**Advances in Social Sciences** 社会科学前沿, 2022, 11(6), 2431-2437
Published Online June 2022 in Hans. http://www.hanspub.org/journal/ass
https://doi.org/10.12677/ass.2022.116334

Hans汉斯

# 大学生短视频使用特点及对主观幸福感的影响研究

## ——基于对湖南长沙部分高校的调查

**王小凤，李思婷，索秀娟，李宸吉，王玥怡**

中南林业科技大学，湖南 长沙

收稿日期：2022年4月25日；录用日期：2022年6月22日；发布日期：2022年6月29日

## 摘 要

**目的：为探讨大学生短视频使用特点及其对主观幸福感的影响。方法：采用短视频使用强度量表、主观幸福感量表和自我控制量表对1834名大学生进行了问卷调查。结果：1) 大学生短视频使用与自我控制、主观幸福感显著负相关，自我控制与主观幸福感显著正相关；2) 自我控制在短视频使用对大学生主观幸福感的影响中起完全中介作用。结论：短视频使用强度过高会削弱大学生的自我控制能力进而导致主观幸福感的下降，增强自我控制水平有利于提升大学生的主观幸福感。**

## 关键词

**短视频使用，主观幸福感，自我控制**

# Research on the Characteristics of College Students' Short Video Use and Its Impact on Subjective Well-Being

## —Based on a Survey of Some Colleges and Universities in Changsha, Hunan

**Xiaofeng Wang, Siting Li, Xiujuan Suo, Chenji Li, Yueyi Wang**

Central South University of Forestry and Technology, Changsha Hunan

Received: Apr. 25th, 2022; accepted: Jun. 22nd, 2022; published: Jun. 29th, 2022

文章引用: 王小凤, 李思婷, 索秀娟, 李宸吉, 王玥怡. 大学生短视频使用特点及对主观幸福感的影响研究[J]. 社会科学前沿, 2022, 11(6): 2431-2437. DOI: 10.12677/ass.2022.116334

## Abstract

**Objective: To explore the characteristics of college students' short video usage and its impact on subjective well-being. Methods: A questionnaire survey was conducted among 1834 college students using the Short Video Usage Intensity Scale, the Subjective Well-Being Scale and the Self-Control Scale. Results: 1) The short video usage of college students was significantly negatively correlated with self-control and subjective well-being, while self-control was significantly positively correlated with subjective well-being; 2) Self-control plays a complete mediating role in the effect of short video use on college students' subjective well-being. Conclusion: Excessive use of short video will weaken the self-control ability of college students and lead to the decline of subjective well-being; enhancing the level of self-control is conducive to improving the subjective well-being of college students.**



## Keywords

**Short Video Use, Subjective Well-Being, Self-Control**



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

主观幸福感是体现大学生适应大学学习环境的一个重要方面，也是衡量大学生生活质量极其重要的综合性心理指标[1]。当代大学生是伴随网络快速发展成长的一代，短视频作为一种新兴的自媒体，倍受大学生喜爱，有学者认为，个体观看短视频会严重影响个体的社会心理适应性，使个体产生更多的消极情绪，最终导致个体的主观幸福感降低[2] [3]。网上冲浪时间过长，可能会导致大学生更难融入线下群体，增强个体的抑郁情绪[4]，进而降低其在现实生活中的主观幸福感[5]。但也有研究发现，短视频使用对缓解大学生的学习和生活压力以及感受社会正能量等方面具有积极影响[6]。此外，我们发现自我控制能调节个体的手机依赖性[7]，且自我控制是主观幸福感的一个关键因素，对于生理和心理幸福感的积极结果预测性很强[8]。因此，本研究拟在短视频兴起的背景下以湖南省部分高校大学生群体为研究对象，探究当代大学生短视频使用情况以及其与主观幸福感的关系，尤其是自我控制是否在两者关系中发挥中介作用。

