

大学生短视频依赖的现状、心理机制及干预策略

周星

上海理工大学健康科学与工程学院, 上海

收稿日期: 2023年11月8日; 录用日期: 2023年12月8日; 发布日期: 2023年12月20日

摘要

随着移动互联网的飞速发展, 浏览短视频日渐成为了大学生日常生活中的常见消遣方式之一, 短视频依赖现象也随之出现并逐渐引起了社会的关注。本研究采用问卷调查法对大学生短视频依赖的现状进行调查分析, 发现成绩越弱的学生对短视频的依赖越高, 使用频率、使用时长越高的学生依赖水平越高, 偏好使用抖音观看短视频的学生依赖水平比偏好使用其他短视频软件的学生更高, 遇到困难倾向搁置逃避的学生依赖水平更高。结合调查研究结果, 研究进一步从强化理论的视角探究短视频依赖的心理机制, 提出构建三级依赖防治体系、提供心理咨询治疗支持和开展科普预防宣传教育的干预策略来缓解大学生短视频依赖。

关键词

大学生, 短视频依赖, 现状, 心理机制, 干预策略

Current Situation, Psychological Mechanism and Intervention Strategies of College Students' Short Video Dependence

Xing Zhou

School of Health Science and Engineering, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Nov. 8th, 2023; accepted: Dec. 8th, 2023; published: Dec. 20th, 2023

Abstract

With the rapid development of mobile Internet, browsing short videos has gradually become one

of the common pastimes in college students' daily life, and the phenomenon of short video dependence has also emerged and gradually got a lot of social attention. This research adopts the questionnaire survey method to investigate and analyze the current situation of college students' short video dependence. It is found that students with poor performance rely more on short videos, and students with higher frequency and duration of use rely more on short videos. Students who prefer to use TikTok to watch short videos have a higher level of dependence than those who prefer other short video software, and students who tend to avoid when encountering difficulties have a higher level of dependence. Based on the results of the survey, this study further explores the psychological mechanism of short video dependence from the perspective of reinforcement theory, and proposes intervention strategies such as constructing a three-level dependence prevention and treatment system, providing psychological counseling and treatment support, and conducting activities on science popularization and prevention education to alleviate short video dependence of college students.

Keywords

College Students, Short Video Dependence, Current Situation, Psychological Mechanism, Intervention Strategy

Copyright © 2023 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

随着互联网的普及和移动终端技术与服务的飞速发展，我们的生活方式发生了巨大改变，大众对于移动互联网所呈现的内容消费以及相应所带来的网络社交需求也有了诸多变化，当前传统的文字和图片内容已经不能满足人们日益提高的媒介需求。移动短视频软件作为一种新兴的媒介形式，一经上线就获得了广大人群的喜爱，用户渗透率和人均使用时长更是连年增长，更在当下形成了网络视频领域新风口。根据中国互联网络信息中心发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.79 亿，其中即时通信用户规模达 10.47 亿，短视频用户规模达 10.26 亿，呈现出迅猛的增长态势。当代青年大学生是在网络时代成长起来的一代人，他们不仅能够利用互联网方便迅速地获取所需的信息，更能够在信息交互的多样信息中进行多任务处理，他们被称为“数字原住民”。作为 5G 时代传播互动媒介典型的短视频一经出现，便受到青年大学生的青睐，更被大学生形容为“抖音五分钟，人间三小时”（李霞等，2021）。对短视频的依赖不仅会影响大学生的学习生活节奏，更因为青年大学生的是非明辨能力尚不够强，这使得他们极易在纷繁复杂的短视频中迷失自己，从而诱发焦虑、烦躁、不安等情绪，影响个人认知和心理健康。

