

使用抖音等短视频软件对大学生择偶标准的影响

吕文煜, 朱莉莉, 伊斯坎代尔·麦麦吐逊

河南师范大学, 河南 新乡

收稿日期: 2022年3月15日; 录用日期: 2022年4月13日; 发布日期: 2022年4月22日

摘要

互联网技术的不断进步推动了社交媒体的更新发展, 移动短视频平台的出现丰富了民众的交往行为和交往方式。短视频平台凭借诸多传播优势, 成为当代大学生休闲娱乐的重要工具, 对大学生的思想观念和行为习惯产生了较大影响。本次研究我们将视线集中于使用短视频平台对大学生择偶标准的影响。我们以抖音为例, 共选取了522名在校大学生, 通过短视频使用情况问卷和Fletcher理想伴侣量表, 测量其短视频使用情况及择偶偏好。结果显示, 不同性别具有不同的短视频内容喜爱偏好; 使用抖音等短视频软件会使大学生对理想配偶产生更高的地位资源期待; 不同类型的浏览内容也会影响大学生的择偶偏好。

关键词

短视频软件, 抖音, 择偶标准

The Impact of the Use of Short Video Software such as Douyin on the Criteria for College Students to Choose a Mate

Wenyu Lv, Lili Zhu, Eskandar·Mamattursun

Henan Normal University, Xinxiang Henan

Received: Mar. 15th, 2022; accepted: Apr. 13th, 2022; published: Apr. 22nd, 2022

Abstract

The continuous progress of Internet technology has promoted the updating and development of

文章引用: 吕文煜, 朱莉莉, 伊斯坎代尔·麦麦吐逊(2022). 使用抖音等短视频软件对大学生择偶标准的影响. *心理学进展*, 12(4), 1208-1217. DOI: 10.12677/ap.2022.124144

social media, and the emergence of mobile short video platforms has enriched the people's communication behavior and communication methods. With many communication advantages, the short video platform has become an important tool for the leisure and entertainment of contemporary college students, and has had a greater impact on the ideological concepts and behavior habits of college students. In this study, we will focus on the impact of the use of short video platforms on the criteria for college students to choose a mate. Taking Douyin as an example, we selected a total of 522 college students to measure their short video usage and mate preferences through the short video usage questionnaire and the Fletcher Ideal Partner Scale. The results show that different genders have different preferences for short video content; the use of short video software such as Douyin will make college students have higher status resource expectations for their ideal spouses; different types of browsing content will also affect college students' preferences for choosing a mate.

Keywords

Short Video Software, Douyin, Mate Selection Standards

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

短视频作为一种网络社交时代的新兴影响因素(胡伟等, 2021), 是以移动智能终端为载体, 时长控制在 5 分钟以内, 用户在拍摄结束后可以应用软件进行编辑美化后再实时传播到社交平台的视频统称(姚天颖, 2021)。根据第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截止至 2021 年 6 月, 我国网络视频(含短视频)用户规模达 9.44 亿, 较 2020 年 12 月增长 1707 万, 占网民整体的 93.4%。短视频用户规模为 8.88 亿, 较 2020 年 12 月增长 1440 万, 占网民整体的 87.8%。其中, 短视频的使用率排在第三位。抖音是移动短视频平台的代表之一, 在其使用群体中, 24 岁以下占比约 75.5% (杨光影, 2019)。短视频的使用会对大学生的价值观产生一定的影响(孙培艺, 2021), 而大学生的择偶标准也是属于一种价值观的范畴, 是一种价值取向(赵轶, 2015)。

大学生择偶观就是大学生对择偶的标准及择偶方式等基本态度, 它是大学生们以何种方式选择什么样的配偶以及确定自己配偶的内在标准和主观看法, 即个体在选择配偶时所依据的一整套价值取向或行为规范(张妍, 张丽丽, 2016)。Penke 等人认为, 择偶标准是人们在择偶前的期望和要求(Penke et al., 2008), 而择偶动机是指个体想要与异性建立一种亲密关系的心理意识形态, 而择偶动机的激活可以改变人们的行为决策(Kenrick et al., 2010)。