## 2. 对象与方法

### 2.1. 对象

湖南省 3 所本科院校和 2 所高职院校的 1395 名大学生。其中，女生 847 人(占总体 60.7%)，男生 548 人(占总体 39.3%)；大一 800 人(占总体 57.3%)，大二 373 人(占总体 26.7%)，大三 133 人(占总体 9.5%)，大四 89 人(占总体 6.4%)；独生子女 397 人(占总体 28.5%)，非独生子女 998 人(占总体 71.5%)；理工科 784 人(占总体 56.2%)，文科 502 人(占总体 36.0%)，艺术类 109 人(占总体 7.8%)；年龄 17~23 岁，平均 18.48 ± 1.06 岁。此外，我们还从参加调查问卷中的学生中随机选取了 44 名被试进行了电话访谈和面对面访谈，其中大一 12 人，大二 21 人，大三 4 人，大四 7 人，男女生各占一半，平均年龄 19.14 ± 0.35 岁。

### 2.2. 方法

#### 2.2.1. 抽样方法

通过匿名分层抽样，对湖南省 3 所本科院校和 2 所高职院校采用问卷星链接推送调查问卷，共有 1834 名大学生参与了网络调查。根据检测作答时间等方式，剔除无效问卷 439 份，最终保留有效问卷 1395 份，有效率为 76.1%。

#### 2.2.2. 调查方法

1) 短视频使用强度量表：本研究根据短视频的使用特点，以社交网站使用强度量表[9]和网络上收集到的有关短视频使用调查问卷为基础，结合本研究目的进行修订和改编，最终得到 12 个项目。采用里克特 5 点计分，从 1 到 5 表示从“完全不符合”到“完全符合”。分数越高，表明个体短视频使用强度越高。在本研究中，该量表的 Cronbach’s α 系数为 0.92。

2) 自我控制量表(Self-Control Scale, SCS)：采用谭树华和郭永玉[10]修订的由 Tangney 等人[11]编制的 SCS，共 19 个题项，包括冲动控制、健康习惯、抵御诱惑、专注学习、节制娱乐五个维度。采用里克特 5 点计分，从 1“完全不符合”到 5“完全符合”，除了 1、5、11、14 题正向计分外，其余题反向计分。得分越高，表示自我控制水平越高。本研究中该量表的 Cronbach’s α 系数为 0.86。

3) 主观幸福感指数量表(Index of Well-Being, WBIS)：采用 Campbell [12]编制的 WBIS，用于测量大学生目前所体验到的幸福程度。该量表共 9 个项目，包括总体情感指数和生活满意度两个维度。总体情感指数维度由 1~8 题构成，生活满意度维度由第 9 题构成，采用七点评分。主观幸福感分数由总体情感指数问卷的均分和生活满意度问卷得分(权重为 1.1)相加而得，分数越高，则表明个体的主观幸福感更高，其范围在 2.1 (最不幸福)~14.7 (最幸福)之间。本研究中，总体情感指数分量表的内部一致性系数为 0.96，总量表的内部一致性系数为 0.97。

#### 2.2.3. 统计分析

本研究采用 SPSS 22.0 及 Hayes [1]开发的 SPSS 宏程序 PROCESS 对数据进行分析处理，回归系数显著性检验采用偏差校正的百分位 Bootstrap 检验，重复抽取 5000 次，计算 95%的置信区间，对中介模型进行检验。

## 3. 结果

### 3.1. 共同方法偏差的检验

由于本研究仅采用被试自我报告的方法来收集数据资料，结果可能受共同方法偏差的影响。因此，本研究采用 Harman 单因子模型法来检验数据的共同方法偏差[13]。结果显示，共有 6 个因子的特征根大于 1，且第一个因子解释变异量为 23.94%，小于 40%临界点，表明本研究数据不存在严重的共同方法偏差。

### 3.2. 主要变量的描述性统计与相关分析

描述性统计发现，大学生短视频使用强度的均值为 2.40，低于量表中数的“3”，表明大学生短视频使用强度较低；主观幸福感的均值得分 10.35，高于量表中数的 8.4 分，说明大学生整体主观幸福感较高；自我控制的均值得分 3.14，略高于量表中数的“3”，说明大学生自我控制水平属于中等偏上。相关结果如表 1 所示，短视频使用强度和自我控制显著负相关；短视频使用强度与自我控制、主观幸福感呈显著负相关，自我控制与主观幸福感显著正相关。

