

积极心理学视域下短视频成瘾机制及干预

周亚菲

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年8月7日; 录用日期: 2024年9月14日; 发布日期: 2024年9月25日

摘要

数字化时代, 短视频走入大众视野并在短时间内迅速崛起。短视频以其短小精悍、内容丰富、生动有趣的特点赢得大众的喜爱。然而, 随着网络信息技术的不断发展、网民数量的不断增加, 短视频成瘾现象也愈演愈烈。短视频成瘾会对人的生理及心理健康造成影响, 给社会带来隐形的危害。积极心理学研究积极情绪体验、积极人格特质, 积极社会组织等方面的内容, 可以有效应对短视频成瘾问题。本文从积极心理学的视角出发, 分析短视频成瘾的心理机制, 并提出相应的干预策略, 以期对减少短视频成瘾者数量、构建和谐短视频网络环境提供借鉴意义。

关键词

积极心理学, 短视频, 短视频成瘾

Mechanism and Intervention of Short Video Addiction from the Perspective of Positive Psychology

Yafei Zhou

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 7th, 2024; accepted: Sep. 14th, 2024; published: Sep. 25th, 2024

Abstract

In the digital age, short videos come into public view and rise rapidly in a short time. Short videos are popular with the public because of their brevity, richness and liveliness. However, with the continuous development of network information technology and the increasing number of netizens, the phenomenon of short video addiction has also intensified. Short video addiction will affect people's physical and mental health and bring invisible harm to society. Positive psychology studies

positive emotional experience, positive personality traits and positive social organization, which can effectively deal with the problem of short video addiction. From the perspective of positive psychology, this paper analyzes the psychological mechanism of short video addiction, and puts forward corresponding intervention strategies in order to provide reference for reducing the number of short video addicts and building a harmonious short video network environment.

Keywords

Positive Psychology, Short Videos, Short Video Addiction

Copyright © 2024 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

短视频指通过社交媒体平台、视频分享网站、移动应用程序等发布和分享的，时长在几秒到几分钟之间的网络视频(董王昊, 王伟军, 王兴超, 李文清, 2023)。短视频成瘾是指在无成瘾物质作用下, 在长时间驱动中对短视频的持续性参与, 这种行为参与以牺牲其他重要活动为代价, 表现出强迫性行为模式, 并对个体的人际关系、身体健康与时间管理等产生实质性危害(赵云泽, 路梦婷, 2024)。如今, 短视频的受众数量越来越多, 短视频使用时长越来越长, 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2023 年 12 月, 我国网民规模达 10.92 亿人, 网络视频用户规模达 10.67 亿人, 短视频用户规模达 10.53 亿, 占整体网民规模的 96.4%。《2023 年短视频行业研究报告》显示, 近四分之一网民因短视频与互联网结缘, 远超游戏、直播等应用; 短视频人均单日使用时长近 3 个小时, 且呈 5 年持续增长态势(Mob 研究院, 2023)。在现代化、快节奏的生活里, 碎片化的、无需过多思考的信息内容往往更容易获得大众的青睐, 短视频短小精悍、内容丰富、视听结合, 高娱乐性与休闲性无形中增加了用户粘性, 占据了用户的大部分碎片化时间。短视频平台通过算法推荐技术进行“个性化推荐”, 记录浏览记录、分析用户喜好并进行“私人订制”, 给用户推送其感兴趣的内容, 使用户深陷“信息茧房”中, 对短视频产生依赖性。积极心理学重视积极品质和情绪的作用, 可以帮助人们提升自控力, 帮助短视频成瘾者摆脱短视频对自身的桎梏。此外, 通过研究短视频成瘾机制, 可以帮助个体对短视频产生正确认识, 提高对短视频的警惕, 减少对短视频的依赖, 预防和避免短视频成瘾, 维护社会和谐稳定。

2. 积极心理学概述

1997 年, 美国著名心理学家塞里格曼(Seligman)首次提出了积极心理学的概念。积极心理学是利用心理学目前已比较完善和有效的实验方法与测量手段, 来研究人类的力量和美德等积极方面的一个心理学思潮(Sheldon & King, 2001)。积极心理学重视人类积极的心理品质, 研究重点是人自身的存在的积极因素, 强调研究人的优点与价值。积极心理学认为, 科学心理学主要面临三项主要使命: 1) 治疗人的精神或心理疾病; 2) 帮助普通人生活得更充实幸福; 3) 发现并培养具有非凡才能的人(况志华, 叶浩生, 2005)。塞里格曼(Seligman)认为积极心理学的力量, 是帮助人们发现并利用自己的内在资源, 进而提升个人的素质和生活的品质(Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)。积极心理学以科学的方法研究人性中的积极层面, 并力图促进个人、社会以及整个人类的进步和发展(苗元江, 余嘉元, 2003)。其主要研究积极的情绪体验如自我的幸福感, 积极的人格特质如个人的创造力、积极的社会组织系统等几个方面的内容。