从社会交换理论的角度来说, Edward 认为择偶行为是人们利用自身的资源从异性身上获取最大的回报(Buss, 2008; Edward, 1969)。研究者发现, 征婚者会将自己的最好的那一面展现出来(Buss, 1985; Najib et al., 2004), 选择好基因模型认为个体在择偶的时候会考虑对方所携带的优良基因, 而这些优良基因可以通过外在表现出来, 比如好看的颜值, 光洁的皮肤等。拥有良好基因的异性能够产生优良的后代, 保证基因的质量(Gangestad & Simpson, 2000; 朱冬亮, 张文霞, 2005)。在现实生活里, 观看短视频作为一种被动使用社交网站的行为(刘庆奇等, 2017), 视频中的“帅哥”、“美女”类视频备受用户喜爱(马海燕, 2018), 由于软件自带美颜、滤镜等无门槛修图技术, 视频拍摄者可根据模式化的美学标准对所呈现的形象进行修饰, 掩盖瑕疵, 展示出自己最好的那一面(杨光影, 2019)。这类短视频呈现的内容满足了有关择

偶标准和择偶行为的社会交换理论和选择好基因模型。也有调查发现, 45%的高职生在抖音等移动客户端获取婚恋知识(张晓, 2021)、一位抖音红人(费启鸣)有着可爱温柔、年轻帅气、会撩的标签, 他影响了当下大多数女生的择偶标准(蔡舒敏, 2018)。也就是说, 个体可能会在观看短视频的过程中被动接受有关恋爱以及择偶方面的内容, 从而影响自己的择偶标准。

于是我们假设, 观看短视频的行为会影响大学生的择偶标准, 并以观看抖音短视频的行为作为首要研究对象。

2. 对象与方法

2.1. 被试

本次调查对象大学生是在读的全日制本科生和研究生。调查采取随机抽样的方式, 使用问卷星线发布网络问卷。共发放问卷 522 份, 共回收有效问卷 522 份, 有效回收率达 100%, 已达到问卷分析的要求。

本研究的 522 名大学生, 其中男性 261 名, 占比 50%, 女性 261 名, 占比 50%; 各年级人数为大一 120 人, 大二 153 人, 大三 206 人, 大四有 6 人, 研究生等其他人群 7 人, 各年级占比为 23%, 29.3%, 39.5%, 6.9%, 1.3%。本调查样本的性别、年级的分布都较为均匀, 具有一定的代表性。

2.2. 量化研究工具

2.2.1. 理想伴侣标准问卷(张小红, 2008)

问卷采用编制的理想伴侣标准问卷(简短版), 共三个维度:温暖 - 信任(善解人意、支持、体贴等)、吸引力 - 活力(性感、身材好、外貌有吸引力等)、地位 - 资源(成功的、经济有保证、有份好工作等), 问卷共 17 个条目。三个维度的内部一致性信度系数为: 0.93, 0.8, 0.82, 三周后的重测信度为: 0.75, 0.86, 0.85。问卷具有良好的汇聚效度和区分效度。

量表中文版翻译过程如下, 先由 4 名专家独立将问卷翻译成中文, 再通过讨论确定中文稿。然后请 6 名被试实际填写问卷, 在问卷填写完之后对其进行访谈, 并根据访谈结果对部分文字表述进行修改。之后, 邀请两名英文专业的专家通过讨论将中文问卷回译成英文, 并与原问卷进行比较, 对问卷进行部分调整后确定了最后的中文问卷。为适应中国文化, 删掉一个条目(good lover), 最终问卷共有 16 个条目, 其中温暖 - 信任维度条目 6 个, 吸引力 - 活力维度条目 5 个, 地位 - 资源条目 5 个。用理想伴侣标准问卷测量理想伴侣标准、对当前伴侣感知、伴侣感知 - 理想一致性、伴侣调控及成功等。对所有内部一致性, Cronbach 内部一致性信度系数为 0.710~0.894。各维度下得分相加后的平均数作为各维度的指标。各量表都采用 Likert 七点量表进行评价。分数越高代表对伴侣的期望越大。

