный, но информация соответствует написанному в учебнике.

Таким образом, наша гипотеза подтверждена, что выразительная версия видео получит более высокие оценки интересности и качества объяснения и будут доверять источнику подачи, чем сдержанная версия с полной подачей информацией.

2.4.Памятка для подростков «Как не дать красивым словам себя обмануть?»

По окончанию эксперимента мною разработана памятка для подростков «Как легко можно оценить контент?» (рис. 2).



Рис. 2 – памятка для подростков «Как не дать красивым словам себя обмануть?»

Эта памятка поможет подросткам не путать красивую и уверенную речь с настоящими знаниями. Она учит обращать внимание не только на харизму человека, но и на смысл его слов, аргументы и доказательства.

Благодаря памятке подростки смогут:

- критически оценивать ролики блогеров, рекламу и выступления;
- замечать, когда сложные слова и яркая подача заменяют понятное объяснение;
- задавать уточняющие вопросы и проверять важную информацию;
- меньше поддаваться давлению авторитетов и популярных людей;
- принимать более обдуманные решения, особенно в вопросах здоровья, денег и безопасности.

Главная польза – памятка помогает мыслить самостоятельно и не бояться сомневаться, даже если выступающий кажется очень убедительным.

Выводы

1. Эффект доктора Фокса связан с высокой оценкой выступления, содержательная ценность которого недостаточна, благодаря привлекательной манере подачи и впечатлению компетентности.
2. В связи с развитием клипового мышления у подростков, короткое видео может казаться убедительным потому, что автор говорит свободно и понятно, тем самым, чаще всего, достоверность информации детьми не проверяется.

3. Цифровая среда позволяет быстро переключаться между роликами, вследствие чего выразительная подача блогером или ведущим может повышать привлекательность образовательного выступления. Однако положительное впечатление не всегда отражает глубину понимания материала.
4. По результатам эксперимента и дальнейшего опроса было установлено, что выразительность, эмоциональность ведущего воспринимается лучше, чем сдержанность и безэмоциональность, тем самым, правдивость информации не проверяется.
5. Памятка «Как не дать красивым словам себя обмануть?» поможет подросткам не путать красивую и уверенную речь с настоящими знаниями, а также – учит обращать внимание не только на харизму человека, но и на смысл его слов, аргументы и доказательства.

Список использованных источников

1. Нафтулин Д. Х., Уор Дж. Э., Донелли Ф. А. «Лекция доктора Фокса»: парадигма образовательного обольщения // Journal of Medical Education. — 1973. — Vol. 48. — No. 7. — P. 630–635.
2. Поршнев, Б. Ф. (1979). Социальная психология и история (2-е изд., доп. и испр.). — М.: Наука.
3. Сабанина, В. В. (2021). Эффект доктора Фокса [Электронный ресурс]. — URL: nsportal.ru.