

泰国高校大学生短视频软件使用现状分析

Analysis of the Current Situation of Short Video Software Usage by University Students in Thailand

Zheng Rui*, Zhao Jingyan, Salintip Sirisakdiporn

Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University

*Email : zzx18296984256@163.com

摘要

随着社交媒体普及，大学生使用短视频软件的频率日益增加，伴随的问题也日益凸显。本研究以华侨崇圣大学学生为对象，采用描述性研究法、文献研究法、问卷调查法和观察法展开调研。通过线下问卷调查，收集 188 份有效样本，分析其短视频软件使用现状，聚焦使用时长、习惯、情绪和行为结果四个维度，探究问题根源。研究发现社会、学校和个人层面的因素是影响泰国高校学生短视频使用的主要因素。基于此，研究从社会、学校及个人角度提出改进建议，旨在帮助学生优化短视频使用体验，促进学习与生活平衡。

关键词：短视频，社交媒体，泰国大学生

Abstract

With the popularization of social media, university students are using short video software with increasing frequency, and the accompanying problems are becoming more and more prominent. This study takes the students of Huachiew Chalermprakiet University as the target, and uses descriptive research method, literature research method, questionnaire survey method and observation method to carry out the research. Through offline questionnaires, 188 valid samples were collected to analyze the current situation of their short video software usage, focusing on four dimensions: usage duration, habits, emotions and behavioral outcomes to explore the root causes of the problem. The study found that factors at the social, school, and individual levels are the main factors affecting the use of short videos among Thai university students. Based on this, the study suggests improvements from the social, school, and individual perspectives, aiming to help students optimize the experience of using short video apps and promote learning-life balance.

Keywords: Short videos, Social media, Thai university students

引言

近年来，随着智能手机的普及和移动互联网技术的迅猛发展，短视频软件在全球范围内迅速崛起，用户规模庞大，成为一种重要的社交和娱乐工具。泰国在社交媒体用户渗透率方面位居东南亚前列，其中短视频平台如 TikTok, Instagram 和 YouTube 尤为受欢迎。这些短视频平台对泰国大学生的生活、学业和社交产生双重影响。因此，研究泰国高校大学生短视频软件的使用现状，不仅有助于了解这一群体的社交行为和心理状态，还能够为教育者和政策制定者提

供参考,以合理的使用规范和引导措施。进一步了解大学生如何在这些平台上进行内容消费和创作,也有助于短视频平台优化其产品功能和内容推荐策略,从而提升用户体验。

一、研究问题

1. 分析泰国高校大学生短视频软件使用现状。
2. 针对泰国高校大学生使用短视频软件时存在的问题提出相应对策。

二、研究目的

3. 找出泰国高校大学生使用短视频软件时存在的问题。
4. 帮助泰国高校大学生更好的使用短视频软件进行生活和学习。

三、研究意义

1. 实践意义

从学校角度而言,研究结果可以帮助学校调整教育策略,了解学生的兴趣点和信息获取渠道,将短视频内容作为教育资源的一部分,并引导学生利用这些平台进行学习与创新。此外,学校还可以通过研究推动对学生的数字素养、网络安全及信息管理的教育,培养批判性思维与数字技能。在社会层面,本研究可以揭示短视频文化对大学生的影响,促进社会对这一现象的深入理解,推动相关政策的制定与优化。对于学生本人而言,短视频平台为我们提供了展示才华、自我表达和沟通的机会,有助于增强我们的社交能力与自我认同感。这一研究不仅有助于各方对短视频软件的使用形成全面的认识,还能够推动相关教育、社会政策的优化和改进。

2. 理论意义

通过研究结论,可以揭示短视频对大学生使用时间、习惯、情绪、行为结果等多方面的深刻影响,为理解数字化时代下的大学生行为提供了新的理论基础。其次,调研者同过知网、谷歌学术等知名数据库收集大量有关大学生短视频软件使用现状分析的国内外文献,并结合实际泰国高校大学生短视频软件使用的关键因素的研究,以泰国华侨崇圣大学的学生为调查样本,了解关于泰国高校大学生短视频软件使用现状以及对泰国高校大学生短视频软件使用提升策略的看法态度,通过派发问卷收集问卷,获得泰国高校大学生短视频软件使用现状的真实反馈,并通过统计数据进行分析,最终得出真实的研究结论。本文会以泰国高校大学生的角度研究,为使填补国内对泰国高校大学生短视频软件使用现状和短视频软件使用提升策略研究的空缺,为后人研究相关类似的研究课题,本文研究可提供一定的借鉴与文献支持。

四、概念性研究框架

调研者经过对泰国高校大学生短视频软件使用的现状问题、影响因素、对策等进行一系列的回顾,再根据本文研究关于华侨崇圣大学学生的短视频软件使用现状与对策内容进行整改,结合王芳莉(2013)的青少年手机使用评估指标体系,将泰国高校大学生短视频软件使用现状问题归为使用时间、习惯、情绪、行为结果四个维度;依据苏婷婷(2018)移动短视频APP新生代用户的行为意愿影响因素模型,描绘出泰国高校大学生短视频软件的使用影响因数框架,主要分为学生个人因素、学校因素、社会因素。基于以上的模型的融合与补充,绘制出本研究的理论性框架:泰国高校大学生短视频软件使用现状及短视频软件使用提升策略结构框架。