2.2.2. 短视频使用情况问卷

本问卷的设计在阅读与参考他人的问卷及著作的基础上(姚天颖, 2021), 吸取他人观点并结合自身所研究的内容, 采用自编问卷的形式, 主要了解大学生使用短视频 APP 的情况。本问卷共 11 道题目分成三个部分, 第一部分内容主要了解被调查者的基本信息情况, 包括了解其性别、年级、专业、等基本情况。第二部分内容主要了解大学生使用短视频 APP 的情况, 包括是否使用短视频 APP、使用短视频 APP 的频率、喜爱观看的内容等。第三部分为主观题, 主要用来了解大学生择偶标准、择偶动机以及大学生使用短视频 APP 对择偶观的影响的主观判断据。

2.3. 质性研究工具

本研究设计开放题, 在量化研究的基础上补充关于大学生对于短视频是否影响其择偶观等问题的研究资料, 并重点探索大学生主观上对于短视频使用对其择偶观的影响体现在哪里进一步验证和解释量化

研究的模型。

三个问题分别是“你觉得为什么需要伴侣？”、“你理想中的伴侣是什么样的？”以及“你觉得抖音等短视频软件对你的择偶观是否产生了影响？如果有，是什么？”。三个问题分别收集到 5877 个字、8316 个字以及 6783 个字的文字资料。

2.4. 数据处理

数据处理使用 SPSS21 统计软件以及 NVivo12 软件，统计方法主要采用卡方检验、独立样本 t 检验、回归分析等以及质性分析。

3. 结果

3.1. 量化研究

3.1.1. 描述统计

我们对所收集的数据进行描述性统计后得到，使用抖音短视频的人数高达 406 人，比例为 77.8%；有 32.8% 的人使用短视频软件的时间已超过两年，55% 的人使用短视频软件的时间超过一年。在使用短视频软件的人群中每天登录多次的比例为 55%。同时，我们对使用短视频人群的主要使用类型进行统计，其中排名前三的分别是搞笑视频等恶搞类(64.8%)、动漫小说电影等的解说推荐剪辑类(56.7%)以及帅哥美女类(44.6%)，除此之外，选择情侣日常类的人数比例也高达 30.3%。

3.1.2. 不同性别在使用短视频软件上的差异

首先，我们对性别与是否使用短视频软件进行卡方检验，得到男女生在是否使用短视频软件上没有显著性差异($\chi^2 = 0.399$, sig = 0.528)。

接着我们对性别与每一个具体观看的短视频类型进行差异性检验。我们发现男女生在美妆类、偶像明星类、带货或好物推荐等带货类、亲子日常生活类、情侣日常生活类、美食类、帅哥美女类、军旅生活类以及时事政治类具有显著性差异(表 1)。

Table 1. Chi square test of different short video types

表 1. 不同短视频类型的卡方检验

	男(人)	女(人)	Z
美妆类	22	118	-9.797*
偶像明星类	29	104	-7.714*
搞笑视频等恶搞类	12	138	-0.946
歌舞表演类	56	57	-0.074
带货好物推荐等购物类	21	70	-5.665*
知识分享与技能教学等知识类	90	74	-1.861
动漫小说电影等的解说推荐简介剪辑类	111	119	-0.46
亲子日常生活	13	32	-2.895*
时政新闻类	52	39	-1.705
情侣日常生活	51	72	-2.069*
美食类	62	104	-3.988*

Continued

帅哥美女类	73	108	-3.224*
传统文化类	29	37	-0.944
网红类	23	35	-1.579
军旅生活类	43	22	-2.969*
时事政治类	45	27	-2.474*
其他	27	27	-0.116

