

## Влияние платформы Tik Tok на концентрацию и устойчивость произвольного внимания у молодежи

Научный руководитель – Гордеева Тамара Олеговна

*Мохова Е.С.<sup>1</sup>, Шатская А.Н.<sup>2</sup>*

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия, *E-mail: mokhovakate96@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия, *E-mail: arina.shatskaya@mail.ru*

В последнее десятилетие все чаще и чаще появляются новые социальные сети, новые приложения, новые интернет-платформы, которые позволяют получать информацию в большем количестве источников и в большем количестве форматов. Начиная с 1990-х годов количество накопленной человечеством информации увеличивается вдвое каждый год, в противовес тому, что в 1950-х это происходило лишь каждые 10 лет [2]. В результате этого процесса пользователи все чаще испытывают информационную перегрузку, когда не остается времени и энергетических ресурсов для обработки информации. Пользователи вынуждены постоянно отсеивать контент, чтобы уделять время лишь нужному и интересному, а создатели контента - встраивать свое информационное содержание в «клиповый» формат - яркий, короткий посыл, мгновенно схватываемый и считываемый восприятием человека на бессознательном уровне [1]. В результате постоянного восприятия разнородного и фрагментарного информационного потока фиксированной длины у людей формируется так называемое «клиповое мышление», которое препятствует целостному восприятию мира и работе с семиотическими структурами произвольной сложности. Оно не требует от человека подключения воображения и глубокого осмысления и способствует снижению способности к анализу и выстраиванию длинных логических цепочек [3].

В связи с тем, что цифровое пространство информации по большей части представлено в визуальном формате, люди привыкают обрабатывать информацию именно в зрительной модальности. Это, с одной стороны, находит отражение в снижении способностей детей воспринимать устную речь и понимать тексты [2], а с другой - способствует развитию поведенческого шаблона, названного «многозадачностью медиа» - распределением внимания на многочисленные стимулы, с активным перемещением между ними и взаимодействием с ними, но только на поверхностном уровне [6,8]. Результаты исследований пользователей персональных ноутбуков при работе с различными типами мультимедийного онлайн-контента показали, что переключение между каналами информации происходит каждые 19 секунд, причём 75% всего экранного контента просматривается менее, чем за минуту. Измерение кожной проводимости при этом демонстрировало повышение возбуждения за несколько секунд до переключения, максимальную степень возбуждения непосредственно в момент переключения и последующий его спад. Интересно, что такой эффект «информационного подкрепления» наблюдался только при переключении с рабочего контента на развлекательный, но не наоборот [11].

В связи с этим кажется неудивительным, что более 85% опрошенных американских учителей считают, что «современные цифровые технологии создают легко отвлекаемое поколение» [9]. Но эмпирические исследования этого вопроса получают достаточно противоречивые результаты. Несмотря на то, что литература в целом говорит о том, что люди, которые в своей повседневной жизни часто и в течение продолжительного времени имеют дело с многозначностью медиа, в целом, менее успешно справляются с когнитивными задачами, особенно в отношении устойчивого внимания [10], некоторые исследования

не обнаруживают каких-либо негативных эффектов влияния многозадачности медиа на показатели внимания. Визуальные исследования нейронных различий, в свою очередь, говорят о том, что многозадачность медиа негативно отражается на выполнении задач с отвлечением внимания: людям, регулярно имеющим дело с многозначностью медиа, приходится прикладывать больше усилий для поддержания концентрации при воздействии на них отвлекающих факторов [7].

У интересующей нас платформы Tik Tok есть несколько особенностей, которые позволяют пользователям получить яркий и интересный контент, не прикладывая почти никаких когнитивных усилий. Во-первых, у пользователя есть возможность всего лишь одним движением пролистать видеоролик, который не «зацепил» внимание, переместившись к следующему. Во-вторых, максимальная продолжительность видео-ролика на платформе Tik Tok составляет, в среднем, 5 секунд, а искусственный интеллект самостоятельно генерирует интересующий пользователя контент, исходя из его предпочтений, делая видеоряд практически бесконечным. Этот механизм не только формирует привыкание [5], но и снимает необходимость даже минимальной произвольной концентрации внимания.