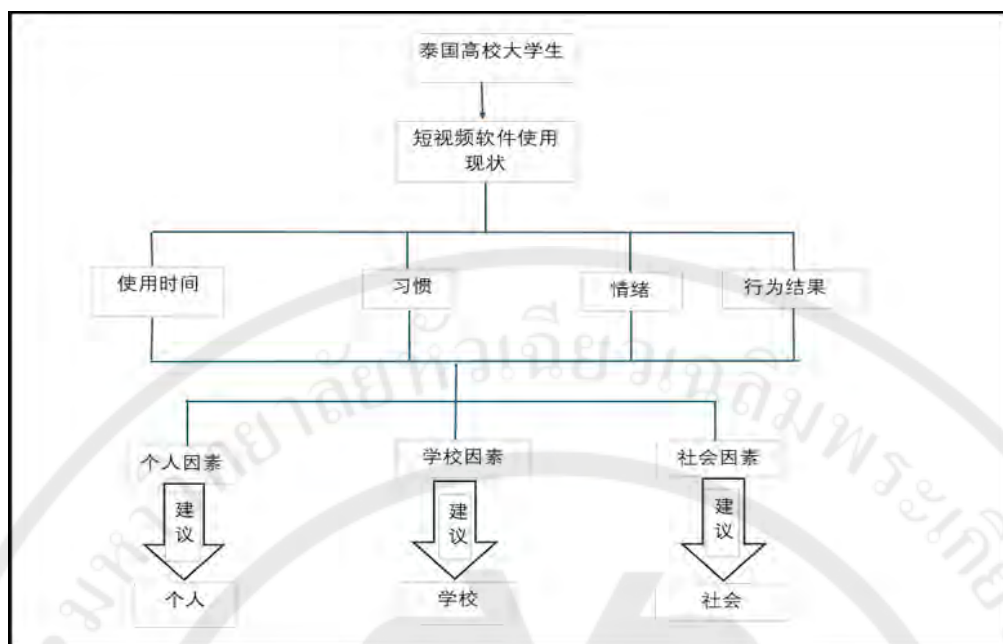


图 1 概念性框架

五、文献综述

(一) 社交媒体以及短视频软件的概念

研究者们对社交媒体和短视频软件的概念界定各有侧重。关于社交媒体和短视频软件：曹博林(2011)认为社交媒体是彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台、是一种给予用户极大参与空间的新型在线媒体、是一系列建立在 web2.0 的技术和意识形态基础上的网络应用。万穗(2016)指出社交分享类、新闻传播类、商业品牌推广类是国内外移动短视频的三种主流类型。邓建国(2018)提出移动短视频是一种视频时长极短的视频形式，用于移动新闻传播、个人社交分享以及品牌商业推广等目的。

(二) 短视频软件的特征及应用范围

关于短视频软件的特征及应用范围，研究者们意见各异：赵昱(2015)提出短视频具有传播速度快、时间短、流量小以及观看方便的特点。安邦(2023)提出短视频软件拥有个性化推荐的特点。闫静霞(2024)提出短视频软件具有去中心化、碎片化、虚拟交往三个特点。刘鹏程(2024)提出短视频软件可以应用于宣传旅游业，挖掘、培育网红，使机票预订量及酒店预订量增速。

(三) 使用短视频软件能给泰国高校大学生带来的帮助

研究者们认为短视频软件能给大学生带来很多方面的帮助：赵娜(2020)指出短视频软件可以满足大学生的自我表达的需要、社会交往的需要、社会关系的全面发展、释压减负的需要以及自我价值实现的需要。郑连盟(2020)指出短视频为提高大学生的爱国认知提供了丰富的资源，大学生能够利用短视频第一时间了解社会热点和时事政治，树立正确的价值观；短视频会强化大学生参与政治活动的意愿与行为，增强大学生爱国主义教育的实效性。张玉(2024)指出大学生可以随时随地在网上学习相关内容、远程心理咨询以及接受在线辅导。

（四）泰国高校大学生在使用短视频软件时容易产生问题

综合研究者们对使用短视频软件时容易产生问题的研究，大致从以下维度开展：（1）使用时间维度。赵庆丽（2022）指出短视频承载信息大，有极强的社交黏性。（2）习惯维度。Peng C（2022）指出短视频软件充满了令人上瘾的娱乐价值，触发了特定的短视频成瘾行为。赵佳乐（2024）指出短视频软件会使用大数据对用户的个人信息进行收集，潜移默化中伤害人的隐私。（3）情绪维度。Rafiq R I（2016）指出短视频软件存在网络欺凌的行为，包括侮辱性语言、攻击性评论或煽动性行为，扩大对受害者的心理和情感伤害。郝叶桐（2022）指出社交网站使用消极的自我认知或信念，产生社交焦虑情绪，丧失社交主动性。（4）行为结果维度。魏秀卓（2022）指出短视频软件所发表的言论内容并不完全正确，向当代大学生传输错误的观点。Armac E（2024）指出社交媒体的“从众心理”促使用户跟随潮流、模仿名人或朋友的消费行为，弱化理性消费能力。Goldon D（2024）指出在观看短视频时，频繁浏览和内容的快速转换会导致注意力持续时间缩短和注意力分散增加，会导致视力下降、颈椎病、睡眠不足等健康问题。

（五）产生问题的原因

现有文献主要从以下方面分析关于大学生短视频软件使用的影响因素：（1）个人方面。戚旭然（2016）提出年龄和学历是影响短视频使用的因素。王小凤（2022）指出性别和是否独生子女是影响大学生短视频使用的因素。Gökalp Z Ş（2023）指出自制力差是导致短视频的观看者成瘾的原因之一。（2）学校方面。彭继宏（2021）指出高校思想政治理论课教学中缺乏媒介素养教育内容以及教育方法单一，缺乏双向互动使短视频软件中庸俗消费主义对大学生的消费观产生了消极影响。吉晓洁（2023）指出大学生通过过度使用短视频软件来应对在学校里受到的压力。（3）社会方面。刘维（2019）指出人工审核和人工智能过滤系统不能完全准确的判断视频是否违规、质量如何。熊开容（2021）指出短视频软件的智能算法和个性化推荐是造成用户使用短视频软件上瘾的原因之一。Wei B（2023）指出短视频软件直播带货功能对青少年进行了消费诱导，青少年没有消费经验，所以导致了过度消费。

