

Кратковременный просмотр коротких видеороликов как фактор интерференции в процессах запоминания

Катренко Арсений Давронович

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

E-mail: lutsaam5@gmail.com

В последние годы наблюдается значительный рост потребления коротких видеороликов в цифровой среде. По данным аналитического отчета, ежедневно люди потребляют миллиарды коротких видеороликов на платформе TikTok [3]. При этом среднее время, проводимое за просмотром коротких роликов, увеличивается. Люди тратят примерно 1 час и 37 минут каждый день за просмотром роликов в приложении, что на 259% выше, чем было на момент запуска, когда время просмотра составляло около 27 минут.

Короткие видео характеризуются особой динамичностью и влияют на когнитивные процессы, в особенности на концентрацию и внимание. В исследовании, проведенном на подростках, обнаружили, что чем более подростки вовлечены в просмотр коротких видео, тем более ниже их способность к концентрации [2]. Предполагается, что такой формат роликов способствует формированию привычки к длительной стимуляции и снижению терпимости, приводящих к снижению выполнения задач.

Так же отмечается, что активное потребление коротких видеороликов имеет возможный негативный эффект на саморегуляцию и прокрастинацию у студентов [1]. Студенты, подвергнутые «клиповому мышлению» имеют тенденцию к прокрастинации – это показывает, что студенты склоняются откладывать решение задач. У студентов, смотрящих короткие ролики, вырабатывается паттерн – легкое получение информации, что в последующем образует диссонанс между легким развлечением и задачами, требующими концентрацию внимания.

На основании проведенных интервью о ежедневном использовании социальных сетей подростками, были выявлены не только отрицательные аспекты влияния на психику [4]. Просмотр короткого контента повышает уровень осведомленности и способствует улучшению навыков социального взаимодействия. Подростки находят необходимую им информацию и расширяют кругозор. Однако влияние кратковременного просмотра коротких видеороликов на процессы запоминания информации остается недостаточно изученным.

В связи с этим целью данного исследования является изучения влияния просмотра коротких видеороликов на процессы запоминания информации.

В исследовании приняли участие 68 человек, в возрасте от 17 до 21 года, и поделены на контрольную группу ($n = 33$) и экспериментальную группу ($n = 35$). Участникам зачитывался список слов, которые им необходимо было запомнить. Слова зачитывались с равными интервалами между ними и без повторений.

После этапа зачитывания контрольная группа занималась нейтральной деятельностью в течении 5 минут, главным условием было воздержание от использования телефона. В экспериментальной группе участники подвергались интерференции в виде просмотра коротких видеороликов в течении такого же времени. После промежуточной деятельности испытуемым предлагалось записать запомненные слова.

Для проверки между контрольной и экспериментальной группами был использован критерий Манна-Уитни. Полученные результаты показали отсутствие статистически значимых различий между группами ($U = 465,5$; $p = 0,133$), однако наблюдается тенденция к снижению показателей воспроизведения в экспериментальной группе.

Для оценки влияния экранного времени был применен критерий Краскела-Уоллиса. Статистически значимых различий между группами с различным экранным временем выявлено не было ($\chi^2=1,846; p=0,133$), что показывает об отсутствии связи между общим экранным временем и результатами воспроизведения.

Возможные причины полученных результатов могут быть связаны с недостаточной интенсивностью интерферирующего воздействия, а также особенностями организации исследования, которая включает групповую форму проведения. Дополнительно исследуемая возрастная группа характеризуется высокой вовлеченностью в цифровую среду, что возможно приводит к снижению чувствительности к кратковременному воздействию коротких видео.

Источники и литература

- 1) Балущкая Д. В. Влияние коротких видео на уровень академической прокрастинации у студентов // Наука в мегаполисе Science in the Megapolis. — 2026. — № 2 (84).
- 2) Scrolling Minds: How Short-Form Videos Shape Teenagers' Attention Span / M. Jindal, S. Sood, A. S. Brar [et al.] // International Journal of Marketing and Technology. — 2025. — Vol. 15, Issue 11. — ISSN 2249-1058.
- 3) Average Time Spent on TikTok Statistics (2026) [Электронный ресурс] / Fabio Duarte – URL: <https://explodingtopics.com/blog/time-spent-on-tiktok> (дата обращения: 02.04.2026).
- 4) Wang W. Exploring the impact of social media short-form videos on adolescents' psychological and psychosocial well-being // SHS Web of Conferences. – EDP Sciences, 2024. – Т. 199. – С. 02016.