**Table 1.** Correlation analysis among variable
**表 1.** 各变量间的相关分析

| | *M* | *SD* | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1、年龄 | 18.48 | 1.06 | 1 | | | |
| 2、短视频使用强度 | 2.40 | 0.78 | 0.04 | 1 | | |
| 3、自我控制 | 10.35 | 2.36 | −0.02 | $-0.32^{***}$ | 1 | |
| 4、主观幸福感 | 3.14 | 0.50 | −0.04 | $-0.07^{**}$ | $0.31^{***}$ | 1 |

注：性别为虚拟变量，男 = 0，女 = 1；$^{*}p < 0.05$，$^{**}p < 0.01$，$^{***}p < 0.001$，下同。

问卷中还收集了大学生短视频使用的一些具体信息，结果如表 2 所示：在 1395 名大学生中有 87%的学生对短视频比较了解，其中 16.8%为非常了解；42.9%的学生会一天多次使用短视频；50.8%的学生使用短视频的时间段为晚上；大学生使用短视频以娱乐为目的居多，占 87.0%；大学生观看短视频的类型主要为娱乐、生活以及影视类，依次占 68.1%、42.1%、35.8%。

**Table 2.** Specific analysis of short video usage of college students
**表 2.** 大学生短视频使用具体情况分析

| | | 频率 | 百分比(%) |
|---|---|---|---|
| 是否了解短视频 | 非常了解 | 234 | 16.8 |
| | 比较了解 | 979 | 70.2 |
| | 只是听说过 | 182 | 13.0 |
| 短视频使用频率 | 1 周 0 次 | 67 | 4.8 |
| | 1 周 3 次 | 156 | 11.2 |
| | 1 周 3~7 | 185 | 13.3 |
| | 几乎每天 | 388 | 27.8 |
| | 1 天多次 | 599 | 42.9 |
| 平均使用时长 | 少于 10 分钟 | 136 | 9.7 |
| | 10~30 分钟 | 481 | 34.5 |
| | 30~60 分钟 | 392 | 28.1 |
| | 1~2 小时 | 206 | 14.8 |
| | 超过 2 小时 | 180 | 12.9 |
| 经常刷短视频的时间段 | 早晨 | 130 | 9.3 |
| | 中午 | 99 | 7.1 |
| | 下午 | 411 | 29.5 |
| | 晚上 | 708 | 50.8 |
| | 凌晨 | 47 | 3.4 |
| 使用短视频的主要动机 | 学习动机 | 111 | 8.0 |
| | 娱乐动机 | 1213 | 87.0 |
| | 社交动机 | 71 | 5.1 |
| 喜欢观看短视频的内容 | 明显类 | 278 | 19.9 |
| | 影视类 | 499 | 35.8 |
| | 艺术类 | 369 | 28.4 |

**Continued**

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 娱乐类 | 950 | 68.1 |
| | 创作类 | 267 | 19.1 |
| | 生活类 | 587 | 42.1 |
| | 旅行类 | 130 | 9.3 |
| | 新闻类 | 134 | 9.6 |
| | 使用技能类 | 256 | 18.4 |
| | 消息类 | 60 | 4.3 |
| | 其他 | 146 | 10.5 |

为了进一步揭示大学生短视频使用的人口学特点，分别将性别、独生子女与否、年级、专业作为自变量，采用独立样本 t 检验和单因素方式分析，分析不同性别、年级、专业学生以及是否独生子女在各变量上的差异，结果发现，短视频使用和自我控制在性别上存在显著差异，具体为女生的短视频使用强度得分高于男生($t = -2.64^{*}$)，非独生子女短视频使用强度得分高于独生子女($t = -2.41^{*}$)，在年级和专业上均不存在显著差异。

## 3.3. 中介效应检验

首先，采用多元回归，在控制性别和年级的条件下，考察短视频使用强度对主观幸福感影响的总效应，结果显示短视频使用强度对大学生主观幸福感具有显著的负向预测作用($R = 0.08$, $R^2 = 0.01$, $F(3) = 2.72$, $\beta = -0.07$, $t = -2.53$, $p < 0.05$)。