（六）这些问题对泰国高校大学生的生活和学习带来的影响

研究者们对短视频软件给大学生带来的影响分为两个方面：（1）积极影响。姚一斌（2018）指出了移动短视频是发散正能量的新形式、是传播优秀文化的新渠道、是大学生展现自我的新平台。赵羽楨（2024）指出了短视频中网络直播带货便利了大学生的日常生活、拓展了大学生的信息渠道、丰富了大学生的就业路径。Li L（2024）指出短视频软件的优点是让学生可以观看和分享视频，随时了解朋友的更新并参与互动交流。（2）消极影响。Spiteri D（2020）指出社交媒体增加了用户的购买欲望，不必要的消费增加经济负担。冉崇潇（2022）指出网络霸凌会让青少年改变自己的生活行为，产生逃学、酗酒等行为，严重的会产生心理、生理疾病。王子鉴（2024）指出青少年可以通过短视频轻松获得外界信息，不靠主观能动性进行学习，不利于提升信息收集与甄别的能力，有碍学习动力的发展。

（七）问题的解决对策及建议

研究者们对改善短视频软件的负面影响和提升积极影响展开了一系列探究：（1）个人方面。Sagar M E（2021）提出了通过学习和练习社交技巧，改善社交互动质量的建议。彭继宏（2021）指出了制定月度消费计划、把勤俭节约的行为看作是个人应具备的人生态度、对影响大学生形成科学消费观的内容进行举报三条建议。李娜娜（2023）指出提高自己的媒介素养，

弱化使用短视频软件的心理迫切性,合理控制自己对短视频软件时间与精力的投入。(2)学校方面。莫立华(2021)指出了加强高校微文化建设、加强大学生意识形态教育的策略。王双妹(2021)指出了组织师生录制优秀的短视频作品来开展比赛,积极营造思想政治教育的良性环境的策略。(3)社会方面。吕鹏(2018)提出专业化引导平台发展趋势、邀请知名学者,媒体人和普通用户共同参与到短视频的监督、企业方要对短视频的相关法律法规了解熟悉,有序运营。何佳璐(2022)提出了建立区块链保障视频原创性、改进平台算法推荐、加强网络平台的设计与防沉迷机制建设三条建议。

六、研究设计规划

(一) 研究方法

1. 描述性研究

本文采用的研究方法之一是描述性研究法,对泰国高校大学生的学习和生活,所要面临的来自社会方面、学校方面、个人方面这3个方面的短视频软件使用的影响因素以及对泰国高校大学生在使用时间、习惯、情绪、行为结果这4个方面的短视频软件现状的调查研究。描述目前泰国高校大学生在使用短视频软件时所遇到的种种不适、产生的问题,并对此做出一个客观、全面准确的概述。

本文对华侨崇圣大学的学生短视频软件使用现状研究所采集的样本对象上具有局限性。在描述性研究过程中,采集数据的准确度显得尤为重要,典型的描述性调研都是以有代表性的大样本为基础,一般为600人以上。而在本校,受到一些其他外界因素的影响,本校论文样本一般就只有180人左右,数量不足直接导致了本文在泰国华侨崇圣大学学生的短视频软件使用现状的研究上可能并不具有代表性,从而影响到本文对泰国高校大学生短视频软件使用现状研究及相应对策的有效性。对泰国高校大学生短视频软件使用现状的研究始终是一个需要长期作战的过程,需要更多人的共同努力,才能将其研究内容整理得更加完善、系统。本论文受到自身学术水平以及掌握的资料的限制,以及调研者对泰国高校大学生短视频软件使用现状的研究尚处于探索阶段,所以本次研究时间较短,研究内容有限,因此本此研究仍具有很大的局限性。

2. 文献研究法

文献研究法是一种较为简便、自由的调查方法。即通过对文献的广泛搜集有关大学生短视频软件使用现状的相关理论和资料,得到相关有参考价值的数据,为本文研究提供坚实的文献基础。

(二) 调查方法

1. 问卷调查法

研究对象是在泰国华侨崇圣大学在读或曾经就读的学生。研究的内容是关于调查泰国华侨崇圣大学学生短视频软件使用现状。本次发放问卷209份,回收率达到100%,其中废卷共21份,有效问卷188份,问卷的有效性达到89.95%,可作为本次研究的数据参考。

2. 测度选择

由于本论文是关于泰国高校大学生短视频软件使用现状的研究,需要了解泰国高校大学生在使用时间、习惯、情绪和行为结果四个维度的短视频软件使用现状和了解个人、学校、社会三个方面对泰国高校大学生短视频软件使用的影响程度,涉及到较为复杂的态度问题。因此本次调研的测度在对泰国高校大学生短视频软件使用现状和短视频软件使用影响因素2个部分采用“李克特五级量表(Likert Scale)”。被调查者(泰国华侨崇圣大学的学生)可以标出自

已在多大程度上符合或不符合以及根据不同短视频软件使用影响因素对于自身的影响作用程度填写，选择的宽度较广。通过对被调研者回答的分数总和计算平均值，根据均值对比判断泰国高校大学生对量表问题的看法和态度，并分析出泰国高校大学生短视频软件使用现状和影响泰国高校大学生短视频软件使用的因素。

