**问题性社交媒体使用时间对跨期决策的影响，基于时间知觉的中介效应**

【研究目的】

问题性社交媒体使用时间是否通过时间知觉的中介效应进而对个体跨期决策产生影响。我们假设：个体长时间使用社交媒体对其时间知觉产生负面影响，进而影响到其跨期决策，其跨期期望低于社交媒体使用时间较少的人。

【研究变量】

自变量：问题性社交媒体使用时间

中介变量：个体时间知觉能力

因变量：跨期决策期望值

【研究方法】

本实验采用三因素被试内实验设计。通过psychopy自行编写实验程序，程序分为三部分：第一部分，统计被试问题性社交媒体日常使用时间；第二部分，time perception时间知觉任务（时间洞察力任务），被试通过复制声音刺激呈现时长测量其时间知觉能力；第三部分，delay discount task (延时折扣任务)，延时折扣任务采用经典的滴定法，通过被试按键即时调节被试即得利益值，最后统计被试即得利益期望。

实验统计方法采用SPSS逐步法检验变量间是否存在中介效应。

【被试群体】在校本科生越约30-50人。

【研究预期结果】

不同时长问题性社交媒体使用时间通过时间知觉部分中介效应进而影响到个体跨期决策期望。问题性社交媒体时间使用越长，其时间知觉误差越大，延时折扣期望值越低；问题性社交媒体使用时间越短，其时间知觉误差越小，延时折扣期望值越高。