近年来，随着移动互联网和智能手机的普及，短视频应用成为了大学生日常生活中不可或缺的一部分，也因其便捷、简短、有趣、生动的特点，深受用户群体的喜爱（姚秀秀，2018）。大学生短视频依赖是指大学生对短视频应用过度使用的一种行为模式，表现为对短视频的渴求和面对短视频时出现难以自控的使用行为。这种依赖行为可能导致个体沉迷于短视频内容中，无法自主控制地频繁使用短视频平台，影响日常学习、社交和生活功能。大学生短视频依赖不仅影响到大学生的身心健康，还可能造成学业下降、社交隔离、时间管理困难等方面的问题，因此深入探讨大学生短视频依赖的现状、心理机制，对于有效干预和预防大学生短视频依赖行为具有重要意义。

2. 调查内容

2.1. 调查对象

研究选取上海一本理工高校目前在读大学生为研究对象，按年级为单位进行整群抽样与方便抽样，采用线上、线下相结合的方式面向调查对象共计发放调查问卷 852 份，回收有效问卷 798 份，有效回收率为 93.66%。

2.2. 调查问卷

本次调研的问卷共计分为三部分，分别为人口学信息、短视频浏览习惯及观念、大学生短视频依赖量表。短视频浏览习惯及观念相关题目主要根据对教师和学生的前期访谈调研编制而成，主要调查学生浏览短视频的频率、时长、偏好、原因及对短视频的看法与态度。《大学生短视频依赖量表》主要是基于台湾陈淑惠教授所编制的网络成瘾量表修订而成，依赖量表共计包含 26 个项目，采用李克特五级计分方式，得分越高说明短视频依赖程度越高。对量表进行信效度分析，信度分析得到克隆巴赫 Alpha 系数为 0.975，大于 0.9，表明问卷总体内部一致性非常好，具有较高的信度；经效度分析，结果显示 KMO 检验值为 0.977，大于 0.9，Bartlett 球形度检验近似卡方值为 19997.858，自由度为 325，显著性水平 p 值为 $0.000 < 0.001$ ，表明该问卷具有良好的结构效度。

2.3. 基本情况

本研究使用 SPSS26.0 对数据进行处理，调查得到的 798 个有效样本内男生 432 名(占比 54.14%)，女生 366 名(占比 45.86%)，其中上海生源 146 名(占比 18.30%)，非上海生源 652 名(占比 81.70%)，样本所在年级中大一、大二、大三、大四年级分别占比 5.01%、38.35%、26.07%、30.57%。此外，从成绩方面来看，位居专业前 25% 的学生 268 名，占总样本数的 33.58%，位居专业 26%~50%、专业 51%~75% 的学生数分别为 266 名(占比 33.33%)、179 名(占比 22.44%)，剩余 85 名学生位居专业 76%~100%，占总体样本数量的 10.65%。

3. 调研结果分析

3.1. 大学生短视频依赖现状

3.1.1. 大学生短视频依赖程度

对 798 名大学生的短视频依赖情况进行数据分析，依据量表得分情况划分五个评级，发现有 49.5% 的学生对浏览短视频有不同程度的依赖，有近 12% 的学生对浏览短视频有较高依赖，并且有 1.88% 的学生对短视频已经达到依赖成瘾程度，如表 1 所示。

Table 1. Descriptive statistics on the degree of college students' short video dependence

表 1. 大学生短视频依赖程度的描述统计

项目	类别	频数	百分比%
短视频依赖程度	高免疫	85	10.65
	一般免疫	318	39.85
	产生依赖	302	37.84
	高依赖	78	9.77
	依赖成瘾	15	1.88

3.1.2. 浏览短视频的频率与时长

表 2 为大学生浏览短视频的频率与时长统计的情况，72.06% 的学生每天都浏览短视频，8.39% 的学生一周中有 5~6 天要浏览短视频，仅有 9.40% 的学生不看短视频。从时长上来看，近 10% 的学生每天浏览短视频在 4 小时以上，28.57% 的学生每天浏览 2~4 小时的短视频，52.88% 的学生每天浏览短视频时间在 2 小时以内。