* $p < 0.05$ 。

3.1.3. 不同性别在择偶标准上的差异

以性别为分组变量,对择偶标准进行两独立样本 t 检验,发现女生在温暖与信任维度与地位资源维度均显著高于男生,在吸引力活力维度无显著差别(表 2)。

Table 2. t-test results of mate selection criteria of different genders

表 2. 不同性别择偶标准的 t 检验结果

	平均数±标准差		t 值
	男	女	
温暖信任	35.11 ± 6.992	36.73 ± 5.600	2.810*
吸引力活力	24.23 ± 7.055	23.16 ± 5.429	1.716
地位资源	23.09 ± 7.279	27.37 ± 5.077	6.852*

* $p < 0.05$ 。

3.1.4. 是否使用短视频在择偶标准上的差异

以是否使用短视频为分组变量,对择偶标准进行两独立样本 t 检验,是否使用短视频在地位资源维度方面有显著性影响,但在温暖与信任以及吸引力与活力维度无显著性影响(表 3)。

Table 3. Whether to use the t-test results of short video mate selection criteria

表 3. 是否使用短视频择偶标准的 t 检验结果

	平均数 ± 标准差		t 值
	不使用	使用	
温暖信任	34.92 ± 6.276	35.93 ± 5.850	1.611
吸引力活力	22.25 ± 7.336	23.685 ± 6.298	1.914
地位资源	23.58 ± 7.146	25.26 ± 6.608	2.364*

* $p < 0.05$ 。

接着,在使用短视频的人群中,我们以各视频类型为分组变量,对择偶标准进行两独立样本 t 检验,表 4 为部分数据,其中经常观看美妆类视频的人更加注意配偶的温暖与信任维度;经常观看偶像明星类视频的人更加注意配偶的温暖与信任以及地位资源维度;经常观看歌舞表演类视频的人更加注意配偶的吸引力与活力以及地位资源维度;经常观看带货好物推荐等购物类视频的人更加注意配偶的温暖与信任以及地位资源维

度；经常观看带货好物推荐等购物类视频的人更加注意配偶的温暖与信任以及地位资源维度；经常观看亲子日常生活类视频的人更加注意配偶的地位资源维度；经常观看帅哥美女类视频的人更加注意配偶的温暖与信任以及地位资源维度；经常观看网红类视频的人更加注意配偶的吸引力与活力以及地位资源维度。

Table 4. t-test results of mate selection criteria for different video types

表 4. 不同视频类型择偶标准的 t 检验结果

视频类型	择偶标准	平均数 ± 标准差		t 值
		不观看	观看	
美妆类	温暖信任	35.28 ± 5.950	37.17 ± 5.465	3.133*
	吸引力活力	23.47 ± 6.634	24.09 ± 5.606	0.998
	地位资源	23.74 ± 6.831	28.16 ± 5.037	7.402
偶像明星类	温暖信任	35.44 ± 6.087	36.93 ± 5.211	2.421*
	吸引力活力	23.37 ± 6.717	24.32 ± 5.302	1.547
	地位资源	24.20 ± 6.766	27.44 ± 5.705	5.037*
歌舞表演类	温暖信任	35.68 ± 6.070	36.58 ± 5.206	1.398
	吸引力活力	23.27 ± 6.345	24.77 ± 6.070	2.166*
	地位资源	24.59 ± 6.744	26.99 ± 5.927	3.316*
带货好物推荐等购物类	温暖信任	35.34 ± 6.053	37.99 ± 4.547	4.536*
	吸引力活力	23.51 ± 6.553	24.30 ± 5.311	1.181
	地位资源	24.53 ± 6.875	27.79 ± 4.820	5.122*
亲子日常生活	温暖信任	35.90 ± 5.916	36.16 ± 5.351	0.273
	吸引力活力	23.63 ± 6.335	24.11 ± 6.050	0.481
	地位资源	25.03 ± 6.689	27.13 ± 5.639	2.023*
帅哥美女类	温暖信任	35.33 ± 6.100	36.68 ± 5.448	2.325*
	吸引力活力	23.21 ± 6.618	24.28 ± 5.841	1.701
	地位资源	24.44 ± 6.908	26.29 ± 6.079	2.831*
网红类	温暖信任	35.80 ± 5.855	36.71 ± 5.813	1.091
	吸引力活力	23.33 ± 6.300	25.79 ± 5.914	2.776*
	地位资源	24.97 ± 6.625	26.98 ± 6.290	2.153*