2.1. 积极的情绪体验

积极的情绪体验重视人的幸福感、快乐感,对未来持乐观主义态度,强调积极心理品质的作用。积极心理学依据积极的不同特性为标准把积极情绪体验分为感官愉悦和心理享受两类。感官愉悦是指机体消除自身内部紧张力后的一种主观体验,它来自于某种自我机体平衡的保持,是人感觉器官放松的结果,心理享受则来自于对个体固有的某种自我平衡的打破(任俊, 2006)。“拓展-建构”(Broaden-and-Build)理论认为,积极情绪如满足、高兴能扩建个体的行为和思想,建构持久的个人资源(智力、体力、心理、社会资源),进而改变人们原来的思想和行为模式(Fredrick, 2001)。积极的情绪有利于消除消极情绪,发挥情绪的正向作用从而促进保持身体的健康与活力。

2.2. 积极的人格特质

人格特质,是指一个人认知、情感、行为等多方面交互作用的面貌展示,是个体相对固定的一些个人特征。“大五人格理论”将人格归为神经质(Neuroticism)、外倾性(Extraversion)、开放性(Openness to Experience)、宜人性(Agreeableness)、尽责性(Conscientiousness)五个维度。有学者提出了个体的 24 种主要积极人格特质,其中包括创造力、好奇心、心胸开阔、好学、洞察力、正直、夏勇敢、诚实、热情、善良、爱心、社交能力、公平、领导才能、团队协作、宽容、谦虚等(Peterson & Seligman, 2004)。积极人格特质的关键在于个体是否在日常生活中能主观感受到幸福,是否经常感到开心快乐,积极心理学认为,个体都有自己的闪光点和积极的人格特质,通过运用和发展个人特质及潜力,个体可以获得幸福。

2.3. 积极的社会组织系统

积极心理学把能够促使个体获得更多积极体验并易于形成积极人格的环境系统称为积极的组织系统(孟维杰, 马甜语, 2010)。社会关系、文化规范、潜能发展的家庭影响等研究能够支持和发展人的能力及长处(周嵌, 石国兴, 2006)。积极的社会组织系统如积极的社区组织、积极的家庭组织系统、积极的社会文化环境、积极的语言环境等对个体积极人格的塑造有重要影响作用。

3. 短视频成瘾的心理机制

3.1. 感官冲击

短视频最大的特点便是短小精悍,可以在短时间内迅速吸引用户注意力,且短视频包含的内容更为丰富,相比单纯文字、图片的信息内容来说,声像文结合的短视频画面富有冲击力,可以牢牢抓住用户的眼球,使用户同时满足了视觉和听觉上的需求,这会带来感官上的满足,进而产生愉悦感从而获得积极的情绪体验。认知心理学理论认为,个体只需要 15 秒到 20 秒便可形成关于事物深刻的短时记忆。而短视频平台生产的大部分视频内容正是 15 秒,15 秒的短视频会使个体产生蔡格尼克记忆效应(人们对于尚未处理完的事情,比已处理完成的事情印象更加深刻),进而使用户继续刷下一个视频(Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)。在短视频快速的滑动切换和强烈的感官刺激中,个体进入沉浸状态,这时大脑会持续释放多巴胺,长时间刷短视频就会在不知不觉中上瘾。

3.2. 即时满足

心理学的瓜子效应很好的解释了为什么刷短视频会上瘾,瓜子效应指的是一旦开始磕第一颗瓜子后面就会停不下来,即最开始只是简单的举动,但后续却难以停止。刷短视频是一个很简单的行为,只需要滑动手指便能切换视频,不需要复杂的流程和深入的思考,适合每个年龄段的人群。刷短视频的过程可以带来即时反馈,产生即时满足感。这种不用付出多大力气就能获得的即时满足会使人沉溺其中。在药物成瘾

研究领域,成瘾者的行为一般被认为经历了从“有目的地工具性使用”到“不受控地习惯性使用”的转换过程,短视频的合理使用与问题性使用之间的界限模糊性,可能正是由这两种使用行为的潜在转换导致的(曾华铭, 2019)。激励敏化理论提供了一个心理学和神经学的综合研究框架来解释成瘾的过程变化,在信息成瘾过程中,信息成瘾的行为动机是通过反复执行个体认为能够产生奖励的信息行为,从而导致大脑的“想要”系统被激活(王文韬, 钱鹏博, 唐思捷, 桑松, 王德尧, 2023)。个体在刚开始时,将短视频视为一个休闲放松的工具,但在刷视频的过程中,个体不受控制的反复切换、浏览,进而产生上瘾现象。

