

JIS

第2卷
2023
第5期

第2卷
2023
第5期

智能社会研究

Journal of Intelligent Society

中华人民共和国工业和信息化部主管

哈尔滨工程大学主办

智能社会研究

Journal of Intelligent Society

中华人民共和国工业和信息化部主管



杂志公众号二维码
官网网址 www.jis.ac.cn



ISSN 2097-2091

9 772097 209239

定价: 45.00 元

ZHINENG SHEHUI YANJIU

目 次

特 稿

数字神 斯拉沃热·齐泽克(1)

《三体》与社会合作 王天夫(38)

论 文

智能社会研究:发展与展望 周 凡(59)

研究报告

数字社会中的青年婚育观念 王安迪 闫誉腾 李 婷(84)

译 文

城市数字基础设施、智慧城市主义和传播

——城市数字规划所面临的研究挑战

..... 斯科特·麦奎尔 著 蒋效妹 译(111)

超越智慧城市:面向 21 世纪城市的传播议程

..... 斯科特·麦奎尔 著 褚传弘 译(142)

书评

文化分析视角下的开放技术前景

——评《网络效应:浪漫主义、资本主义与互联网》

..... 谢 榕(173)

数据大舞台,过去和未来

——评《数据区隔:关联、社群和新的承认政治》

..... 张 琦(187)

访谈

数字时代的科学技术与社会研究

——王程韡教授访谈 王程韡 孟皓琪(208)

CONTENTS

SPECIAL REPORT

The Digital Divine S. Žižek(1)

The Three-Body Problem and Social Cooperation Wang Tianfu(38)

THESIS

Research on Intelligent Society: Development and Prospect Zhou Fan(59)

RESEARCH REPORT

Views on Marriage and Childbearing among Youth in the Digital Society
..... Wang Andi, Yan Yuteng, Li Ting(84)

TRANSLATED TEXT

Urban Digital Infrastructure, Smart Cityism, and Communication: Research Chal-
lenges for Urban E-Planning
..... written by S. McQuire; trans. by Jiang Xiaomei(111)

Beyond the Smart City: A Communications-Led Agenda for Twentyfirst Century
Cities written by S. McQuire; trans. by Chu Chuanhong(142)

BOOK REVIEW

The Open-Ended Prospects of Technology under Cultural Analysis: A Book Review on *The Net Effect: Romanticism, Capitalism, and the Internet* Xie Rong(173)

Data Produces the Future Through the Synthesis of the Past: A Book Review on *Discriminating Data: Correlation, Neighborhoods, and the New Politics of Recognition* Zhang Qi(187)

INTERVIEW

STS Research in the Digital Era: An Interview with Professor Wang Chengwei Wang Chengwei, Meng Haoqi(208)

数字社会中的青年婚育观念^{*}

王安迪 闫誉腾 李 婷^{**}

摘要:互联网等数字技术的发展对青年人观念的形塑有着重要意义,但已有研究仍缺少经验数据的讨论。本文基于2021年“中国大学生婚育观调查”数据,着重阐述了青年人使用移动应用程序(APP)的状况及其与婚育观念之间的联系。数据显示:其一,青年人对熟人社交类、视频社交类、图文社交类和音乐类等娱乐社交性质的APP使用较为频繁,在APP使用偏好上存在一定的性别差异;其二,不同程度地使用各类APP与婚育意愿的分化有关,APP使用从三个层面影响了青年人对婚姻和生育意义感、非传统婚育行为的认知。本文从数字技术的角度为青年人婚育意愿的持续走低提供了解释,未来研究应基于追踪数据做进一步因果检验。

关键词:婚育观念 互联网 APP使用 青年

一、研究背景

进入数字时代以来,数字技术从社会连接、生产方式和生活方式等多维度给社会带来了根本性的变革(王天夫,2021)。个人除实

^{*} 本文系北京市社会科学基金青年带头人项目“中国的婚姻模式变迁及其社会人口学后果”(项目批准号:21DTR022)的阶段性研究成果。

^{**} 王安迪,中国人民大学社会与人口学院;闫誉腾,中国人民大学社会与人口学院;李婷,中国人民大学人口与发展研究中心。

体属性外,又增加了数字属性,形成了社会行动者的“泛在连接”(邱泽奇,2022),人与人之间直接构筑起了以数字为媒介的行动网络。换言之,相比于传统的面对面互动,以互联网尤其是近年兴起的移动互联网为代表的新技术革命通过“信息流”的方式扩展了社会行动的边界(陈甬,2021)。应当说,移动互联网作为数字技术介入人们生活的主要形式,已经成为大多数人获取信息、进行社交、开展社会行动不可缺少的一种中介。《中国互联网发展报告(2022)》显示,2021年中国的移动社交用户数已接近10亿,其中出生于1995年之后的互联网时代(Z世代)用户已经占到了全部移动社交用户的30%以上(田宇,2022),如何理解Z世代“数字原住民”群体的移动互联网使用模式及其影响是当下非常重要的议题。

目前,已有一些研究报告调查了中国青年群体的移动应用程序(APP)整体使用情况。QuestMobile研究院基于中国移动互联网数据的一份研究报告显示,2023年3月,“00后”用户月人均使用APP个数与全网平均个数接近,但月人均使用时长达173.2个小时,明显高于全网平均时长,这反映出Z世代的青年群体对移动互联网的高度依赖(QuestMobile研究院,2023)。该报告还指出,从求学到工作、婚恋,APP使用已经作为数字化的生活方式进入了青年人的多个人生阶段。另一份对2242位“00后”的调查报告显示,中国Z世代群体最常使用的10款APP大致可以被归类为五种取向,即社交类(以微信、QQ、微博为代表)、支付类(以支付宝为代表)、电商类(以淘宝为代表)、音乐类(以网易云音乐、QQ音乐为代表)、视频类(以哔哩哔哩、抖音短视频为代表),除支付类与电商类,青年群体在日常生活中使用的APP带有明显的内容与社交属性(Morketing,

2019)。现有调查报告以及近年相关的行业报告为理解中国 Z 世代群体提供了很多洞见,但这些报告大多存在两个问题:其一,大部分调查是通过“滚雪球”抽样进行的,缺乏对全国青年群体的代表性;其二,大部分调查报告仅描述了青年人的 APP 使用偏好,而对其所带来的影响未展开讨论。考虑到 APP 不仅是被动地由个体使用,而且在不断地参与形塑个体的自我构建与呈现 (Treem, Dailey & Pierce et al., 2016),不同类型的 APP 使用会如何影响青年群体的观念及行为,仍然缺乏经验数据的探索。