Table 2. Descriptive statistics of browsing frequency and duration

表 2. 浏览频率与时长描述统计

项目	类别	频数	百分比%
浏览短视频频率	每天	575	72.06
	5~6 天/周	67	8.39
	3~4 天/周	49	6.14
	1~2 天/周	32	4.01
	不看短视频	75	9.40
浏览短视频时长	8 小时以上	17	2.13
	6~8 小时	13	1.63
	4~6 小时	43	5.39
	2~4 小时	228	28.57
	2 小时以内	422	52.88
	不看短视频	75	9.40

3.1.3. 浏览短视频的偏好软件与类型

手机短视频软件种类丰富，并且当前大部分手机社交软件也兼具了播放短视频的功能，根据数据分析统计得到表 3：当前大学生最常用的短视频软件分别为抖音、哔哩哔哩和小红书，其中偏好使用抖音的学生占样本数的 47.62%，偏好哔哩哔哩的学生占比 33.58%，还有 9.52% 的学生最常使用小红书观看短视频。此外，学生最喜欢的三种短视频类型分别为搞笑、美食与学习，其中 73.93% 的学生均喜欢观看搞笑视频，这使得搞笑视频在众多短视频类型中出现断层式第一，另有 56.02% 的学生喜欢浏览美食类短视频，还有 52.38% 的学生喜欢观看学习类短视频来学习知识。

Table 3. Descriptive statistics of browsing preference

表 3. 浏览偏好描述统计

项目	类别	频数	百分比%
偏好视频软件	抖音	380	47.62
	快手	8	1.00
	哔哩哔哩	268	33.58
	小红书	76	9.52
	微博	14	1.75
	微信	22	2.76
	其他	30	3.76

Continued

偏好视频 类型	搞笑	590	73.93
	学习	418	52.38
	美食	447	56.02
	吃播	196	24.56
	宠物	313	39.22
	旅行	287	35.96
	美妆	185	23.18
	娱乐八卦	199	24.94
	测评	264	33.08
	博主生活	189	23.68
	其他	96	12.03

3.1.4. 浏览短视频的动机与态度

从大学生浏览短视频的动机层面来看，78.57%的学生认为浏览短视频主要是为了放松心情，还有61.65%的学生浏览短视频是因为短视频内容丰富，精准推荐的短视频契合自身的个性化需求，另有56.77%的学生主要是为了打发课余时间。从大学生对短视频的态度上来看，对短视频认可的学生比例为69.68%，大于对短视频不认可的比例16.16%，并有14.16%的学生对短视频持中立态度，如表4所示。

Table 4. Descriptive statistics of browsing motivation and usage attitude
表 4. 浏览动机与使用态度描述统计

项目	类别	频数	百分比%
动机	观看他人生活	294	36.84
	放松舒缓心情	627	78.57
	打发课余时间	453	56.77
	快速获取信息	314	39.35
	契合个性需求	492	61.65
	丰富学习知识	213	26.69
	态度	非常认可	321
一般认可		235	29.45
保持中立		113	14.16
不认可		98	12.28
非常不认可		31	3.88

3.2. 大学生短视频依赖差异性分析

3.2.1. 不同成绩学生间的依赖差异

通过相关性分析发现大学生成绩与短视频依赖分值显著相关($r = 0.099, p = 0.005 < 0.01$), 表明学业成绩与短视频依赖存在显著相关, 且成绩越弱对短视频的依赖越大。随后采用单因素方差分析法对不同成绩学生的短视频依赖值进行分析, 结果如表5所示, 学业成绩在专业排名中处于76%~100%位次的学生

对短视频的依赖度最高, 依赖得分平均值达到 61.95。而位于专业排名前 75% 的学生整体而言对短视频的依赖度则没那么高, 平均值处于 51~55 之间。结果显示, 短视频依赖分值在不同成绩情况的学生群体之间存在显著差异, 进一步进行事后多重比较, 发现成绩处于专业排名后 76% 的学生在短视频的依赖上显著高于专业前 75% 的学生。