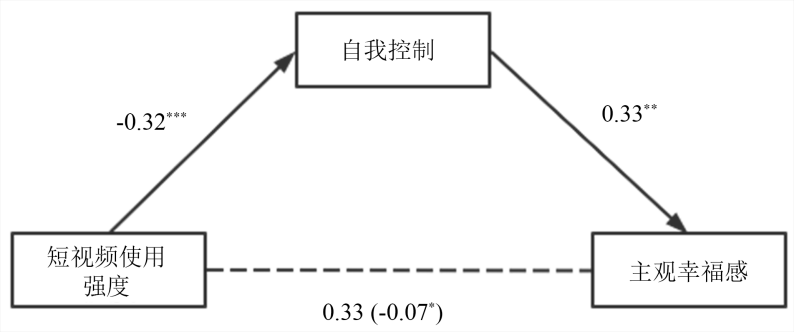
其次，本研究采用 Hayes (2012)编制的 SPSS 宏 process [14]，构建了以自我控制为中介变量的中介模型，对上述方程进行检验，结果见表 3。

**Table 3.** Mediating effect test
**表 3.** 中介效应检验

| 回归方程 | | 拟合指标系数显著性 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 结果变量 | 预测变量 | $R$ | $R^2$ | $F(df)$ | β | $t$ | 95% CI |
| 自我控制 | 性别 | 0.33 | 0.11 | 56.57(3) | −0.15 | $-2.82^{**}$ | [−0.25, −0.04] |
| | 年级 | | | | −0.01 | −0.40 | [−0.07, 0.04] |
| | 短视频使用强度 | | | | −0.32 | $-12.46^{***}$ | [−0.37, −0.27] |
| 主观幸福感 | 性别 | 0.32 | 0.10 | 38.69(4)) | 0.05 | 0.94 | [−0.05, 0.15] |
| | 年级 | | | | −0.03 | −1.15 | [−0.09, 0.02] |
| | 短视频使用强度 | | | | 0.03 | 1.31 | [−0.02, 0.09] |
| | 自我控制 | | | | 0.33 | $12.07^{***}$ | [0.27, 0.38] |

注：模型中各变量均采用标准化的分数带入回归方程，乘积项是两个变量中心化后的乘积项，Boot 标准误、Boot CI 下限和 Boot CI 上限分别指通过偏差矫正的百分位 Bootstrap 法估计的间接效应的标准误差、95%置信区间的下限和上限；所有数值通过四舍五入保留两位小数。

当放入自我控制这一中介变量以后，短视频使用强度对自我控制的预测作用、自我控制对主观幸福感的预测作用均显著，但短视频使用强度对主观幸福感的预测作用不显著，且自我控制的中介效应的 bootstrap95%置信区间的上下限不包含 0 (见表 3)，表明自我控制能够在短视频使用强度对大学生主观幸福感的影响中起完全中介作用，具体路径系数图见图 1。




注：实线表示系数显著，虚线表示系数不显著。

**Figure 1.** Path coefficients of short video use, self-control and subjective well-being
**图 1.** 短视频使用、自我控制与主观幸福感的路径系数图

## 4. 讨论

### 4.1. 大学生短视频使用现状与特点

与李雅澜[15]的研究结果一致，本研究发现大学生普遍了解短视频，使用短视频的频率较高，单次使用时长在 30 分钟内的占比最高，使用动机大多都是以娱乐为主，使用时段主要在晚上。说明尽管大学生使用视频较为普遍，但大学生短视频使用强度并不高，即短视频对大学生的生活侵入程度并不高，对短视频的依赖程度尚在合理范围之内。

研究还发现，女生短视频使用强度高于男生，与李兰[16]的研究结果相一致。这可能是因为相对于男生来说，女生对娱乐消费的欲望更加强烈，在短视频中寻找归属感和认同感的需求也更为强烈；与独生子女相比，非独生子女短视频使用强度更高。这可能是因为非独生子女大学生从小就有兄弟姐妹的照顾，习惯对社交有更为强烈的需求，因此会花费更多时长、投入更多通过短视频使用来进行社交。此外，大学生短视频使用在年级、专业上无显著差异，说明短视频在当代大学生中较为普及，受年级和专业的影响较小。