鉴于互联网及 APP 已经根本性地改变了我们的日常生活,一些学者已经经验性地讨论了互联网使用对政治观念、性别观念及婚育观念等各类观念的影响(陈福平、许丹红,2017;王卫东、王术坤、刘晓红等,2021;邱磊菊、冯宜强、史宇鹏等,2022)。这些讨论普遍认为,互联网通过趣缘社群的自我强化、个人主义文化或亚文化的冲击以及去中心化网络结构的解构,对青年人的观念产生影响(陈宝剑,2020)。就更具体的解释机制而言,以婚育观念为例,已有研究较多地讨论了如下三类机制的影响:交友匹配机制、观念传播机制、信息推送机制。首先,互联网所提供的交流机制为青年人在网络上寻求同好提供了可能,当代青年人越来越多地使用在线交友平台寻找可能的恋爱、结婚对象,通过扩大的互联网婚姻匹配,提振了男性青年的结婚意愿与可能(Potarca, 2021)。其次,互联网所传播的新观念冲击了传统的社会规范,越来越多的青年人不再认为婚姻或生育为人生中的必选项。许多青年人开始将是否结婚与结婚早晚等问题视为没有标准答案、可以做出不同选择的习题,对一些非传统的婚育行为也更为包容(李婷、郑叶昕、闫誉腾,2022)。最后,互联网的

信息推送机制也会在相当程度上左右个体感知到的社会环境的变化,当女性大量浏览到与生育的机会成本、工作与家庭平衡的困境以及育儿负担相关的讨论时,就更有可能会形成负面的生育态度,抑制生育意愿(蒋俏蕾、王鸿坤、陈宗海,2023;蒲艳萍、张岚欣、袁柏惠,2023)。但上述研究均是将互联网视为一个整体,忽略了在青年人普遍触网的背景之下,互联网参与和使用模式在不同人群之间存在分化。进而,现有研究未能回答的问题是:不同偏好的互联网使用模式与青年人不断变化的婚育观念之间又有什么样的联系?事实上,不仅仅是婚育观念方面的研究,而且已有的互联网如何影响各类观念的研究也大多停留于此。

为了回应上述问题,本文以婚育观念为棱镜,尝试推进学界理解互联网及其内部各类 APP 如何影响青年的观念。更具体而言,我们希望回答如下问题:当前青年人的互联网使用偏好、婚育观念分别是什么?青年人的 APP 使用偏好与婚育观念之间存在什么样的关系?这种关系是否会因为个体性别的不同而存在差异?2021 年“中国大学生婚育观调查”数据为理解上述问题提供了必要的条件。通过对数据的描述性统计,我们初步发现,青年人在各类 APP 使用方面存在显著差异,社交、娱乐性质的 APP 为当代青年人使用的主要软件。不同 APP 的使用程度与婚育观念的分化有关,分化的可能途径包括但不限于如下三种,即可能作为娱乐方式以替代亲密关系需求、更多的信息接触影响青年人对婚育的认知和态度,以及更多的讨论增加了青年人对非传统婚育行为的接纳程度。上述对婚育观念的分化讨论,事实上为数字社会中的观念研究提供了很好的经验性补充。

二、数据与方法

如前所述,在数据方面,本文主要使用了由中国人民大学人口与发展研究中心组织实施的 2021 年“中国大学生婚育观调查”数据(简称“调查”)。该调查以中国教育在线网中各高校信息与 2020 年各高校高考招生计划为抽样框的数据来源,通过多阶段 PPS 抽样,具有很好的高校、学历及专业代表性。经过严格的交叉审核,调查报告保留了 9775 份样本(李婷、郑叶昕、闫誉腾,2022),样本的基本人口信息如表 1 所示。

表 1 样本的基本人口信息情况

		频数	百分比 (%)			频数	百分比 (%)
性别	男	4822	49.33	专业	哲学	43	0.44
	女	4953	50.67		法学	715	7.31
民族	少数民族	1184	12.12		经济学	1099	11.24
	汉族	8591	87.88		管理学	1538	15.74
年级	大二及以下	1946	19.91		历史学	46	0.47
	大三	4719	48.27		教育学	204	2.08
	大四及大五	2312	23.65		文学	888	9.08
	硕士生	741	7.58		工学	2810	28.75
	博士生	57	0.59		理学	1159	11.86
出生 队列	[1982—1995)	56	0.57		医学	202	2.07
	[1995—2000)	2637	26.98		农学	188	1.92
	[2000—2005)	7082	72.45		艺术学	564	5.77
					军事学	11	0.11
					交叉学科	308	3.15

注:表中结果已经过加权处理。

同时,与以往研究仅粗略地询问受访者互联网使用时长不同,该调查专题设计了“互联网参与及影响”模块,着重调查了青年群体用于娱乐和休闲的上网时长、各 APP 使用情况、圈层参与情况以及日常新闻接触情况等,这一更新的调查数据为我们理解数字时代的青年互联网行为及其与青年婚育观念之间的关系提供了充分的数据支持。考虑到与该调查同期的国家统计局数据显示,我国高等教育毛入学率在 2021 年已达到 57.8%,过半“00 后”青年已具有高等教育经历,本文认为大学生调查数据可以在相当程度上反映当代青年的一般面貌。因此,我们在后文中均将调查所涉及的本硕博大学生群体称为“青年群体”。

在方法方面,由于各院校的有效样本数量的性别、学校层次、专业比例的分布与总体分布存在一定偏差,调查通过事后分层方法,根据性别、学校以及专业分布等主要指标构造了样本权重,加权后的样本对全国高校情况具有更好的代表性。因此,作为一项探索性研究,本文的后续分析均会基于该权重,对加权后的样本进行描述性分析,后文不再赘述。

三、青年群体的 APP 使用偏好

本文对于青年群体 APP 使用偏好的测量,综合了问卷中的两道相关问题,计算了标准化后的 APP 使用时长(小时)。具体而言:其一,询问了受访者每天用于休闲、娱乐的上网总时长(小时);其二,询问了受访者自我评价的每天花费在各类 APP 上的时长,范围从 1 分到 10 分,分别代表“从不使用”到“使用非常频繁”。为了使不同

受访者的 APP 使用时长具有可比性,笔者首先计算受访者所有 APP 的自评使用时长总和,随后用受访者每一种 APP 的自评使用时长除以总时长得到各 APP 相对使用时长,最后将这一相对使用时长乘以个体每天用于休闲、娱乐的上网总时长,便得到标准化后的 APP 日均使用时长(小时)。