Несмотря на достаточно высокую теоретическую разработанность термина «клиповое мышление», механизмов воздействия интернета и различных социальных сетей на психические процессы пользователей, научные исследования влияния платформы Tik Tok на когнитивные процессы на данный момент отсутствуют. В связи с этим целью настоящего исследования является рассмотрение влияния цифрового контента платформы Tik Tok на процессы внимания. В качестве гипотезы было выдвинуто предположение о том, что **ежедневный просмотр контента на платформе Tik Tok снижает показатели концентрации и устойчивости произвольного внимания.**

Выборка составила 41 человек: 16 мужчин, 25 женщин, от 14 до 30 лет (средний возраст - 21,8 лет; ст. откл. - 3,29). Среди них 14 человек, регулярно просматривающих Tik Tok, и 27 человек, которые не используют данную платформу. По данному критерию выборка была разделена на две группы: «TikTok» и «не-TikTok». Всем участникам исследования были предложены онлайн-методики, оценивающие различные показатели внимания, а именно: Корректирующая проба Бурдона, методика «Расстановка чисел», тест Мюнстербурга и счет по Крепелину. Каждый участник выполнял методики самостоятельно в индивидуальном порядке в указанной последовательности. Также фиксировались данные о том, как часто участники пользуются социальными сетями, каким образом просматривают видео-контент, играют ли в компьютерные или настольные игры и как часто читают литературу (текстовую информацию).

В результате проведенного анализа (Т-критерий Стьюдента, SPSS) было обнаружено, что статистически значимые различия между группами «TikTok» и «не-TikTok» отсутствуют. Таким образом на данной выборке не удалось подтвердить гипотезу о том, что ежедневный просмотр контента платформы Tik Tok снижает показатели устойчивости и концентрации внимания.

Возможное объяснение полученных результатов состоит в том, что большинство людей, которые не пользуются платформой TikTok, все равно являются пользователями других социальных сетей, имеют дело с многозначностью медиа и испытывают информационную перегрузку, что сказывается на их показателях концентрации и устойчивости внимания. Или это может быть связано с тем, что несмотря на просмотр контента в Tik Tok, часть людей регулярно читает художественную и научную литературу, часть - играет в логические и стратегические настольные игры, а часть - увлекается компьютерными играми, требующими высокой концентрации внимания на протяжении долгого времени. Еще одним объяснением может быть возраст наших испытуемых - лонгитюдные исследования показали, что отрицательные эффекты внимания от цифровой многозадачности особенно

заметны в раннем подростковом возрасте (даже по сравнению с подростками старшего возраста) [4]. Для выявления специфичного воздействия платформы Тик Ток на свойства внимания будет увеличена выборка и введены дополнительных требования к участникам исследования, чтобы снизить воздействие побочных переменных. Результаты будут доложены на конференции.

### Источники и литература

- 1) Азаренок Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире // Психология человека в современном мире. Личность и группа в условиях социальных изменений : материалы Всерос. юбилейной науч. конф., посвящ. 120летию со дня рождения С. Л. Рубинштейна, Москва, 15–16 окт. 2009 г. / Инт психологии РАН ; отв. ред. А. Л. Журавлев. М., 2009. т. 5. С. 110–112.
- 2) Ломбина Т. Н., Юрченко О. В. Особенности обучения детей с клиповым мышлением // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. №1.
- 3) Фельдман А. Б. Клиповое мышление [Электронный ресурс]. URL : <http://ruskolan.xpromo.com/tolpa/klip.htm>
- 4) Baumgartner SE, van der Schuur WA, Lemmens JS et al. The relationship between media multitasking and attention problems in adolescents: results of two longitudinal studies. Hum Commun Res 2017;44:3-30.
- 5) Kuss DJ, Griffiths MD. Online social networking and addiction - A review of the psychological literature // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2011. Sep; 8(9): 3528- 52.
- 6) Loh KK, Kanai R. How has the Internet reshaped human cognition? Neuroscientist 2016;22:506-20.
- 7) Moisaala M, Salmela V, Hietajärvi L et al. Media multitasking is associated with distractibility and increased prefrontal activity in adolescents and young adults. NeuroImage 2016;134:113-21.
- 8) Ophir E, Nass C, Wagner AD. Cognitive control in media multitaskers. Proc Natl Acad Sci 2009;106:15583-7.
- 9) Purcell K, Rainie L, Heaps A et al. How teens do research in the digital world. Pew Research Center, November 1, 2012.
- 10) Uncapher MR, Wagner AD. Minds and brains of media multitaskers: current findings and future directions. Proc Natl Acad Sci 2018;115:9889-96.
- 11) Yeykelis L, Cummings JJ, Reeves B. Multitasking on a single device: arousal and the frequency, anticipation, and prediction of switching between media content on a computer. J Commun 2014;64:167-92.