（三）信度与效度分析

研究者将问卷收集到的数据填入到 SPSS 或者其他软件中，将这些数据进行可靠性分析，测试这些数据是否具有可靠性、一致性等。所测出的信度越高，其可靠性越强。在 0.6-0.7 之间的信度，说明问卷的问题设计上还需要进行整改，参考性较弱。在 0.7-0.8 之间，说明问卷是可以接受的。在 0.8 以上的则说明该问卷的数据真实可靠。

表 1 全部变量的可靠性

可靠性统计	
克隆巴 Alpha	项数
0.888	28

表 1 中可看出，调研者将调查问卷中所有设计题目的收集到的数据进行信度分析，测试的项目总数有 28 项，整体结果的信度为 0.888。因此，问卷整体的的信度较高，可推断出被调研学生在填写问卷时出现前后矛盾的地方较少，所有数据真实且有效，具有较高的可信度和可靠度。

表 2 短视频软件使用现状的信度分析

可靠性统计	
克隆巴 Alpha	项数
0.799	13

从表 2 中可看出，调研者将调查问卷中所有设计题目的收集到的数据进行信度分析，测试的项目总数有 13 项，整体结果的信度为 0.799。因此，问卷整体的的信度较高，可推断出被调研学生在填写问卷时出现前后矛盾的地方较少，所有数据真实且有效，具有较高的可信度和可靠度。

表 3 影响泰国高校大学生短视频软件使用因素的信度分析

可靠性统计	
克隆巴 Alpha	项数
0.882	15

从表 3 中可看出，调研者将调查问卷中所有设计题目的收集到的数据进行信度分析，测试的项目总数有 15 项，整体结果的信度为 0.882。因此，问卷整体的的信度较高，可推断出被调研学生在填写问卷时出现前后矛盾的地方较少，所有数据真实且有效，具有较高的可信度和可靠度。

七、研究结论

（一）个人基本信息

根据调查的数据，调查的泰国高校大学生中，男女比例为男性占 25.5%，女性占 74.5%。频率分布显示，男生有 48 人，女生有 140 人。此次调查中发现，独生子女有 59 人，占比 31.4%。

非独生子女有 129 人, 占比 68.6%。此次调查还涵盖了不同年龄的学生, 其中 19 岁或以下的学生有 70 个, 占比 37.2%。20 到 21 周岁的学生有 73 个, 占比 38.8%。22 到 23 周岁的学生有 30 个, 占比 16%。24 周岁或以上学生有 15 个, 占比 8%。本次研究还调查了学生们的年级分布情况, 其中 64 及往届的学生有 36 个, 占比 19.1%。65 届的学生有 27 个, 占比 14.4%。66 届的学生有 50 个, 占比 26.6%。67 届的学生有 75 个, 占比 39.9%。

（二）短视频软件的认知调查

1. 短视频软件的理解

本次调查中, 认为短视频软件是一系列建立在技术和意识形态基础上的网络应用的人数有 15 人, 占比 8%, 认为短视频是一种给予用户极大参与空间的新型在线媒体的人数有 66 人, 占比 35.1%, 认为短视频是一种基于互联网的大众个人交流渠道的人数有 23 人, 占比 12.2%, 认为短视频是一种用于新闻传播, 社交分享以及商业推广的简短视频的形式的人数有 84 人, 占比 44.7%。

总的来说, 认为短视频是一种用于新闻传播, 社交分享以及商业推广的简短视频形式的人数最多, 占比 44.7%, 认为短视频软件是一系列建立在技术和意识形态基础上的网络应用的人数最少, 占比 8%。

2. 短视频软件的特点

本次调查中, 认为短视频的特点是传播速度快, 时间短, 流量小以及方便观看的人数有 135 人, 占比 71.8%。认为短视频特点是个性化推荐的人数有 14 个, 占比 7.4%。认为短视频软件具有去重中心化和碎片化的特点的人数有 31 人, 占比 16.5%。认为短视频具有虚拟交往的特点的人有 8 个, 占比 4.3%。

总的来说, 大部分学生认为短视频的特点是传播速度快、时间短, 流量小以及方便观看, 占比 71.8%, 少部分同学认为短视频具有虚拟交往的特点, 占比 4.3%。

3. 短视频软件的使用给大学生带来的帮助

在本次调查中, 认为短视频软件的使用会使大学生产生对健康的追求和锻炼兴趣的人数有 21 人, 占比 11.2%, 认为短视频软件的使用可以让大学生第一时间了解社会热点和时事政治的人数有 58 人, 占比 30.9%, 认为短视频软件的使用可以让大学生提高学习的积极性和知识技能的人数有 81 人, 占比 43.1%, 认为短视频软件的使用会让大学生有效减少焦虑和抑郁的人数有 28 人, 占比 14.9%。

总的来说, 大部分的学生认为短视频软件的使用会让大学生提高学习的积极性和知识技能, 占比 43.1%, 少部分的同学认为短视频软件的使用会使大学生产生对健康的追求和锻炼兴趣, 占比 11.2%。

4. 短视频软件的使用对大学生造成的积极影响

在本次调查中, 认为短视频软件的使用便利了大学生的日常生活的人数有 60 人, 占比 31.9%, 认为短视频软件的使用丰富了大学生的就业途径的人数有 15 人, 占比 8%, 认为短视频软件的使用拓展了大学生的信息渠道的人数有 53 人, 占比 28.2%, 认为短视频软件的使用为大学生提供了展现自我的新平台的人数有 60 人, 占比 31.9%。

总的来说,认为短视频软件的使用便利了大学生的日常生活和为大学生提供了展现自我新平台的人数最多,各占比 31.9%。认为短视频软件的使用丰富了大学生的就业途径的人数最少,占比 8%。