本文参照以往的研究报告,合并展示了青年群体视频社交类、图文社交类、熟人社交类、陌生人社交类、音乐类、游戏类、购物类、新闻类共 8 类 APP 的使用时长情况。其中,视频社交类 APP 的使用时长以抖音或快手等短视频平台、哔哩哔哩等流媒体平台 2 类平台的使用时长总和为代表;图文社交类 APP 以微博、知乎、豆瓣、百度贴吧、虎扑和小红书 6 类平台的使用时长总和为代表;熟人社交类(微信、QQ)、陌生人社交类(陌陌、探探、Soul、Summer 等)、音乐类(网易云音乐、QQ 音乐等)、购物类(淘宝、京东、拼多多等)、游戏类(王者荣耀、英雄联盟、原神等)、新闻类(今日头条、网易新闻、新浪新闻等)APP 的使用情况,则因在调查时即按大类进行录入,其使用时长不再进行额外的加总处理。

图 1 展示了分性别的青年群体加权标准化后的各类 APP 使用时长情况,并以女性使用时长为基础从高到低进行呈现。数据显示,男女青年均是使用熟人社交类、视频社交类 APP 最为频繁,但女性使用熟人社交类 APP 的频繁程度略高于男性;男女青年均最少使用陌生人社交类 APP,但男性相较于女性更多地使用了这类 APP;部分 APP 不同性别之间使用模式存在较大差异,如女性相较于男性更频繁地使用图文社交类和购物类 APP,而在游戏类 APP 的使用上男性的参与频率要显著高于女性。

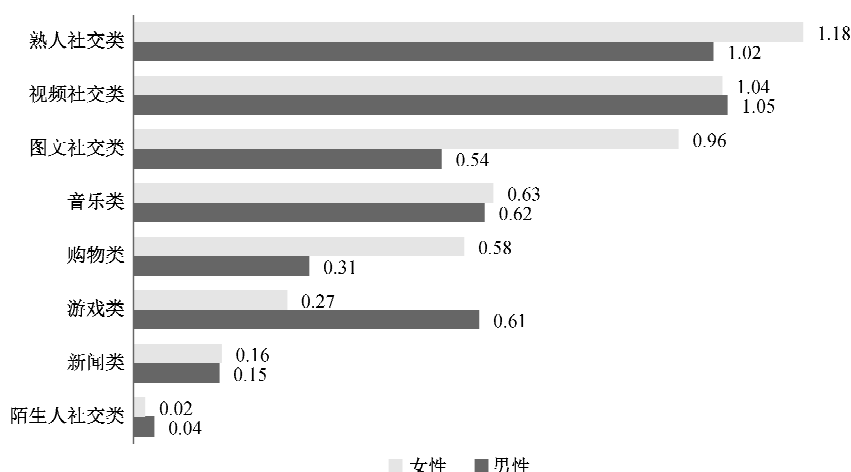


图1 男女青年加权标准化后的各类APP日均使用时长(小时)

随后,我们分别对户籍和性别、学校层级和性别进行交叉分类,对不同背景的青年群体的互联网使用状况进行更细致的描述,如图2、图3所示。

图2显示,青年群体的APP使用偏好在不同的户籍之间存在显著差异。不论男女,非农户籍的青年普遍更频繁地使用图文社交类APP,更少地使用新闻类APP。此外,相较于非农户籍的男性,农业户籍的男性游戏类APP的使用时长较长。相较于非农户籍的女性,农业户籍的女性较多地使用熟人社交类、陌生人社交类、视频社交类和购物类APP,但在音乐类APP方面则是非农户籍的女性使用较多。上述差异均通过了分性别、户籍的均值t检验,但图2中所展现的其余城乡差异则未通过该检验。数据显示,尽管调查的青年群体受教育程度均是大专及以上,但城乡之间仍然存在互联网使用偏好层面的明显差异。

图3显示,青年群体的使用偏好在不同的学校层次之间存在显

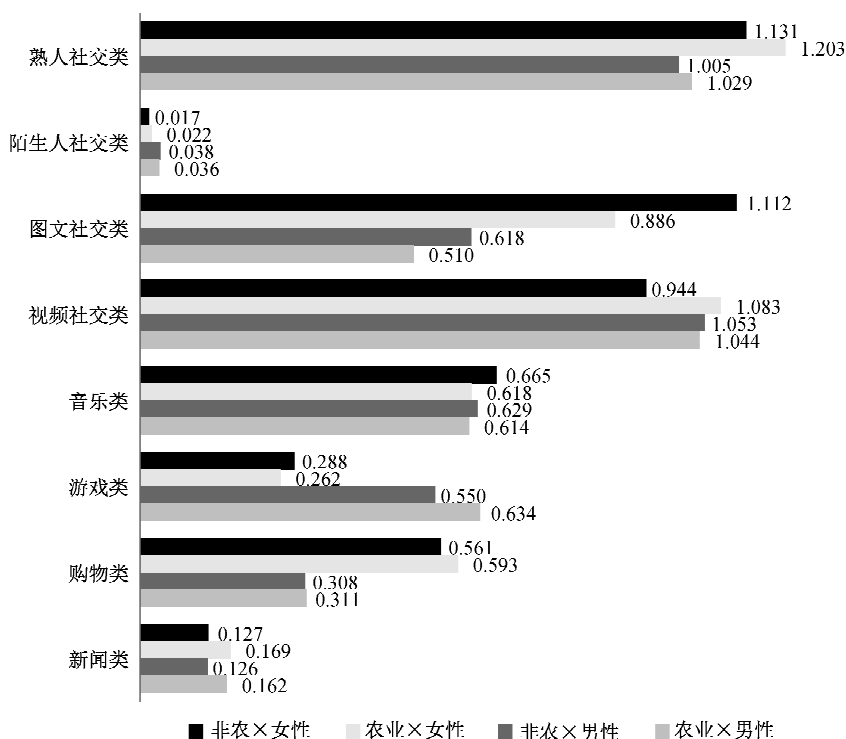


图 2 不同户籍和性别的青年人加权标准化后的各类 APP 日均使用时长(小时)

著差异。除图文社交类外的其余 APP 类别中,专科生均较本科生有更长的使用时长;但在图文社交类 APP 方面,本科生的使用时长则明显高于专科生,在女性之中尤其如此——本科女性较专科女性的日均使用时长高出了近 0.3 个小时,以上差异均通过了均值 t 检验。因此,不同学历层次之间所存在的明显偏好差异,可能导致了不同平台的用户群体存在一定程度的差异,进而影响了平台可能的风格特征和内容推送取向。