Table 5. One factor ANOVA of short video dependency scores in academic performance

表 5. 短视频依赖得分在学业成绩上的单因素方差分析

项目	类别	平均值	平均值差	F 值	p 值	多重比较
成绩	① 专业前 25%	51.73	10.222	4.769**	0.003	④ > ① ④ > ② ④ > ③
	② 专业 26%~50%	54.81	7.141			
	③ 专业 51%~75%	52.92	9.037			
	④ 专业 76%~100%	61.95	/			

注: *表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$, 下同。

3.2.2. 不同使用频率与时长学生间的依赖差异

通过相关性分析发现大学生浏览短视频的频率、时长与短视频依赖分值显著相关, 单因素方差分析结果如表 6 所示, 根据结果可知每周浏览短视频不同频率的学生对短视频的依赖具有显著差异, 每日浏览短视频不同时长的学生之间依赖差异显著。每周浏览短视频的频率显著正向影响短视频依赖, 即每周浏览短视频的频率越高, 对短视频的依赖越高。其中每天浏览短视频的学生对短视频的依赖最高, 显著高于每周浏览 4 天以内的学生, 且每天浏览的学生与一周浏览 5~6 天的学生之间依赖差异不显著。此外, 每天浏览短视频的时长显著正向影响短视频依赖, 基本上来说, 每日的浏览时长越长, 对短视频的依赖越高。经过事后多重比较发现, 每日浏览短视频时长在 2 小时以内的学生对短视频的依赖显著低于 2 小时以上, 且每日时长在 4 小时以下的学生对短视频的依赖也显著低于 4 小时以上。

Table 6. One factor ANOVA of short video dependency scores in usage frequency and duration

表 6. 短视频依赖得分在使用频率与时长上的单因素方差分析

项目	类别	平均值	平均值差	F 值	p 值	多重比较
频率	① 每天	57.05	/	13.126***	0.000	① > ③ ① > ④ ① > ⑤ ② > ④ ② > ⑤
	② 5~6 天/周	53.85	3.198			
	③ 3~4 天/周	48.39	8.661			
	④ 1~2 天/周	44.06	12.986			
	⑤ 不看短视频	39.87	17.182			
时长	① 8 小时以上	71.29	-22.782	39.633***	0.000	⑤ < ① ⑤ < ② ⑤ < ③ ⑤ < ④ ⑤ > ⑥
	② 6~8 小时	83.38	-34.873			
	③ 4~6 小时	76.74	-28.232			
	④ 2~4 小时	61.95	-13.436			
	⑤ 2 小时以内	48.51	/			
	⑥ 不看短视频	39.87	8.645			

3.2.3. 使用不同短视频软件学生间的依赖差异

数据分析结果显示, 学生最常使用的短视频软件存在一定差异, 且对短视频软件的偏好显著影响短视频依赖水平。从单因素方差分析结果可知, 观看短视频中偏好不同软件的学生对短视频的依赖存在显著差异, 其中偏好使用抖音的学生对短视频的依赖水平居于较高水平, 经事后多重比较发现, 这一依赖水平显著高于使用哔哩哔哩、微信和部分其他短视频软件的学生, 具体数据如表 7 所示。

Table 7. One factor ANOVA of short video dependency scores in software usage preferences

表 7. 短视频依赖得分在软件使用偏好上的单因素方差分析

项目	类别	平均值	平均值差	F 值	p 值	多重比较
偏好软件	① 抖音	57.39	/	5.304***	0.004	① > ③ ① > ⑥ ① > ⑦
	② 快手	50.75	6.637			
	③ 哔哩哔哩	52.32	5.070			
	④ 小红书	52.82	4.571			
	⑤ 微博	58	-0.613			
	⑥ 微信	45.95	11.432			
	⑦ 其他	37.03	20.354			