5. 短视频软件的使用对大学生造成的消极影响

在本次调查中,认为短视频软件的使用会使大学生价值观念趋向于功利主义和享乐主义的人数有 30 人,占比 16%,认为短视频软件的使用会让大学生难以建立健康的学习和生活习惯的人数有 15 人,占比 8%,认为短视频软件的使用会使大学生倾向沉浸在虚拟世界中的人数有 26 人,占比 13.8%,认为短视频软件的使用会让大学生造成短视频成瘾,时间浪费和注意力分散的人数有 117 人,占比 62.2%。

总的来说,绝大多数同学认同短视频软件的使用会让大学生造成短视频成瘾,时间浪费和注意力分散的消极影响,占比 62.2%。少部分的同学认为短视频软件的使用会让大学生难以建立健康的学习和生活习惯,占比 8%。

(三) 短视频软件使用现状问题调查

1. 使用时间维度

根据提供的数据可以看出,使用时间维度对泰国高校大学生短视频软件使用现状具有显著影响。我对短视频软件有很强的社交黏性选项的均值为 3.671,我会频繁使用短视频软件浏览内容选项的均值为 3.902。这两项的均值都大于 3.5,表明了泰国高校大学生短视频使用现状的时间维度上出现较大问题,存在大多数学生对短视频软件具有很强黏性的状况。

2. 习惯维度

根据提供的数据可以看出在短视频软件使用现状的习惯维度上,短视频软件充满了令我上瘾的娱乐价值选项均值为 3.78,短视频成为我主要的自我表达方式选项均值为 3,我只通过短视频软件加强与亲朋好友之间的联系选项均值为 2.896,我只通过短视频平台获取自己感兴趣的资讯选项均值为 3.081,短视频软件中的大数据伤害了我的个人隐私选项均值为 2.734。短视频软件的频繁使用让我产生了健康问题选项的均值为 2.89。除短视频软件充满了令我上瘾的娱乐价值选项,其他选项的均值均小于 3.5,表明了短视频软件中令人上瘾的娱乐价值是短视频使用时习惯维度上出现的问题。

3. 情绪维度

根据提供的数据可以看出,在短视频软件使用现状的情绪维度上,短视频软件使我产生社交焦虑情绪选项的均值为 2.618,短视频软件中的网络欺凌对我造成了心理和情感的伤害选项的均值为 2.96,这两个选项的均值都小于 3.5,表明了泰国高校大学生在使用短视频软件时,很少出现社交焦虑情绪和受到心理和感情的伤害。

4. 行为结果维度

根据提供的数据可以看出,在短视频软件使用现状的行为结果维度上,短视频软件中存在违反社会道德的节目选项的均值为 2.931,短视频软件中的不正当言论向我传递了错误的观点选项的均值为 3.04,短视频软件中的从众心理剥削了我的理性消费能力选项的均值为 2.902,

这三个选项的均值都小于 3.5, 表明了泰国高校大学生在使用短视频软件时很少被违反社会道德的节目和不正当言论影响, 很少出现被从众心理削弱理性消费能力的问题。

(四) 影响留学生职业规划的因素

1. 个人因素

根据提供的数据可以看出, 影响泰国高校大学生短视频软件使用的个人因素中, 我的自制力选项均值为 2.977, 对他人的同理心的性格特征选项均值为 3.127, 对自己外表的关注的选项均值为 3.139, 我对社交的需求的选项的均为 3.052, 我对娱乐消费的欲望选项的均值为 3.416, 我对衣食住行的需求选项均值为 3.277, 我对自我价值体现的需求选项均值为 3.225。

总的来说, 所有选项的均值都小于 3.5, 表明了泰国高校大学生在短视频软件使用时很少受到个人因素的影响。相比之下, 我对娱乐消费的欲望选项的均值最高, 说明其是影响泰国高校大学生短视频软件使用的主要个人层面因素。

2. 学校因素

根据提供的数据可以看出, 影响泰国高校大学生短视频软件使用的学校因素中, 高校相关的媒介素养课程的开设选项平均值为 3.139, 教学方法的单一性选项均值为 3.006, 教学过程中的双向互动选项均值为 3.179, 在学校中受到的各方面的压力选项均值为 3.058。

总的来说, 所有选项的均值都小于 3.5, 表明了泰国高校大学生在短视频软件使用时很少受到学校因素的影响。

3. 社会因素

根据提供的数据可以看出, 影响泰国高校大学生短视频软件使用的社会因素中, 短视频软件的智能算法和个性化推荐选项均值为 3.277, 平台对视频内容监管选项的均值为 3.387, 短视频软件出现的漏洞及伪造技术学选项均值为 3.185, 短视频软件的直播带货功能选项均值为 3.179。

总的来说, 所有选项的均值都小于 3.5, 表明了泰国高校大学生在短视频软件使用时很少受到社会因素的影响。相比之下, 平台对视频内容监管对泰国高校大学生短视频软件的使用的影响略微大于其他社会因素。

(五) 对中国留学生的职业规划提出相应的建议

1. 从个人角度改善短视频软件使用

根据数据得出个人方面提出的建议, 有 26.46% 的人认为应该提高自身的媒介素养, 有 23.54% 的人认为应该多关注时政热点, 有 19.66% 的人认为应该学习和练习社交技巧, 有 20.63% 的人认为不应该轻易登记自己的个人信息, 有 9.71% 的人认为应该制定月度消费计划。在这份数据中, 提高自己的媒介素养的建议得到了最多的支持, 占比为 26.46%, 相比之下, 制定月度消费计划的建议得到的支持最少, 占比为 9.71%。这表明, 在这个样本中, 学生普遍认为提高自己的媒介素养是个人方面应该优先考虑的建议, 而制定月度消费的计划的建议相对较少得到支持。