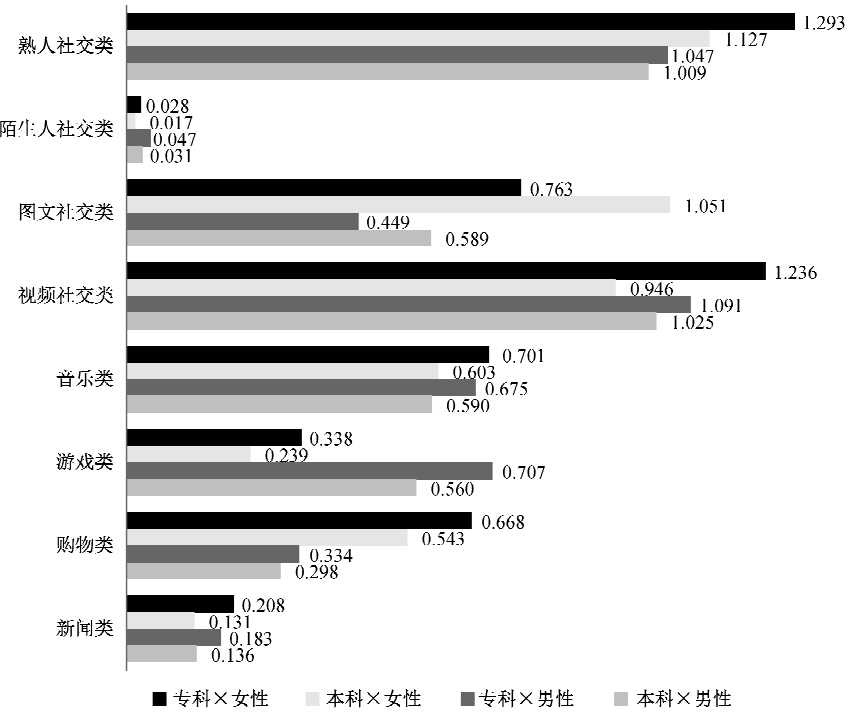


图 3 不同学校层级和性别的青年人加权标准化后的
各类 APP 日均使用时长(小时)

四、青年群体的 APP 使用与婚育观念

如前所述,APP 不仅作为平台满足了使用者的需求,为青年群体的日常生活提供了必不可少的工具性支持,还通过筛选和推送机制形成了 APP 的信息偏好差异,作为一种外在环境对用户在各个领域的观念和决策产生影响。同时,作为青年人进行自我展演和社会交往的场所,不同 APP 也聚合了观念取向各不相同的各类人群,进

进一步强化了 APP 内部的风格特征。一些已有研究指出,APP 在帮助人们解决问题的同时,也给使用者的生活带来了一些挑战,尤其是在观念层面,不同类型的 APP 存在差异化的影响。例如,健康和健身类 APP 在满足青年人健康实践需求的同时,也制造了焦虑和不确定性(涂炯、王瑞琳,2019),使用社交电商类 APP 会强化女性青年的物质主义价值观(吴玥、刘艺萱、孙源南,2022),外卖类 APP 则对“90 后”消费群体的家庭功能感知产生了消极影响(陈拓、吴向然,2021)。但上述讨论往往仅聚焦于某一类 APP,仍缺少相对全景式的讨论。

在本节,我们将以婚育观念为例,探究 APP 使用与青年群体婚育观念分化之间的关系。我们首先关注 APP 使用程度与婚育意愿之间的关联,其次针对一些关于婚育的陈述对以上关联存在的原因加以探析,两者共同组成本文所讨论的广义层面的“婚育观念”。为了方便描述,我们将每一类 APP 的使用频率处理成三分类的变量,将在自评使用时长时选择“从不使用”的编码为“未使用者”,随后根据每一类 APP 使用时长由短至长进行排序,将时长较短的 50% 的青年人编码为“轻度使用者”,时长较长的 50% 的青年人编码为“重度使用者”,并通过列联表对男女青年的婚育观念进行加权描述。

(一) APP 使用与婚育意愿

针对青年人的结婚意愿,我们将选择“认为自己将来一定会结婚”的个体编码为 1,选择“顺其自然或决定不结婚”的个体编码为 0,表 2 中的数字代表该类 APP 使用程度的人群中将婚姻视为人生必选项的青年人占比。

表 2 不同 APP 使用状况下青年人的结婚意愿加权均值情况 单位: %

		熟人社交类	陌生人社交类	图文社交类	视频社交类	音乐类	游戏类	购物类	新闻类
女性	未使用者	42.11	48.64	50.90	49.70	51.95	50.54	48.56	46.66
	轻度使用者	48.49	59.93	48.73	51.11	51.04	49.69	47.71	53.92
	重度使用者	49.78	47.34	48.33	46.73	46.01	43.10	49.92	51.67
男性	未使用者	70.79	74.45	77.41	80.68	75.96	77.43	74.69	73.44
	轻度使用者	73.31	69.30	74.15	74.80	76.30	73.97	73.55	73.72
	重度使用者	75.55	73.47	68.55	72.44	71.34	72.29	74.57	77.04

总体而言,男性青年的结婚意愿普遍高于女性青年,且男女青年群体内部不同程度地使用各类 APP,其结婚意愿存在显著差异。其一,新闻类、熟人社交类 APP 的重度使用者有着相对更高的结婚意愿。以新闻类 APP 的重度使用者为例,分别有 51.67%的女性和 77.04%的男性认为婚姻是人生的必选项。其二,随着使用频率的上升,对于女性来说,图文社交类、音乐类和游戏类 APP 的使用者都呈现出越来越低的结婚意愿;而在男性群体中,这种负相关趋势则体现在图文社交类、视频社交类和游戏类 APP 之中。其三,就各 APP 的使用者中所呈现出的结婚意愿最低值而言,女性出现在游戏类 APP 的重度使用者中,男性则出现在图文社交类 APP 的重度使用者中。

针对生育意愿,调查询问了受访者“您打算生育几个孩子”,该变量事实上即学界常用的意愿子女数、期望生育子女数,较接近个人实际的生育需求(郑真真,2014),本文根据其回答的孩子个数生成了生育意愿变量,数字越大代表着生育意愿越强烈(表 3)。

表 3 不同 APP 使用状况下青年人的生育意愿加权均值情况

		熟人社交类	陌生人社交类	图文社交类	视频社交类	音乐类	游戏类	购物类	新闻类
女性	未使用者	1.261	1.179	1.261	1.139	1.266	1.205	1.184	1.132
	轻度使用者	1.165	1.403	1.214	1.195	1.197	1.212	1.155	1.268
	重度使用者	1.205	1.281	1.140	1.192	1.155	1.110	1.214	1.302
男性	未使用者	1.524	1.540	1.591	1.592	1.527	1.541	1.507	1.516
	轻度使用者	1.547	1.535	1.570	1.558	1.577	1.552	1.554	1.567
	重度使用者	1.546	1.654	1.429	1.525	1.522	1.543	1.577	1.631