3.2.4. 面对困难不同态度学生间的依赖差异

以往的研究证实, 逃避动机在青少年的短视频使用中发生作用(骆帼婷等, 2022)。经过数据调查结果发现, 面对困难时不同态度学生对短视频的依赖存在显著差异。遇到困难与挑战时倾向先看短视频放松自己的学生在对短视频的依赖上显著高于直面挑战不看短视频放松的学生, 并且遇到困难挑战越倾向于先看短视频搁置困难、逃避困难的学生对短视频的依赖越高, 两者显著正向相关, 数据如表 8 所示, 该研究结果与过往研究具有一致性。

Table 8. One factor ANOVA of short video dependency scores in resilience attitude

表 8. 短视频依赖得分在抗挫态度上的单因素方差分析

项目	类别	频数	平均值	F 值	p 值
遇困难先看短视频放松	完全不符合	245	33.26	155.470	0.000***
	比较不符合	172	55.42		
	不确定	153	66.51		
	比较符合	201	65.83		
	完全符合	27	83.19		

4. 大学生短视频依赖心理机制

4.1. 个性化推荐显著正向影响大学生短视频依赖

短视频软件结合用户浏览的历史记录, 根据大数据算法为用户精准推荐搞笑类、美食类、生活类、美妆类等丰富多样的短视频, 这些短视频能够在一定程度上契合用户个体的内心需求。经过数据分析, 发现有近 40% 的学生表示个性化推荐的短视频较高程度契合需求, 20% 的学生认为一定程度上契合需求。通过相关性分析发现, 个性化推荐的短视频契合需求的程度与大学生对短视频的依赖水平显著相关($r =$

0.499, $p = 0.000 < 0.001$), 后经单因素方差分析发现, 数据结果如表 9 所示, 个性化推荐的短视频越契合需求, 短视频依赖水平越高, 事后多重比较得到: 学生被推荐的短视频完全契合个体需求时, 其依赖水平最高, 且这依赖水平显著高于短视频不契合需求和一定程度上契合需求的学生对短视频的依赖水平。

Table 9. One factor ANOVA of short video dependency scores in requirement fit
表 9. 短视频依赖得分在需求契合度上的单因素方差分析

项目	类别	频数	平均值	平均值差	F 值	p 值	多重比较
个性化推荐的短视频契合需求	① 完全不符合	200	33.42	39.418	95.281	0.000***	⑤ > ① ⑤ > ② ⑤ > ③ ⑤ > ④
	② 比较不符合	129	53.54	19.291			
	③ 不确定	166	60.08	12.753			
	④ 比较符合	261	65.37	7.460			
	⑤ 完全符合	42	72.83	/			

4.2. 强化理论视角下短视频依赖心理机制

手机短视频具有内容丰富多样、人机交互模式良好、易获得和观看时间短、个性化精准推荐等特点, 为用户提供了一个快速响应和高效回报机制, 能够快速且直接满足大众的媒介需求与心理需要。斯金纳所提出的操作性条件作用对行为获得解释的理论对于探究大学生短视频依赖的心理机制具有很好的解释效果, 结合此次调查结果的相关发现, 研究得出大学生短视频依赖心理机制, 具体如下方图 1 所示。