* $p < 0.05$ 。

3.2. 质性研究结果

3.2.1. 针对“你为什么需要伴侣”的质性分析

对所获得的文字资料进行质性分析，得到关于此问题的词云分析(图 1)发现，最突出的词汇是需要，

因此,使用抖音等短视频软件会对大学生对于爱情的追求产生影响,即对大学生的择偶标准会产生一定的影响。

在使用抖音等短视频软件上没有性别差异,但在具体类型上表现出了明显的差异。具体而言,男生偏向于与新闻时政、知识学习有关的内容,女生偏向于与帅哥美女、美妆、明星有关的内容。

通过独立样本 t 检验发现男女生在择偶标准上有明显差异。男女之间的择偶标准存在差异,这是所有研究者一直以来几乎统一的结论(崔超,2012)。女生在温暖与信任维度以及地位与资源维度均显著高于男生,在吸引力与活力维度男女生无显著差别。这可能是因为女生更加注重性格方面,另外也受到文化的影响,女生会更加注重地位与资源方面。随着时代的不断开放和进步,男女生在吸引力与活力方面没有明显差别。

根据分析结果,是否使用短视频在地位与资源维度方面有显著性影响,但在温暖与信任以及吸引力与活力维度方面没有显著影响。这说明使用抖音等短视频软件对大学生的择偶标准有一定影响,会影响大学生的择偶行为。

不同类型的短视频对于大学生择偶标准的具体方面的影响有所不同。具体而言,是否观看美妆类、偶像明星类、购物类、帅哥美女类短视频会对择偶标准中的温暖信任维度形成显著性差异;是否观看歌舞表演类、网红类会在吸引力活力维度上形成显著性差异;是否观看偶像明星类、歌舞表演类、亲子日常生活类、帅哥美女类网红类会在地位资源维度形成显著性差异。

5. 结论

1) 大学生使用抖音等短视频软件已经成为一个比较常见的现象。通过抖音等短视频软件观看帅哥美女类及情侣相处类短视频已占据很大的比例。

2) 不同性别在使用抖音等短视频软件的过程中主要观看的内容具有显著性差异。女生更加偏爱美妆类、偶像明星类、带货或好物推荐等带货类、亲子日常生活类、情侣日常生活类、美食类、帅哥美女类视频,男生更加喜爱军旅生活类以及时事政治类短视频。

3) 相比于男生,女生在配偶选择上更加注重温暖与信任与地位资源;在吸引力与活力方面男女则无明显区别。

4) 是否使用短视频会对择偶标准产生一定影响,相较于不使用抖音等短视频软件的人群,使用的人群更加看中地位资源方面的影响。同时,观看不同类型的短视频会对择偶标准的不同维度产生影响。