总体而言,男性青年的生育意愿普遍高于女性青年,且男女青年群体内部不同程度地使用各类 APP,其生育意愿存在显著差异。其一,女性最高的平均生育意愿出现在陌生人社交类 APP 的轻度使用者中,为 1.403 个;男性最高的平均生育意愿出现在陌生人社交类 APP 的重度使用者中,为 1.654 个。其二,随着新闻类 APP 的使用频率上升,两性均经历了生育意愿的上升,同样的趋势还出现在男性购物类 APP 的使用者中。其三,在女性中,图文社交类和音乐类 APP 的使用者随着使用频率的上升,生育意愿均值不断下降;在男性中,则是在图文社交类和视频社交类 APP 的使用者中体现了类似的趋势。其四,与结婚意愿一致,重度使用游戏类 APP 的女性和重度使用图文社交类 APP 的男性,都在各自性别内呈现出最低的生育意愿,平均意愿子女数分别为 1.110 个和 1.429 个。

因此,观察婚育意愿在各类 APP 的不同使用程度者之间呈现出的相似性和差异性,可以发现,新闻类、购物类等应用属性较强的 APP 使用往往与更积极的婚育观念有关,而平台社交属性和娱乐取向较强的 APP 使用则与更加消极的婚育观念有关,这在图文社交类 APP 中体现得尤为明显。同时,结婚意愿和生育意愿之间

也存在差异,如随着使用频率的上升,熟人社交类 APP 的使用者有着愈发明显的结婚意愿,但是在生育意愿方面并未呈现出线性趋势。

(二) APP 使用与对婚育的认知和看法

上一节的讨论概述了各类应用平台与青年人婚育观念之间的联系,但同样的婚育观念趋势可能对应着不同的影响机制,具体而言,可以从三个层面思考互联网参与对青年婚育观念的作用途径。其一,互联网参与本身作为社交或获取信息的方式之一,有可能挤占青年人缔结并经营亲密关系的时间和精力,成为现实生活中社交的替代品,导致更频繁地接触互联网者有着更低的恋爱乃至结婚意愿。其二,各类 APP 选择性推送各类信息,并给用户提供了发表见解、交流观念的平台,通过选择性地反映社会现实,各类 APP 影响了青年人对婚育的认知和看法。其三,APP 也会将多元的婚育观念传递到使用者面前,使得青年人更多地接触到了除传统婚育形式外更多的婚育选择,从而影响了青年人的婚育观念。在接下来的讨论中,我们主要从以上三点对互联网参与和青年人婚育观念之间的关系加以探索,为青年人婚育意愿出现分化的原因做出解释。

首先,为了探索性解释 APP 使用如何能够影响青年人的婚育意愿,调查询问了受访者“娱乐(如游戏、视频等)或宠物对亲密关系的替代多大程度上降低了当前年轻人的结婚意愿”,受访者用 1—5 分衡量影响大小。表 4 展示了不同程度的游戏类和视频社交类 APP 使用者对娱乐或宠物影响大小的评分均值。

表 4 游戏类与视频社交类 APP 使用与替代亲密关系认可度的情况

		娱乐对亲密关系的替代	
		女性	男性
游戏类	未使用者	2.85	2.53
	轻度使用者	3.05	2.71
	重度使用者	3.12	2.88
视频社交类	未使用者	2.75	2.44
	轻度使用者	2.93	2.67
	重度使用者	2.99	2.85
总体		2.94	2.74

表 4 显示,随着对游戏类和视频社交类 APP 使用程度的加深,男性和女性对娱乐或宠物替代亲密关系的重要性评分也在上升,且游戏类 APP 重度使用者较视频社交类 APP 使用者的评分更高。总体而言,女性青年较男性青年可能更加认可娱乐或宠物对亲密关系的替代降低了当前青年人的结婚意愿。

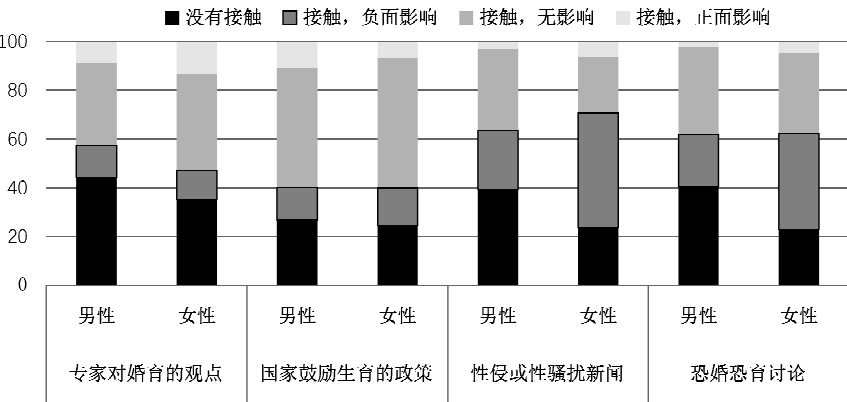


图 4 男女青年接触各类信息和受其影响的情况 (%)

除了使用 APP 本身所带来的替代效应外,APP 对青年人生活的另一个重要意义在于其作为信息获取渠道提供的信息资源。因此,

调查通过“您认为您日常中接触如下新闻或信息对您的婚育观念的影响是……”题组,对各类信息接触及其影响进行了测量。本文选择了其中较有代表性的四类信息,即专家观点、国家政策、性侵或性骚扰新闻及恐婚恐育讨论,图4呈现了男女青年在这四类信息上的接触情况,并询问了接触者这四类信息对其婚育观念的影响。

图4显示,就男女青年对婚育相关信息的敏感性而言,女性更多地关注到了各类婚育相关信息,尤其是涉及性侵、性骚扰或恐婚恐育讨论等负面信息,与男性关注度差异更大。就信息对婚育观念的影响而言,大部分专家观点或国家政策等信息的接触者认为此类信息对自身婚育观念不存在任何影响,而负面新闻或讨论的出现给青年人的婚育观念带来了非常大的消极影响,且这种影响对女性更为明显。

其次,各类APP上的各类信息究竟如何影响青年人对婚姻和生育的认知?接下来,我们重点考察了图文社交类、视频社交类和新闻类这三类信息属性较为明显,且在内容偏好和推送机制上存在差异的APP,重点考察其对婚姻动力认知和生育意愿影响因素感知的影响。