从个人角度综合来看, 短视频软件的使用者应该提高自身的媒介素养、多关注时政热点, 不应该轻易登记自己的个人信息。

2. 从学校角度改善短视频软件使用

根据数据得出学校方面提出的建议,有 27.93%的人认为应该开发更广泛的大学生生活技能课程,有 27.93%的人认为应该加强与学生的互动交流,有 23.94%的人认为应该加强高校微文化建设,有 11.72%的人认为应该引导学生观看弘扬时代精神的短视频,有 8.48%的人认为应该组织师生录制优秀短视频来开展比赛。在这份数据中,开发更广泛的大学生生活技能课程和加强与学生的互动交流得到了最多的支持,各占比 27.93%。相比之下,组织师生录制优秀短视频来开展比赛得到的支持最少,占比为 8.48%。这表明,在这个样本中,学生普遍认为开发更广泛的大学生生活技能课程和加强与学生的互动交流是学校方面应该优先考虑的建议,而组织师生录制优秀短视频来开展比赛的建议相对较少得到支持。

总的来说,学校应该优先考虑开发更广泛的大学生生活技能课程、加强与学生的互动交流,以帮助学生更好的使用短视频进行学习和生活。

3. 从社会角度改善短视频软件使用

根据数据得出社会方面提出的建议,有 17.19%的人认为应该邀请知名学者,媒体人参与短视频的监督,有 24.55%的人认为应该完善内容审核机制,有 14.29%的人认为应该建立区块链保障短视频原创性,有 22.77%的人认为应该改进平台算法,有 21.21%的人认为应该建立一体化的网络保护新格局。在这份数据中,完善短视频内容审核机制的建议得到了最多的支持,占比 24.55%。相比之下,建立区块链保障短视频原创性得到的支持最少,占比 14.29%。这表明,在这个样本中,学生普遍认为完善短视频内容审核机制是社会方面应该优先考虑的建议,而建立区块链保障短视频原创性的建议相对较少得到支持。

总的来说,社会应该督促短视频内容审核机制的完善及平台算法的改进,努力建立一体化的网络保护新格局。

(六) 建议

个人方面的建议:

1. 设立时间管理计划

建议大学生为短视频使用设定明确的时间上限,例如限制每日使用不超过一小时,并优先完成学习和生活中的重要任务后再进行娱乐活动。这不仅帮助学生培养自控力,还可以避免短视频造成的过度消费问题。学生可以利用数字工具,如手机的屏幕使用时间监测功能,以跟踪自己的使用时间,并设定提醒,提示自己是否超时。

2. 积极参与健康的兴趣活动

通过参加健康、充实的兴趣活动,大学生可以减少对短视频的依赖。例如,在课余时间通过体育运动、手工艺、志愿活动等培养多元的兴趣。如此,学生能在现实生活中获得充实感和满足感,从而减少对短视频虚拟娱乐的依赖。

3. 学习使用数字健康工具

借助手机或应用内的数字健康工具,大学生可以监控自己的短视频使用习惯。通过分析屏幕使用时间、每日观看短视频的时段等数据,帮助他们更好地理解自己的使用模式,进而设定合理的观看时长。这种方法还可以让他们识别出哪些时段是高频使用期,进而采取调整策略,比如将这段时间改为学习或运动时间。

4. 增强媒介素养与算法意识

鼓励大学生多了解短视频平台背后的算法原理，从而对推荐机制有清晰的认识。平台往往通过算法推荐用户喜爱的内容，使人容易沉迷于信息流中。因此，理解这一点有助于大学生提高对平台的免疫力，在内容推荐面前保持独立判断，避免被平台不断推荐的娱乐内容所吸引。

5. 培养内容鉴别和判断能力

在面对短视频内容时，大学生应具备辨别信息真实性的能力。比如可以通过多方面核实视频中提到的信息来源，避免盲目相信夸大、误导性或虚假的内容。

6. 合理规划生活优先级

建议大学生在日常生活中设定清晰的生活优先级，建立以学习和健康生活为主导的生活结构。短视频可以作为娱乐的一部分，但不应成为日常的主导。通过设置优先顺序，大学生可以有效管理时间资源，使生活变得更加井然有序，避免沉迷短视频的负面影响。

学校方面的建议：

1. 强化媒介素养与网络安全课程

学校可将媒介素养、网络安全作为必修或选修课程，为学生提供系统的知识培训。课程内容可以包括社交媒体对心理的潜在影响、短视频平台的内容审核机制、数据隐私保护等，帮助学生在日常使用中具备足够的自我保护和信息筛选意识。

2. 提供心理健康与成瘾干预辅导

学校可设立心理健康辅导中心，通过讲座、团体辅导等帮助学生了解短视频成瘾的心理诱因，例如压力、焦虑等情绪管理问题。心理咨询师可以为成瘾学生提供个性化的心理疏导和支持，帮助他们掌握健康的情绪应对方法，从而减少依赖短视频来逃避压力。

3. 增加多样化校园活动

学校可以组织各种线下活动，如运动会、艺术节、主题讲座等，给学生提供丰富的活动选择，减少他们对虚拟社交和短视频的需求。多样化的校园活动可以使学生体验到现实社交的乐趣，并找到成就感和归属感，从而弱化他们对短视频的依赖。