参考文献

- 蔡舒敏(2018). 抖音的用户使用偏好及平台可持续发展探讨. *新媒体研究*, 4(24), 32-33.
<https://doi.org/10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2018.24.012>
- 陈晨(2020). “使用与满足”视角下短视频平台用户需求研究——以抖音 App 为例. *科技传播*, 12(16), 156-157.
<https://doi.org/10.16607/j.cnki.1674-6708.2020.16.064>
- 崔超(2012). *大学生择偶决策中的妥协策略*. 硕士学位论文, 杭州: 浙江理工大学.
<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD2012&filename=1012372314.nh>
- 胡伟, 蒋一鹤, 王琼, 王楠(2021). 短视频社交媒体依赖与大学生睡眠障碍的关系: 夜间社交媒体使用的中介作用及性别差异. *中国临床心理学杂志*, (1), 46-50. <https://doi.org/10.16128/j.cnki.1005-3611.2021.01.009>
- 刘庆奇, 牛更枫, 范翠英, 周宗奎(2017). 被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性: 有调节的中介模型. *心理学报*, (1), 60-71.
- 马海燕(2018). 短视频社交软件的受众心理研究——以抖音 APP 为例. *新闻研究导刊*, 9(5), 59-60.
- 孙培艺(2021). 短视频对高校大学生价值观的影响分析. *西部广播电视*, (19), 71-72+76.
- 杨光影(2019). “精致劣质图像”的生产与“虚拟社区意识”的形成——论抖音短视频社区青年亚文化的生成机制. *中国*

- 青年研究, (6), 79-86. <https://doi.org/10.19633/j.cnki.11-2579/d.2019.0099>
- 姚天颖(2021). 从短视频潮透视大学生价值观现状研究. 硕士学位论文, 上海: 上海师范大学. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202102&filename=1021588571.nh>
- 张倩倩, 程程, 陶飞燕(2020). 高校学生短视频使用情况研究——以抖音为例. *新闻研究导刊*, 11(22), 47-48.
- 张小红(2008). 基于理想标准的伴侣调控与接受对关系满意度的影响. 硕士学位论文, 重庆: 西南大学. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD2008&filename=2008093929.nh>
- 张晓(2021). 网络思政视域下的高职生婚恋观教育研究. *科教文汇(上旬刊)*, (3), 54-56. <https://doi.org/10.16871/j.cnki.kjwha.2021.03.027>
- 张妍, 张丽丽(2016). 择偶偏好的生物学、心理与行为及社会性影响因素综述. *中国青年研究*, (8), 97-102. <https://doi.org/10.19633/j.cnki.11-2579/d.2016.08.015>
- 赵轶(2015). 当前中国女大学生婚恋观研究. 硕士学位论文, 成都: 西南交通大学. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201601&filename=1015338587.nh>
- 朱冬亮, 张文霞(2005). 家庭社会工作. 社会科学文献出版社.
- Buss, D. M. (1985). Human Mate Selection. *American Scientist*, 73, 47-51.
- Buss, D. M. (2008). *Evolutionary Psychology: The New Science of the Mind*. Allyn & Bacon.
- Edward, J. (1969). Familiar Behavior as Social Exchange. *Journal of Marriage and the Family*, 31, 518-526. <https://doi.org/10.2307/349775>
- Gangestad, S. W., & Simpson, J. A. (2000). The Evolution of Human Mating: Trade-Offs and Strategic Pluralism. *Behavioral and Brain Sciences*, 23, 573-644. <https://doi.org/10.1017/S0140525X0000337X>
- Kenrick, D. T., Neuberg, S. L., Griskevicius, V., Becker, D. V., & Schaller, M. (2010). Goal-Driven Cognition and Functional Behavior: The Fundamental-Motives Framework. *Current Directions in Psychological Science*, 19, 63-67. <https://doi.org/10.1177/0963721409359281>
- Najib, A., Lorberbaum, J. P., Kose, S., Bohning, D. E., & George, M. S. (2004). Regional Brain Activity in Women Grieving a Romantic Relationship Breakup. *The American Journal of Psychiatry*, 161, 2245-2256. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.161.12.2245>
- Penke, L., Todd, P. M., Lenton, A. P., & Fasolo, B. (2008). How Self-Assessments Can Guide Human Mating Decisions. In G. Geher, & G. F. Miller (Eds.), *Mating Intelligence: Sex, Relationships, and the Mind's Reproductive System* (pp. 37-75). Erlbaum.