针对婚姻动机,根据“哪些因素是促使人进入婚姻的核心动力”一题,我们将受访者的回答归类为三种动机,分别是婚姻意义感、现实考量及社会压力,三种动机并非互斥,而存在多选。更具体地讲,将受访者认为“婚姻是人生的必选项”或“婚姻能够提供情感、陪伴或精神寄托”,编码为“婚姻意义感”;将受访者认为“需要通过婚姻生育孩子”“婚姻所带来的物质保障”或“生理需求”编码为“现实考

量”;将“来自长辈的压力”和“来自同辈的压力”编码为“社会压力”。表 5 展示了不同 APP 使用状况下青年人对婚姻动力的认知,表格中的数字代表着该类 APP 使用程度下婚姻意义感、现实考量或社会压力是婚姻核心动力的百分比。

表 5 不同 APP 使用状况下青年人对婚姻动力的认知 单位: %

		婚姻意义感		现实考量		社会压力	
		女性	男性	女性	男性	女性	男性
图文社交类	未使用者	90.31	95.14	48.02	62.17	30.06	18.83
	轻度使用者	91.02	94.84	49.49	63.83	31.57	21.41
	重度使用者	90.74	90.31	50.81	66.08	31.89	27.99
视频社交类	未使用者	89.60	94.41	51.64	59.05	29.90	18.67
	轻度使用者	91.92	93.92	50.51	64.69	31.14	20.53
	重度使用者	89.82	93.82	48.82	63.45	31.99	23.82
新闻类	未使用者	89.64	93.67	49.30	63.29	31.81	21.28
	轻度使用者	92.81	93.31	52.77	66.57	30.14	24.43
	重度使用者	92.41	95.32	48.56	62.43	31.47	21.80
总体		90.76	93.91	49.82	63.69	31.43	21.92

总体而言,大部分青年人将婚姻意义感作为进入婚姻的主要动力,其次是基于现实考量,社会压力虽然相对最少,但也是很多青年人进入婚姻的动力,且女性对社会压力的感知更为明显。更具体而言,其一,随着图文社交类 APP 使用时长的上升,男女青年均更有可能将现实考量和社会压力视为进入婚姻的动力,尤其是对男性而言,婚姻意义感的重要性被大幅削弱,现实考量和社会压力被大幅提升,但女性的相应变化趋势十分平缓;其二,在视频社交类 APP 方面,相较于未使用者,女性使用者会更少地考虑现实因素的作用,而更有可能将婚姻意义感和社会压力作为进入婚姻的动力,但男性仍

呈现出和图文社交类 APP 类似的趋势,虽然相应的变化幅度明显更小;其三,在新闻类 APP 方面,相较于不使用者而言,女性轻度使用者更有可能将婚姻意义感和现实考量作为婚姻动力。以上分类呈现的各类 APP 使用与青年群体对婚姻动力认知的相关情况,充分说明即便是相同的信息获取媒介,也可能因为使用者性别或其他特征的不同而对婚育观念产生异质性影响。此外,在对以上三个维度的认知中,数据同样显示,不同使用程度的人群对动力的认知并非线性变化的,这进一步说明在青年人普遍触网的当下 APP 给青年人带来的影响与使用的频率和时长之间的复杂联系。

因此,上述数据显示,虽然婚姻意义感是绝大多数青年群体的主要婚姻动力,但是除女性青年中视频社交类 APP 的更高的使用频率与更低的现实考量相关外,图文社交类、新闻类 APP 更频繁的使用均与更强的现实考量、社会压力有不同程度的相关。这暗示了 APP 使用在拓宽了使用者接触各类信息的渠道的同时,也可能会使青年人更多地认知到婚姻对生育、物质保障、生理需求等方面的现实意义。因此,通过互联网所载有的各类信息,青年人对婚姻神圣感、意义感的追求被削弱,转而投向更为物质化、现实化的考量,对男性来说尤为如此。

针对生育意愿影响因素,调查询问了受访者“您认为以下观念或因素,在多大程度上影响了当前年轻人的生育意愿”,并要求受访者根据题项中的陈述进行打分。我们将社会环境压力、居住环境压力、养育压力的评分取均值生成“生活压力”变量,将陪伴孩子成长的意义、深化夫妻关系、增添家庭幸福感以及延续希望和寄托等的评分取均值生成“育儿意义感”变量,以上两个变量的范围

均为 1—5 分,分数越大意味着越认可该因素对生育意愿的影响作用。值得注意的是,这一自评指标并不区分影响的方向。表 6 描述了不同 APP 使用状况下青年群体对生育意愿影响因素的感知差异。

表 6 不同 APP 使用状况下青年群体对生育意愿影响因素的感知差异

		生活压力		育儿意义感	
		女性	男性	女性	男性
图文社交类	未使用者	3.33	3.33	3.54	3.83
	轻度使用者	3.57	3.54	3.54	3.85
	重度使用者	3.62	3.46	3.51	3.57
视频社交类	未使用者	3.43	3.32	3.55	3.80
	轻度使用者	3.61	3.43	3.53	3.75
	重度使用者	3.52	3.47	3.51	3.80
新闻类	未使用者	3.56	3.48	3.46	3.78
	轻度使用者	3.55	3.36	3.61	3.73
	重度使用者	3.51	3.37	3.67	3.80
总体		3.55	3.44	3.52	3.78

总体而言,男女青年对生育意愿影响因素的感知评分差异不大,相较于生活压力,男女青年普遍更认可育儿的意义感对生育意愿的作用。女性对生活压力的感知要高于男性,而男性在育儿意义感的影响方面感知更强烈。具体来说,其一,就生活压力而言,相较于没有使用图文社交类 APP 和视频社交类 APP 的青年人,使用这两类 APP 的男女青年都更大程度上认可生活压力对生育意愿的作用;而使用新闻类 APP 则有相反的趋势,使用者相较于未使用者有着更低的生活压力感知。其中,女性在图文社交类 APP 和新闻类 APP 上呈现出从从未使用到重度使用的评分梯度,而男性在

视频社交类 APP 与生活压力方面呈现出随着使用程度上升而不断加强的感知梯度。其二,就育儿意义感而言,图文社交类 APP 的重度使用者相较于其他两类人群往往更不认可育儿意义感对生育意愿的作用,但轻度使用者则呈现出三类人群中对育儿意义感的最高程度的认可。使用视频社交类 APP 与对育儿意义感的较弱感知有关,与此相反,对新闻类 APP 的使用往往会带来更强的育儿意义感感知。