3.3. 情感需求

根据马斯洛需求理论,人在满足了最基本的生理和安全需求后,便会寻求更高层次的社交、尊重和自我实现需求。短视频草根化、便捷化的特性降低了使用门槛,在短视频平台上,没有繁琐的操作、复杂的限制,人人都可以是生产者,个体拥有展示自己的机会,可以通过剪辑生成并分享自己创作的内容,若自己的作品获得流量与关注,个体也会在情感上得到满足。此外,很多人性格内向,在现实生活中不善言辞,不爱与人交往,但内心又渴望与他人交往,短视频平台则提供了一个不同于现实世界的便捷的社交环境,个体可以通过关注、私信、评论等方式与他人进行互动和交流,在交流互动过程中,个人很容易对某些内容产生共鸣,满足了自身更高层次的情感需求,进而导致使用短视频平台的频次、时间增加,逐渐上瘾。

4. 积极心理学视域下短视频成瘾干预措施

短视频成瘾不仅仅会带来诸如视力下降、腰酸背痛、失眠等生理上的问题,还会带来焦虑、抑郁等心理上的问题。清华大学健康中国研究院通过对 260 名男性和 903 名女性大学生的跟踪调查,发现短视频成瘾与抑郁症状呈现出一种相互增强的趋势,短视频上瘾或将成为引发心理问题的新因素(Qu, Liu, Jia, Zhang, Chen, Zhang, Feng, & Chen, 2024)。短视频成瘾带来的生理及心理问题,亟需引起各方的关注和重视。

4.1. 提升自我效能感和幸福感

自我效能感是指人们对自身能否利用所拥有的技能去完成某项工作行为的自信程度(Brown, 2002)。解决短视频成瘾问题,个体要提升自我效能感,相信自己能摆脱短视频对自己的控制,跳出短视频成瘾怪圈。充分认识到过度沉迷短视频对自身生理及心理带来的危害,提升自身的心理素质,勇于改变自己。短视频成瘾者往往幸福感比较低,希冀通过短视频来寻求主观幸福感,但短视频带来的通常是感官上的满足和短时间的愉悦,并不能带来真正的心理享受,因此,短视频成瘾者应积极培养自己的兴趣爱好如阅读、运动、书法等等,将注意力转移到其他事项中,在现实世界中积极与他人进行交往,避免长时间面对手机,提升自身的媒介素养,正确认识短视频,提升主观幸福感。

有研究基于一般张力理论和社会生态系统理论对 807 名高中生样本数据进行分析,结果发现:自我控制在感知压力与短视频成瘾的正向关系间起显著的部分中介作用(刘星畅, 邹佳晨, 张宇驰, 蒋鑫睿, 王海悦, 张龄月, 2023)。对此,可以采取脱敏治疗的方式,循序渐进设立多个小阶段目标,逐步减少刷短视频的时间,建立奖励机制,完成小目标时可以给予自己一定的奖励,不断给自己正反馈,调动积极情绪的作用。

4.2. 培养积极的人格特质

有研究发现神经质(焦虑、烦躁、敏感、多疑等)水平越高,越容易造成短视频成瘾,宜人性越强(温和、仁慈、礼貌、宽容等),短视频成瘾性越弱,尽责性(谨慎、尽责、勤奋、进取等)则是减少短视频成瘾

的保护因子(李霞, 秦浩轩, 曾美红, 何玉雪, 马梦珍, 2021)。一项研究通过对 359 名在校大学生进行测量。结果显示压力知觉与神经质人格、手机成瘾呈显著正相关, 神经质人格与手机成瘾呈显著正相关(邱致燕, 王小洁, 张斌, 王叶飞, 2016)。面对短视频成瘾问题, 个体要培养自己的宜人性人格特质, 重视与现实世界的连接, 多与他人交往, 提升自身的交际能力, 通过冥想、运动等方式释放压力, 提升抗压能力, 重视心理健康, 长期有焦虑、烦躁情绪且无法疏通时及时寻求专业人士帮助。