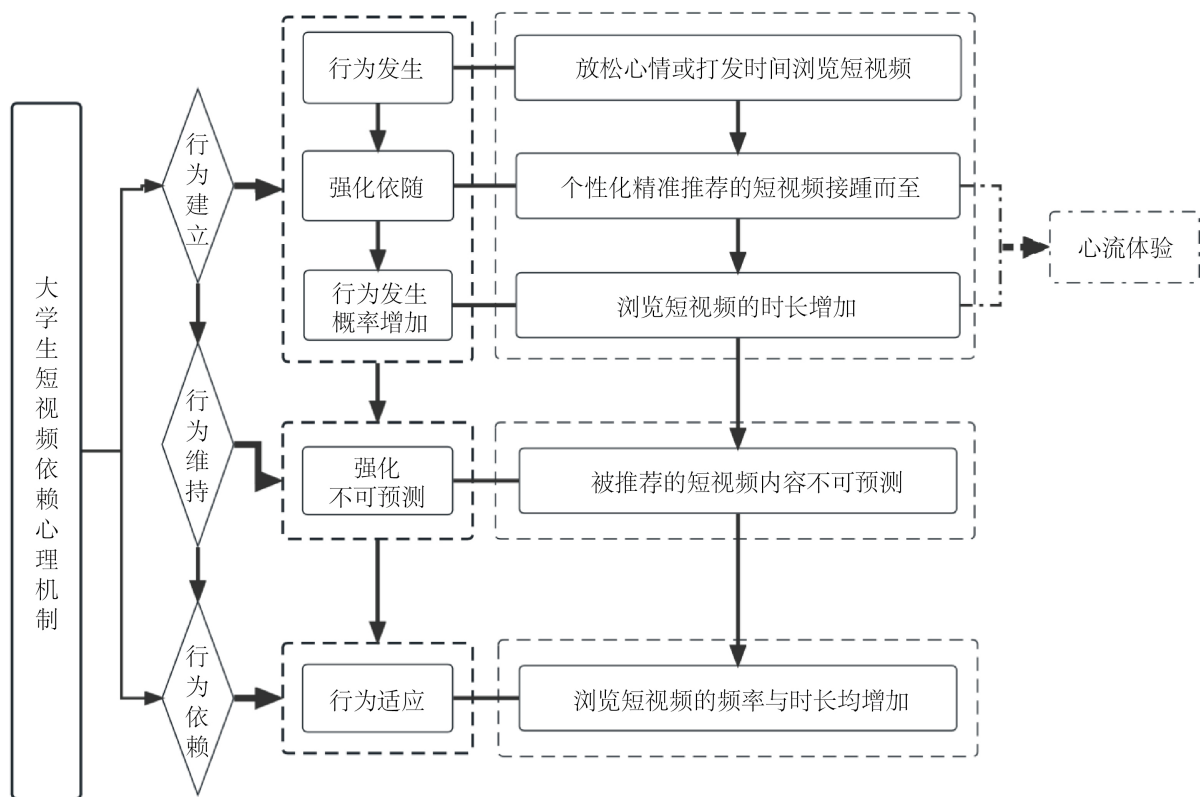


Figure 1. Structure of the psychological mechanism of college students' short video dependence
图 1. 大学生短视频依赖心理机制结构图

操作性行为发生后,如果有一个作为强化物的事件紧随其后发生(即强化依随),那么该操作性行为发生的概率就会大大增加(桑标, 2017)。大学生为放松心情、打发课余时间、学习知识等动机打开浏览短视频,随之而来的是视频软件结合用户浏览次数多、浏览时间长的浏览数据精准推荐的1分钟、30秒、15秒甚至更短时间视频内容。这些精准推荐的短视频作为视频软件对用户快速的响应和回馈,会直接促使人们的神经系统形成一种“正强化”,即鼓励用户群体继续当前行为,从而直接增加当次短视频浏览的时长。正如调查研究中发现有63.7%学生表示“自己每次只是想看一会儿短视频,但常常一看就很久都停不下来”。心理学家米哈里·契克森米哈伊提出的心流体验可以很好地解释这一现象,当大学生全身心投入到观看短视频时,一定程度上会感觉时间仿佛停滞,并在专注于短视频内容中感到愉悦和充实(蒲宇雪等, 2023),这种心流体验一定程度上进一步增加浏览短视频的时长。