因此,上述数据显示,接触以用户生成和社交属性为主要特征的 APP,与青年人更容易感知到生育所带来的生活压力、更少地感知育儿意义感明显相关。与此相对,对于以官方信息推送为主要机制的新闻类 APP,更多地使用这类 APP 与青年人更低的生活压力感知和更多的育儿意义感有关。以上特征在男女两性间基本保持一致,说明其同样是具有信息获取属性的媒介,信息推送机制的不同也会带来使用者之间婚育观念的分化。

最后,本文将从非传统婚育行为的接受程度角度来探索 APP 使用与婚育观念之间的关系,试图从替代性选择的角度为当今青年婚育意愿的走低提供解释。我们将调查中对闪婚、婚前同居和不婚的接受程度取均值作为关于婚姻行为的接受程度,范围为 1—5 分,分数越高代表着接受程度越高;同样的方法将对丁克、非婚生育和堕胎三个问题的接受程度提取为关于生育行为的看法,同性性行为、婚前性行为和开放性关系三个问题的接受程度提取为性行为 and 性关系接受程度的衡量指标。表 7 针对不同 APP 使用状况的群体计算了非传统婚育行为接受程度的均值。

表 7 不同 APP 使用状况与非传统婚育行为接受程度均值

		关于婚姻的行为		关于生育的行为		性行为和性关系	
		女性	男性	女性	男性	女性	男性
图文社交类	未使用者	2.09	2.18	1.63	1.43	1.67	1.73
	轻度使用者	2.41	2.43	1.82	1.64	1.88	1.95
	重度使用者	2.66	2.56	2.05	1.89	2.12	2.13
视频社交类	未使用者	2.40	2.12	1.83	1.41	1.85	1.73
	轻度使用者	2.52	2.38	1.94	1.66	2.00	1.91
	重度使用者	2.42	2.37	1.85	1.60	1.92	1.92
新闻类	未使用者	2.51	2.35	1.94	1.60	2.00	1.91
	轻度使用者	2.46	2.42	1.91	1.71	1.96	1.93
	重度使用者	2.29	2.32	1.71	1.57	1.77	1.87
总体		2.46	2.36	1.89	1.62	1.95	1.90

数据显示,女性对非传统婚姻、生育和性行为的总体接受程度较男性为高。具体而言,其一,随着图文社交类 APP 使用频率的上升,男性和女性对非传统婚育行为的接受程度在不断上升,且图文社交类 APP 重度使用的青年对各类行为的接受程度均值都是各类人群中最高的。其二,视频社交类 APP 的使用模式分化也呈现出了与图文社交类 APP 类似的效应,即相较于未使用者,使用者对非传统婚育行为以及性行为和性关系的接纳程度更高。不同的是,除男性在性方面的观念之外,两性中观念最为开放的人群均为视频社交类 APP 的轻度使用人群。由于轻度和重度使用者在非传统婚育行动接受程度上的差别不大,这暗示了视频社交类 APP 的使用出现了和图文社交类 APP 的使用一样的趋势。总体而言,用户生成和社交属性较为明显的 APP 使用与更开放的观念相关。其三,与上述趋势不同的是新闻类 APP 使用与非传统婚育行为接受程度之间的关系。

相比于未使用者,随着使用程度的逐渐上升,使用新闻类 APP 的女性对非传统婚姻、生育以及性关系、性行为的接纳程度逐渐降低;结合上一节讨论中女性新闻类 APP 使用群体往往具有更高的结婚意愿和生育意愿,新闻类 APP 的使用可能与女性更保守的婚育态度有关。在男性中,最高程度的接纳出现在新闻类 APP 的轻度使用人群中,而重度使用者则拥有最低程度的接纳,这说明以何种程度使用新闻类 APP 与受访者对男性非传统婚育行为的接受程度有着极为紧密的关联。

五、总结与讨论

现有研究认为,如何思考数字技术与现实社会的相互作用,尤其是数字技术对人类行为和社会运行规律的影响,已经成为数字社会研究中非常重要的问题(赵一璋、王明玉,2023;Hampton, 2017)。本文基于“中国大学生婚育观调查”数据,探索性阐述了 Z 世代青年在 APP 使用、互联网信息接触等方面的现状,并考察了这些互联网参与形式与青年人婚育观念之间的联系,尤其重点关注了其中的性别差异。本文的结论支持了互联网使用模式与青年人婚育观念之间存在强相关关系,结合现有文献,可以认为数字技术不仅影响到了个体对特定事件的观点,也蔓延至个体有关自身人生决策以及看待社会、世界的态度,这为后续其他类别的观念研究提供了重要参考。具体而言,研究主要有以下三点发现。

首先,在互联网参与方面,青年人的 APP 使用情况呈现出一致性偏好和性别差异并存的现象。通过计算标准化后的日均使用时

长可以发现,熟人社交类 APP、视频社交类 APP 和图文社交类 APP 在青年日常生活中有着重要地位,音乐类 APP、购物类 APP、游戏类 APP 使用也较为频繁。女性更青睐于使用微博、小红书等具有分享性质的社交类 APP 和购物类 APP,而男性使用游戏类 APP 的日均时长则明显高于女性。进一步考察 APP 使用偏好在城乡背景、学校层次之间的差异,可以发现非农户籍与农业户籍的女性在使用 APP 上的差异较为明显,专科生和本科生在使用偏好上也有所差别,上述差异尤其体现在熟人社交类 APP、图文社交类 APP、游戏类 APP 的使用时长上。

其次,不同类型的 APP 使用与青年人的婚育意愿之间存在不同程度的关联。在女性群体中,相较于未使用者,使用图文社交类 APP 和音乐类 APP 的青年拥有更低的婚育意愿,而使用陌生人社交类 APP 和新闻类 APP 的青年人则拥有更高的婚育意愿,熟人社交类 APP 的使用与更高的结婚意愿和更低的生育意愿有关。在男性青年群体中,图文社交类 APP、视频社交类 APP 的频繁使用都与更低的婚育意愿有关,而对熟人社交类 APP 和新闻类 APP 的使用则与更高的婚育意愿相关,使用购物类 APP 与较高的婚姻意愿与较低的生育意愿同时存在关联。其他平台的使用时长则可能与婚育意愿之间存在非线性的相关关系。APP 各自的特性以及青年人使用程度的差异可能共同造成了在不同 APP 偏好的使用者中出现了婚育意愿的分化。

最后,我们的数据显示,图文社交类、视频社交类和新闻类等信息资讯属性较为明显的 APP 对婚育观念的影响存在三种可能的路径:一是作为娱乐方式,APP 使用替代了青年人对亲密关系的需求;