4.3. 构建积极的社会组织环境

针对短视频成瘾问题, 短视频平台方应积极承担社会责任, 加强对视频内容的审核和监管, 充分利用人工智能、大数据等先进技术持续优化平台, 保证平台内容的真实性, 输出正向的、有价值的、符合主流价值观的优质内容, 升级完善防沉迷系统, 尤其加强对青少年和未成年人的保护, 限制其观看使用时间。切实履行主体责任, 提升社会责任感, 优化算法推荐系统, 给用户推送多元的、丰富的内容, 戳破过滤气泡, 为广大网友营造一个健康、绿色、安全、和谐的网络短视频环境氛围。对政府而言, 要构建科学有效的监管体系, 针对短视频乱象开展专项行动, 督促短视频平台强化内容审核制度。对家庭系统而言, 要营造良好的家庭氛围, 各家庭成员主动拒绝短视频沉迷, 加强彼此之间情感的联系, 尤其是对青少年家庭而言, 父母要以身作则, 多与孩子进行沟通和交流, 多鼓励、陪伴孩子, 提供情绪价值, 帮助他们树立正确的三观, 帮助孩子养成良好习惯, 培养优秀品质。有研究采用焦点解决短期疗法及家庭治疗对 52 例网络成瘾青少年进行心理社会综合干预, 治疗显效率和总有效率分别为 61.54% 和 86.54% (杨放如, 郝伟, 2005)。由此可见家庭干预对应对短视频上瘾问题起了重要作用。

5. 结语

如今, 数字化生活成为常态, 短视频平台也如雨后春笋般不断涌现。短视频上瘾现象固然需要引起各方重视, 但短视频也并非洪水猛兽, 短视频平台中也存在许多科学、人文、百科等教育方面的信息内容, 若对其加以正确利用, 控制使用时间, 短视频也能成为优秀的学习工具。用积极心理学理论研究短视频上瘾, 可以分析出短视频上瘾的深层及内在原因, 从而对症下药, 发挥积极情绪、积极人格、积极社会组织系统的作用, 推动个人、家庭、平台、社会等齐发力, 共同打造一个安全、绿色、清朗的短视频网络空间。

参考文献

- Mob 研究院(2023). 2023 年短视频行业研究报告. MobTech 麦博科技官网. <http://www.mob.com/mobdata/report/178>
- 曾华铭(2019). 短视频成瘾的心理机制探析——以抖音为例. *新媒体研究*, 5(20), 16-17.
- 董王昊, 王伟军, 王兴超, 李文清(2023). 人机互动视角下短视频沉迷的发生机制. *心理科学进展*, 31(12), 2337-2349.
- 况志华, 叶浩生(2005). 当代西方心理学的三种新取向及其比较. *心理学报*, 37(5), 702-709.
- 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.
- 刘星畅, 邹佳晨, 张宇驰, 蒋鑫睿, 王海悦, 张龄月(2023). 感知压力与乡镇中学生的短视频成瘾: 自我控制的中介作用与父母积极干涉/共用教养行为的调节作用. 见 中国心理学会(编), *第二十五届全国心理学学术会议摘要集——分组展贴报告*(p. 3). 中国心理学会.
- 孟维杰, 马甜语(2010). 积极心理学思潮兴起: 心理学研究视域转换与当代价值. *哲学动态*, (11), 103-108.
- 苗元江, 余嘉元(2003). 积极心理学: 理念与行动. *南京师大学报(社会科学版)*, (2), 81-87.
- 邱致燕, 王小洁, 张斌, 王叶飞(2016). 大学生压力知觉、神经质人格与手机成瘾的关系研究. *卫生职业教育*, 34(21), 131-132.
- 任俊(2006). *积极心理学思想的理论研究*. 博士学位论文, 南京: 南京师范大学.

- 王文韬, 钱鹏博, 唐思捷, 桑松, 王德尧(2023). 信息成瘾现象的成瘾溯源、行为机理与阶段模型. *图书情报工作*, 67(22), 68-79.
- 杨放如, 郝伟(2005). 52例网络成瘾青少年心理社会综合干预的疗效观察. *中国临床心理学杂志*, 13(3), 343-345, 352.
- 赵云泽, 路梦婷(2024). 人工智能时代短视频成瘾原因及解决机制研究. *延边大学学报(社会科学版)*, 57(3), 127-138, 144.
- 周敏, 石国兴(2006). 积极心理学介绍. *中国心理卫生杂志*, 20(2), 129-132.
- Brown, D. (2002). *Career Choice and Development*. Jossey-Bass.
- Fredrick, B. L. (2001). The Role of Positive Emotions in Positive Psychology: The Broaden-and-Build Theory of Positive Emotions. *American Psychologist*, 56, 218-226. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.56.3.218>
- Peterson, C., & Seligman, M. (2004). *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification* (pp. 48-600). APA Press and Oxford University Press.
- Qu, D., Liu, B., Jia, L., Zhang, X., Chen, D., Zhang, Q. et al. (2024). The Longitudinal Relationships between Short Video Addiction and Depressive Symptoms: A Cross-Lagged Panel Network Analysis. *Computers in Human Behavior*, 152, Article ID: 108059. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108059>
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.1.5>
- Sheldon, M., & King, L. (2001). Why Positive Psychology Is Necessary. *American Psychologist*, 56, 216-217. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.56.3.216>