在操作性条件作用形成后,逐渐减少强化的频次或使强化变得不可预测能够维持操作性行为(桑标, 2017)。用户软件内的短视频形式、长短、内容等均不可预测,这使得用户个体总是对下一个视频感到好奇。调查研究中发现有46%的学生表示“看完一个短视频后,其实要去做别的事情,但因为好奇常常忍不住再点开短视频看看”。下一个短视频的不可预测正是使浏览短视频的强化变得不可预测,从而使大学生维持当前的短视频浏览行为。操作性行为的维持体现在有机体对环境的主动适应(尚闯红, 徐智宏, 2014),在浏览短视频中所感受的所有满足、愉悦、快乐等情绪均会进一步使得大学生主动适应当前的短视频使用环境,如通过更高频次、更长时间地浏览视频来主动进行自我强化,寻求更高的情绪价值,而短视频软件则通过用户个体的频率、时长、内容等进一步给予用户更高刺激、更高强度的愉悦感,这将使大学生更难停下手中的短视频,并逐渐形成对浏览短视频的依赖。

5. 干预策略

在短视频盛行的流量时代,诸多手机软件均开始设置自制拍摄、播放浏览短视频的功能,学生使用手机的过程中随处可刷短视频,这也直接导致大量学生的时间、精力、大脑被短视频占据,进而导致学生逐渐对短视频产生依赖。短视频依赖对大学生的学业表现、心理健康、人际交往、综合能力等方面均会产生负面影响,对于学生成长成才有许多弊端(周钰志等, 2022)。结合大学生短视频依赖现状及心理机制,研究得出如下干预策略,以期对大学生短视频依赖进行预防、干预和疏导。

5.1. 构建三级依赖防治体系

短平快的节奏使得短视频与其他媒介相比来说,在传播上更具时效性,在形式上更生动形象,这使得用户在观看个性化推荐的短视频时也更易感到满足,因此这类媒介也迅速获得了“网络原住民”的喜爱(李霞等, 2021)。基于大学生短视频依赖的心理机制,从行为动机、个性化精准推荐的短视频与短视频内容的不可预测等方面入手,提出构建“用户自我监管与管控-软件设置防沉迷系统-学校丰富校园文化”三级依赖防治体系。短视频用户个体设置时间安排表,对浏览短视频的使用时间提前设定好,借用应用程序或相关工具设定使用限制,逐渐减少浏览视频的时长和频率(张强等, 2023)。短视频公司作为国家发展的重要组成部分,应当承担起对青少年健康成长保驾护航的社会责任,构建并逐步完善短视频防沉迷系统,对青少年群体的搜索内容、推荐内容、浏览时长等进行限定并降低精准推荐视频的比例,为青少年成长营造安全、健康、向上的网络环境。校园作为大学生学习生活之所,对学生的成长成才起着重要作用,高校要积极举办丰富多彩的文体活动,鼓励学生走出宿舍参与线下课外活动,以多品类、多形式、多元素的课外活动进一步丰富校园文化,让学生将课外时间花在提升自己思想修养与综合能力的地方。

5.2. 提供心理咨询治疗支持

根据调查结果发现大学生对短视频的依赖程度具有一定差异,近一半的学生对短视频有不同程度依赖,12%的学生有较高的依赖,并且成绩较弱的学生对短视频依赖程度更高。高校可以针对不同依赖程度的学生提供不同的干预支持策略,这些策略结合教育引导、自我监控和心理支持等方面的功能,为其提供心理支持来协助大学生克服依赖,帮助大学生认知短视频依赖的风险与危害,从而自主控制使用时间。对于短视频依赖程度较高甚至成瘾的学生需要提供一定心理治疗,基于学生的具体需求和问题,学校心理咨询中心需要以专业的指导与帮助及时进行介入干预或转介干预,帮助学生分析、梳理和协助解决短视频依赖的根本性问题,提高学生的自我控制能力,降低学生对短视频的依赖。面对部分对短视频有一定依赖但程度不高的学生,高校可以定期举办心理健康专题活动、提供日常心理咨询辅导服务,通过心理健康知识宣传帮助学生正确认识自我与短视频之间的关系(李静, 2021)。