4. 推广良好学习习惯与榜样力量

学校可以邀请学习优秀的学生、社团领袖等，分享他们的学习和时间管理经验，树立榜样。在校园中形成以学习和积极生活为核心的氛围，让其他学生看到良好的习惯所带来的收益，从而自发地减少短视频带来的干扰。

5. 数字化互动教学增强课堂体验

学校可在课堂中利用短视频教学、在线互动工具等增加课堂的趣味性，例如以短视频案例来讲解复杂的学术概念，增强课堂的互动性和吸引力，减轻学生对枯燥学习的厌烦情绪，使其不再单纯依赖短视频平台寻求“有趣”的体验。

6. 构建积极、健康的网络舆论氛围

学校通过其社交媒体平台和官方网站，定期发布积极向上的教育内容，传播学习和生活中的正能量，营造良好的校园舆论环境，引导学生关注学术、实践、职业发展等方面的内容。这样可以有效地分散他们在短视频娱乐内容上的注意力。

社会方面的建议：

1. 加强平台内容监管与审核

政府和短视频平台可以加强内容审核标准，尤其是针对青少年和大学生的内容。平台可以通过机器学习算法筛选出低质或不健康的内容，从源头上提高内容质量，减少对学生不利的内容的传播，为用户创造更健康的内容环境。

2. 推动公众网络隐私意识教育

政府和社会组织可以通过宣传活动和媒体报道，向大学生普及网络隐私保护的重要性，帮助他们掌握保护个人数据和隐私的方法，避免过度暴露个人信息，防范网络欺诈或隐私泄露的风险。

3. 联合教育部门推广优质学习内容

短视频平台可与教育机构合作，提供更多有价值的学习内容。例如，平台可以开设学术知识、技能培训、职业规划等栏目，吸引学生利用短视频平台进行学习，替代以往的娱乐内容，从而提升短视频平台的教育价值。

4. 研究与制定短视频成瘾干预措施

社会研究机构和心理健康专家可以开展短视频成瘾行为的相关研究，提出干预措施和科学建议，帮助成瘾者及早识别问题，采取健康的解决方法。政府部门可以出台相关的指导政策，支持高校学生的数字健康教育。

5. 监管和规范短视频营销与广告内容

短视频带货、广告内容需要严格的审核和规范，以防止虚假广告或过度娱乐化内容对学生产生误导。平台应对广告内容做出更严谨的审查，例如对夸大效果的产品广告进行标注，以维护学生的消费理性。

6. 倡导理性使用短视频的文化氛围

通过媒体、教育机构的多方协作，向公众推广理性使用短视频的观念，例如倡导“限时使用”“积极利用短视频平台学习”等健康使用习惯，帮助大学生认识短视频的双面性，避免沉迷，将短视频合理应用于生活中。

（七）不足与展望

1. 研究方法

本研究主要依赖华侨崇圣大学 188 份学生问卷的自我报告数据，存在样本范围狭窄、样本量有限及主观偏差风险；未来研究应拓展至泰国不同地区及类型高校，收集更大规模且更具代表性的样本，并融合深度访谈、日志分析等定性方法以获取更客观、深入的行为洞察。

2. 研究内容

当前分析聚焦于使用时间、习惯、情绪及行为结果的表层描述与归因,对短视频内容偏好、平台算法推荐机制的具体影响及深层心理机制(如使用动机、满足感、成瘾性)探讨不足;未来研究需深入剖析算法交互逻辑、用户心理驱动因素(如具体动机类型)及内容偏好模式,揭示其对使用行为的深层塑造作用。

3. 研究视角

本研究主要从用户个体及其社会环境(社会、学校、个人)切入,未能充分整合短视频平台的技术特性(如算法逻辑、界面设计、商业模式)及泰国本土文化/华人学生群体背景的潜在影响;未来研究应纳入平台技术因素分析其与用户/环境的互动,并特别考察泰国文化价值观及亚文化背景对使用模式与感知的独特性。

4. 变量选取

影响因素分析主要停留在社会、学校、个人等宏观层面,缺乏对更具体的中介或调节变量(如个体自我调节能力、批判性媒介素养、特定使用动机类型)的精细测量与建模;未来研究应构建更复杂的理论模型,引入并精确测量上述微观变量,分析其在宏观因素影响行为结果过程中的中介或调节机制

参考文献

- [1] 曹博林. 社交媒体:概念、发展历程、特征与未来——兼谈当下对社交媒体认识的模糊之处[J]. 湖南广播电视大学学报, 2011, (03): 65-69.
- [2] 万穗. “步人”读秒时代”-移动短视频的发展, 存在问题及趋势探析 [EB/OL] [D], 2016.
- [3] 邓建国, 张琦. 移动短视频的创新、扩散与挑战[J]. 新闻与写作, 2018, (05): 10-15.
- [4] 赵昱, 王勇泽. 短视频的传播现状分析[J]. 数字传媒研究, 2015, 32(05): 54-58.
- [5] 安邦. 基于用户偏好的短视频混合推荐系统研究与实现[D]. 西安石油大学, 2023. DOI:10.27400/d.cnki.gxasc.2023.000806.
- [6] 闫静霞. 新媒体传播理论下短视频文化价值研究[J]. 采写编, 2024, (09): 62-64.
- [7] 刘鹏程. 短视频内容特征对甘孜州旅游意向的影响研究[D]. 西南科技大学, 2024. DOI:10.27415/d.cnki.gxngc.2024.000128.
- [8] 赵娜. 短视频传播背景下大学生思想政治教育工作创新发展研究[D]. 兰州大学, 2020. DOI:10.27204/d.cnki.glzhu.2020.002536.
- [9] 郑连盟. 以短视频助力大学生爱国主义教育研究[D]. 中共黑龙江省委党校, 2020. DOI:10.27473/d.cnki.gzhld.2020.000013.
- [10] 张玉, 徐雪娟. 新媒体时代对大学生心理健康教育的影响及对策[J]. Advances in Education, 2024, 14: 1010.
- [11] 赵庆丽. 短视频: 攻陷用户的“内在小孩”[J]. 中国海洋大学学报(社会科学版), 2022, (S1): 102-105. DOI:10.16497/j.cnki.1672-335X.2022S0019.
- [12] [中] Peng C, Lee J Y, Liu S S. Psychological phenomenon analysis of short video users' anxiety, Addiction and Subjective well-being[J]. International Journal of Contents, 2022, 18(1): 27-39.
- [13] 赵佳乐. 短视频平台使用中用户的隐私泄露风险与治理[D]. 山东师范大学, 2024. DOI:10.27280/d.cnki.gsdsu.2024.000097.

