

ВЗАИМОСВЯЗЬ НАСТРОЕНИЯ ПОДРОСТКОВ С ПРОСМОТРОМ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

Квасова А.О.

Государственное автономное нетиповое образовательное учреждение
Воронежской области «Региональный центр выявления, поддержки и развития
способностей и талантов у детей и молодежи «Орион»

Современная культура идет по пути визуализации представления информации. И это неслучайно. Уже сейчас исследования показывают, что человеческий мозг обрабатывает 36 тыс. визуальных сообщений в час. Текстовая информация обрабатывается в 60 тыс. раз медленнее (Шумакова Е.К.,2020). Технологический прогресс делает визуальную информацию легко доступной и популярной. По данным «Института современных медиа» российские подростки являются активными пользователями видео контента в сети интернет и ежедневно проводят в сети минимум три часа. По популярности предпочтений просмотр развлекательного видео стоит на 3 месте (Институт современных медиа, 2017).

Подростковый возраст (11-18 лет) является переходным периодом между детством и взрослостью. В возрастной периодизации выделяют подростковый возраст 11(12) – 15 лет (или младший подросток) и юношеский (или старший подросток) – 16-18 лет. На подростковый период проходятся сразу три кризиса развития: физиологический – активный рост и гормональная перестройка организма; психологический – период самоопределения: «кто я? какой я?»; социально-психологический – поиск своего места в отношениях со сверстниками и взрослыми.

В работах психологов, которые изучали этот вопрос, отмечено, что поведение подростка часто противоречиво, эмоциональный фон часто меняется, диапазон эмоций очень высокий (от восторга и радости до злости, печали,

апатии). Перепады настроения, изменения активности и самочувствия подростка оказывают влияние на все сферы его жизни: учебу, общение со сверстниками, отношения с родителями или учителями, досуг. Подростки выбирают разные способы для изменения своего самочувствия и настроения: общение, физическая активность, игры (в том числе и компьютерные), прослушивание музыки, просмотр видео: фильмы, стримы, короткие видео и мемы.

В настоящем исследовании мы делаем попытку рассмотреть, как именно эти способы влияют на эмоциональное состояние подростков, какова эффективность их применения на примере просмотра коротких видео.

Цель нашего исследования состояла в выявлении наличия изменений в настроении у подростков 12-15 лет в результате просмотра визуального развлекательного контента в течение заданного времени. В качестве задач были определены следующие локусы: выявление мотивов просмотра развлекательного контента подростками и количество времени в день, проведенного в данном сегменте. Так же были важны показатели самочувствия, активности настроения до и после просмотра развлекательного контента. В качестве основного вывода были поставлены задачи определить характер изменений данных показателей, применяя методы статистического анализа и выводы о влиянии просмотра визуального развлекательного контента в течение заданного времени (20 минут). Исследование состояло из двух частей: анкетирование и эксперимент.

В первой части исследования мы провели анкетирование «Мемы в жизни подростка» и получили следующие данные: более 2 часов в день смотрят развлекательный контент 29% подростков; 26 % подростков смотрят развлекательный контент от 30 минут до 1 часа в день; 24% подростков смотрят развлекательный контент меньше 30 минут в день. То есть, половина опрошенных подростков тратят на видео меньше 1 часа в день, а треть подростков – более 2 часов. Определили мотивы просмотра: 47% смотрят видео для поднятия себе настроения; 43% – чтобы занять свободное время; 8% – смотрят видео во время учебы.

В экспериментальной части участники с помощью опросника "Самочувствие, активность, настроение" измеряли показатели самочувствие, активность, настроение до просмотра видео, смотрели в течение 20 минут короткие видео по своему выбору и повторно измеряли указанные показатели. Анализ показателей методом статистического анализа (Т-критерий Вилкоксона) показал следующие результаты:

- По критерию самочувствие изменение показателей отмечается у 92% респондентов: из них улучшение самочувствия отмечается у 84%, снижение показателей у 8%, у 8% показатели не изменились. То есть мы наблюдаем положительную динамику по шкале самочувствие.

- Изменение показателей по шкале активности отмечается у 96% респондентов. Из них повышение активности отмечается у 77%, снижение показателей у 19%. У 4 % респондентов показатели не изменились. И по данной шкале мы наблюдаем положительную динамику.

- Изменение показателей по шкале настроение отмечается у 92% респондентов. Из них улучшение настроения отмечается у 73%, снижение показателей у 19%. У 8 % – показатели не изменились. По шкале настроение мы также отмечаем увеличение показателей.

Анализ данных по t-критерию Вилкоксона показывает, что увеличение показателей по всем трем шкалам, является статистически значимым.

В результате исследования мы можем сделать вывод, что просмотр развлекательного видео контента в течении 20 минут положительно влияет на изменение показателей самочувствия, активности и настроения у подростков от 12 до 15 лет.

Практическая значимость: просмотр коротких видео в течение 20 минут может быть рекомендован подросткам для улучшения настроения и самочувствия.

Литература

1. Амбалова Светлана Алексеевна Особенности механизмов психоэмоционального состояния в юношеском возрасте // АНИ: педагогика и психология. 2017. №4 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-mehanizmov-psihoemotsionalnogo-sostoyaniya-v-yunosheskom-voznraste> (дата обращения: 18.02.2026).
2. Институт современных медиа. Ежегодный отчет «Дети. Медиапотребление. 2017». – URL: <https://momri.org/portfolio/ezhegodnyj-doklad-deti-mediapotreblenie-2017/> (дата обращения: 19.04.2025).
3. Тест Самочувствие, активность, настроение (САН). – URL: <https://psyttests.org/emo/san.html> (дата обращения: 19.04.2025).
4. Шумакова Е.А. Эстетика визуального контента в маркетинговых коммуникациях// Медиасреда. – Челябинск: ЧлГУ, 2020. – с.117-124.