5.3. 开展科普预防宣传教育

大学生对短视频的依赖很大程度在于学生自身并没有意识到短视频对其生活所造成的负面影响,许多学生认为其观看短视频仅是打发课余时间,实际上忽略了短视频的浸润式影响,对短视频依赖的危害认识不够。因此高校可以依托高校官方微信、微博、校园网、短视频号等官方媒体,制作短视频依赖危害的宣传视频、海报、展板等宣传制品,利用宣传周、工作坊、主题讲座等开展短视频传播与依赖的专题活动,借助高校宣传部、思政辅导员、班级学生干部等力量举办主题班会、辩论赛、讨论会等课余活动,对短视频的传播机制、短视频依赖的影响和危害等方面进行宣传。科普预防宣传教育工作绝非一蹴而就,而是需要循序渐进,根据策略效果不断矫正以便更好地达到宣传教育的效果,由此进一步增加大学生对短视频依赖危害的认识,提高他们的警觉性,并鼓励他们采取积极的措施来减少对短视频的沉迷和依赖,从而建立更健康的数字媒体使用习惯。

6. 结语

当前迅速发展的网络短视频给求新求异的大学生带来了更多、更快、更广获取信息的机会,在目前各大短视频软件平台中,网络短视频如洪流倾泻而下,这对于进入大学阶段脱离家长管控的学生而言无疑是一个极大的挑战。对大学生短视频依赖的现状进行分析,发现不同类型学生之间对短视频的依赖具有一定差异,剖析短视频依赖的心理机制后发现强化依随与强化不可预测对于大学生建立、维持、依赖浏览短视频的行为具有直接作用。基于调研结果,研究从预防、治疗和引导的角度对大学生短视频依赖提供了三方面的干预策略,以期帮助青年大学生妥善处理短视频与自我之间的关系,以积极参加更高质量的课余文体活动代替浏览短视频,全面提升自我的综合能力,从而进一步提升高校的人才培养质量。

基金项目

2023 年上海理工大学优秀网络文化精品项目“大学生短视频成瘾的内在动因及干预策略研究”(23WLWH-LL-001)。

参考文献

- 李静(2021). *移动短视频对大学生价值观的消极影响及对策研究*. 硕士学位论文, 重庆: 重庆邮电大学.
- 李霞, 秦浩轩, 曾美红, 何玉雪, 马梦珍(2021). 大学生短视频成瘾症状与人格的关系. *中国心理卫生杂志*, 35(11), 925-928.
- 骆帼婷, 郭菲, 陈祉妍, 章学辉(2022). 休闲无聊和青少年短视频使用的关系: 一个有调节的中介模型. *教育生物学杂志*, 10(5), 411-417.

- 蒲宇雪, 阳德华, 燕婉楹(2023). 大学生负性生活事件与短视频成瘾的关系: 自我补偿动机的中介作用. *南京中医药大学学报(社会科学版)*, 24(3), 204-210.
- 桑标(2017). *学校心理咨询基础理论*. 华东师范大学出版社.
- 尚闯红, 徐智宏(2014). 基于操作性条件反射的激励型双语教学探讨. *华北科技学院学报*, 11(7), 95-99.
- 姚秀秀(2018). *使用与满足理论视角下移动短视频的发展策略研究*. 硕士学位论文, 南昌: 江西财经大学.
- 张强, 王翱航, 张珏(2023). 大学生短视频社交媒体使用与心理健康相关行为的关系. *中国学校卫生*, 44(4), 586-589+593.
- 周钰志, 刘付碧丽, 黄俊萍, 黄佳淳, 李璟(2022). 大学生短视频依赖的现状研究. *心理学进展*, 12(12), 4136-4146.