- [14] Rafiq R I, Hosseinmardi H, Mattson S A, et al. Analysis and detection of labeled cyberbullying instances in Vine, a video-based social network[J]. *Social network analysis and mining*, 2016, 6: 1-16.
- [15] 郝叶桐. 短视频媒体使用与大学生社交焦虑的关系: 自我客体化和体像比较的链式中介作用[D]. 郑州大学, 2022. DOI:10.27466/d.cnki.gzzdu.2022.002397.
- [16] 魏秀卓. 抖音等短视频对大学生学习生活的影响研究[J]. *电子元器件与信息技术*, 2022, 6(01): 82-84. DOI:10.19772/j.cnki.2096-4455.2022.1.037.
- [17] Armac E. From Clicks to Clothing-Exploring Social Medias Role in Fast Fashion Trends and Overconsumption-Esma Armac[J]. 2024.
- [18] [英] Goldon D. Short Videos: The Real Detrimental Inducer for Concealed Brain Damage[J]. *Science Insights*, 2024, 44(3): 1275-1281.
- [19] 戚旭然. UGC 模式移动短视频社交平台使用动机与使用行为研究[D]. 暨南大学, 2016.
- [20] 王小凤, 李思婷, 索秀娟, 等. 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[J]. *Advances in Social Sciences*, 2022, 11: 2431.
- [21] [土] Gökalp Z Ş, Saritepeci M, Durak H Y. The relationship between self-control and procrastination among adolescent: The mediating role of multi screen addiction[J]. *Current Psychology*, 2023, 42(15): 13192-13203.
- [22] 彭继宏. “短视频”中庸俗消费主义对大学生消费观的影响及对策研究[D]. 东北师范大学, 2021. DOI:10.27011/d.cnki.gdbnu.2021.000460.
- [23] 吉晓洁. 压力性生活事件与大学生短视频问题性使用的关系: 一个有调节的中介模型[D]. 四川师范大学, 2023. DOI:10.27347/d.cnki.gssdu.2023.000767.
- [24] 刘维. 移动短视频内容把关模式研究[D]. 西南大学, 2019. DOI:10.27684/d.cnki.gxndx.2019.000101.
- [25] 熊开容, 刘超, 甘子美. 刷抖音会上瘾吗? ——短视频 App 用户沉浸式体验影响因素与形成机制[J]. *新闻记者*, 2021, (05): 83-96. DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2021.05.009.
- [26] [中] Wei B. Research on the Influence of Live Webcast on Teenagers' Consumption Behavior under the New Media Background: Taking Live Webcast in Tik Tok as an Example[J]. *International Journal of Education and Humanities*, 2023, 6(3): 142-146.
- [27] 姚一斌. 微时代移动短视频传播对大学生的影响及对策——以抖音为例[J]. *学园*, 2018, 11(36): 191-192.
- [28] 赵羽桢. 网络直播带货对大学生的影响探究[J]. *E-Commerce Letters*, 2024, 13: 1426.
- [29] [中] Li L, Li X, Li Y, et al. Types of short video addiction among college freshmen: Effects on career adaptability, insomnia, and depressive symptoms[J]. *Acta Psychologica*, 2024, 248: 104380.
- [30] [马耳他] Spiteri D. “Skip ad! Skip ad! Skip ad!” : an exploratory analysis of the impact of repetitive online video marketing stimuli on consumer behaviour[D]. University of Malta, 2020.
- [31] 冉崇潇. 青少年网络霸凌治理探究[J]. *预防青少年犯罪研究*, 2022, (04): 60-68+96.
- [32] 王子鉴. 短视频对青少年学习力发展影响探究[J]. *西部广播电视*, 2024, 45(03): 38-41.

- [33] [土] Sagar M E. Intervention for Social Anxiety among University Students with a Solution-Focused Group Counseling Program[J]. International Journal of Progressive Education, 2021, 17(3): 316-326.
- [34] 李娜娜. 青少年短视频沉迷现象成因与干预策略[D]. 山东师范大学, 2023. DOI:10.27280/d.cnki.gsdsu.2023.001937.
- [35] 莫立华. 网络短视频对大学生价值观的影响及对策[J]. 长春师范大学学报, 2021, 40(03): 153-155.
- [36] 王双妹. 短视频 APP 在大学生思想政治教育中的运用研究[D]. 江西师范大学, 2021. DOI:10.27178/d.cnki.gjxsu.2021.000583.
- [37] 吕鹏, 王明璇. 短视频平台的互联网治理: 问题及对策[J]. 新闻记者, 2018, (03): 74-78. DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2018.03.007.
- [38] 何佳璐. 媒介可供性视角下短视频伦理失范现象及治理研究[D]. 四川省社会科学院, 2022. DOI:10.27346/d.cnki.gssky.2022.000108.