### 4.2. 大学生短视频使用与主观幸福感的关系：自我控制的中介作用

本研究发现短视频使用强度与大学生主观幸福感显著负相关，虽然无法直接预测主观幸福感，但可以通过自我控制的间接作用负向预测主观幸福感。自我控制资源模型认为，自我控制是一种有限的资源，个体在先前任务进行自我控制会消耗一定的自我控制资源，此时这种资源处于暂时性的枯竭状态，会使后续即使毫不相关的自我控制任务表现下降[17]。由于短视频本身的特点很容易让大学生沉迷其中，而学习是大学生最重要的任务。为了抵制短视频的诱惑，大学生需要动用自身的自我控制资源去抑制过度使用其的冲动和意愿，从而会导致自我控制资源的损耗，引起自我控制能力的下降。而自我控制能力越强者往往有更强的主观幸福感[18]。因此，短视频使用强度过高就会削弱大学生的自我控制能力进而导致主观幸福感的下降。这也说明了自我控制是决定短视频使用强度与大学生主观幸福感关系方向的关键。

研究结果可为短视频扩张背景下提升大学生的主观幸福感提供启发和借鉴。鉴于自我控制是短视频使用强度影响大学生主观幸福感的关键中介因素，大学生短视频使用时要注意把握“度”，它只是众多休闲放松方式中的一种，不能过于依赖，避免使用过度损耗过多的自我控制资源进而削弱自我控制力，从而降低主观幸福感。其次，可有针对性地制定个体自我控制提升的干预策略和方案，如定期运动锻炼等。

## 基金项目

湖南省高校思想政治工作精品项目(19JP090)；2021 年湖南省高校优秀思想政治工作者项目(青年骨干建设项目)。

## 参考文献

[1] 阮碧辉. 留守经历女大学生主观幸福感及影响因素调查分析[J]. 教育导刊, 2017(11): 35-39.

[2] 邓淑林. 短视频被动性使用对大学生主观幸福感的影响[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2020.

[3] 刘庆奇, 牛更枫, 范翠英, 周宗奎. 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[J]. 心理学报, 2017, 49(1): 60-71.

[4] 陈春宇, 连帅磊, 孙晓军, 柴唤友, 周宗奎. 社交网站成瘾与青少年抑郁的关系: 认知负载和核心自我评价的中介作用[J]. 心理发展与教育, 2018, 34(2): 210-218.

[5] Choi, S.B. and Lim, M.S. (2016) Effects of Social and Technology Overload on Psychological Well-Being in Young South Korean Adults: The Mediatory Role of Social Network Service Addiction. *Computers in Human Behavior*, **61**, 245-254. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.032

[6] 胡婷, 陈健辉. 大学生移动短视频的使用现状及其影响[J]. 学园, 2020, 13(15): 83-84.

[7] 贾蔚文, 孙延超, 管延青, 罗钰, 高卫星. 新冠疫情期间大学生手机依赖与自我控制的关系研究[J]. 中国科技信息, 2021(Z1): 119-121.

[8] Hofer, J., Busch, H. and Krtner, J. (2011) Self-Regulation and Well-Being: The Influence of Identity and Motives. *European Journal of Personality*, **25**, 211-224. https://doi.org/10.1002/per.789

[9] 丁倩, 周宗奎, 张永欣. 大学生社交网站使用与依赖: 积极自我呈现的中介效应与关系型自我构念的调节效应[J]. 心理发展与教育, 2016, 32(6): 683-690.

[10] 谭树华, 郭永玉. 大学生自我控制量表的修订[J]. 中国临床心理学杂志, 2008, 16(5): 468-470.

[11] Tangney, J.P., Baumeister, R.F. and Boone, A.L. (2004) High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, **72**, 271-324. https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x

[12] Campbell, A. (1976) Subjective Measures of Well-Being. *American Psychologist*, **31**, 117-124. https://doi.org/10.1037/0003-066X.31.2.117

[13] Hayes, A.F. (2012) Process: A Versatile Computational Tool for Observed Variable Mediation, Moderation, and Conditional Process Modeling [White Paper].

[14] 周浩, 龙立荣. 共同方法偏差的统计检验与控制方法[J]. 心理科学进展, 2004, 12(6): 942-950.

[15] 李雅澜. 大学生网络短视频的用户行为及其心理分析[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2020.

[16] 李兰. 社交网站的使用对大学生主观幸福感的影响, 一个有调节的中介模型[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2017.

[17] Baumeister, R.F. and Tice, V. (2007) The Strength Model of Self-Control. *Current Directions in Psychological Science*, **16**, 351-355. https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x

[18] 周恩远, 周惠玉. 大学生主观幸福感、自我控制与网络成瘾关系的实证研究[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2017(5): 17-24.