二是通过网络上负面信息的接触对青年人的婚育观念产生负面影响,改变了青年人对婚姻动力、生育意愿影响因素的认知,对婚姻神圣感、意义感的追求被削弱转而投向更为物质化、现实化的考量,对男性来说尤其如此;三是许多以用户生成成为特征的社交平台为青年人提供了观点碰撞和讨论的空间,这部分平台的参与者对一些非传统的婚育行为怀有更为开放的态度,如婚前同居、不婚、丁克、非婚生育等新型亲密关系形式给予了青年人在传统婚育行为之外更多的选择。

当然,本文作为一项初步的探索性研究,仍存在一定不足。其一,因果机制问题。本文并未进行严格的因果推断讨论,只从相关层面探索了 APP 使用与青年人婚育观之间的联系;同时,从更远端的因果机制来讲,如原生家庭社会经济地位、性取向等因素也会对个体的婚育观念产生持续影响。因此,未来研究应进一步厘清上述因素与婚育观念的因果机制。其二,测量问题。尽管本文尽可能地对受访者 APP 使用情况进行了标准化校准,以使不同受访者测量结果可比,但自评类指标往往存在复杂的偏误问题的限制(齐亚强,2014)。其三,平台分类问题。为了方便讨论,本文将部分 APP 进行了合并,但以图文社交类 APP 为例,其内部的微博、豆瓣、虎扑等平台仍存在较大差异,不同平台之间不同的算法推送机制会导致不同偏好的使用者之间存在信息获取的巨大鸿沟(刘河庆、梁玉成,2023),从而影响两性的婚育观念。因此,后续讨论可以针对推送机制、信息流呈现形式不同的平台做进一步细化分析,以讨论数字技术的框架如何形塑人们的认知和观念。

尽管如此,本文的结论仍然具有启示性意义。随着数字技术卷

入生活的程度不断加深,互联网等数字技术在青年人观念的形塑中正发挥着越来越重要的作用。正向、积极地引导青年人正在发生的观念转变,不仅需要打破平台之间的边界,让青年人能够接触更多元的观点,也要对讨论环境进行规范,让青年人在互联网空间中合理、有序地表达自身的诉求。但是,需要再次指出的是,尽管报告主要讨论了互联网参与与当代青年婚育观念之间的关系,但这并不意味着互联网已经成为影响青年人观念变化的最主要因素。互联网所传播的信息经过筛选被呈现在使用者面前,在相当程度上仍然是现实社会变迁的反映,互联网中集中讨论的代际冲突、就业与住房压力、抚育成本等话题是当代青年人所面临的现实困境的真实写照。如何从问题的根源入手缓解当代青年人的生存焦虑,为青年人提供成长和多维度的保障,才是政策制定时应当考虑的落脚点。

参考文献

- 陈宝剑,2020,《社会空间视角下的互联网与青年价值观塑造:影响机制与引导策略》,《北京大学学报》(哲学社会科学版)第2期。
- 陈珣,2021,《信息行动理论——数字社会时代的社会行动理论探讨》,《社会学评论》第5期。
- 陈福平、许丹红,2017,《观点与链接:在线社交网络中的群体政治极化——一个微观行为的解释框架》,《社会》第4期。
- 陈拓、吴向然,2021,《手机外卖服务对“90后”初婚人群家庭功能感知的影响》,《未来传播》第6期。
- 蒋俏蕾、王鸿坤、陈宗海,2023,《社交媒体信息获取对育龄女性生育意愿的影响——基于主动寻求信息和偶然接触信息的比较研究》,《中国人口科学》第

1 期。

李婷、郑叶昕、闫誉腾,2022,《中国的婚姻和生育去制度化了吗?——基于中国大学生婚育观调查的发现与讨论》,《妇女研究论丛》第3期。

刘河庆、梁玉成,2023,《透视算法黑箱:数字平台的算法规制与信息推送异质性》,《社会学研究》第2期。

Morketing,2019,《我们调查完 2242 位 00 后,描摹了他们的 App 行为全景图》,https://www.morketing.com/detail/8865。

蒲艳萍、张岚欣、袁柏惠,2023,《互联网使用与女性生育意愿——兼论中国女性生育意愿的结构性降低》,《山西财经大学学报》第3期。

齐亚强,2014,《自评一般健康的信度和效度分析》,《社会》第6期。

邱磊菊、冯宜强、史宇鹏等,2022,《互联网使用会影响居民生育意愿吗?》,《人口研究》第3期。

邱泽奇,2022,《数字社会与计算社会学的演进》,《江苏社会科学》第1期。

QuestMobile 研究院,2023,《QuestMobile 2023“00 后人群”洞察:月活 1.5 亿的“原生数字生活模型”,月人均使用 173 小时,二线城市占 50.6%》,https://www.questmobile.com.cn/research/report/1663445275258228738。

田宇,2022,《中国互联网发展报告(2022)——中国社交平台发展状况》,https://www.isc.org.cn/article/13926993419169792.html。

涂炯、王瑞琳,2019,《在失控与控制之间:新技术嵌入下青年人的日常健康实践》,《中国青年研究》第12期。

王天夫,2021,《数字时代的社会变迁与社会研究》,《中国社会科学》第12期。

王卫东、王术坤、刘晓红等,2021,《互联网使用与农村居民的性别角色观念》,《劳动经济研究》第3期。

吴玥、刘艺萱、孙源南,2022,《使用社交电商类 APP 对于青年女性的物质主义价值观的影响》,《新闻与传播评论》第3期。

赵一璋、王明玉,2023,《数字社会学:国际视野下的源起、发展与展望》,《社会学研究》第2期。

郑真真,2014,《生育意愿的测量与应用》,《中国人口科学》第 6 期。

Hampton, K. , 2017, “Studying the Digital: Directions and Challenges for Digital Methods.” *Annual Review of Sociology* 43(1).

Potarca, G. 2021, “Online Dating Is Shifting Educational Inequalities in Marriage Formation in Germany.” *Demography* 58(5).

Treem J. , S. Dailey & C. Pierce et al. 2016, “What We Are Talking about When We Talk about Social Media: A Framework for Study: Social Media.” *Sociology Compass* 10(9).

编委会主任：高岩

编委会副主任：夏桂华 赵玉新

吕鹏（中国社会科学院）

编委：尹航 冯仕政 冯全普

（按姓氏笔画排序）吕鹏（中南大学） 吕冬诗

朱齐丹 汝鹏 苏竣

李正风 来有为 肖黎明

邱泽奇 何晓斌 宋士吉

陈云松 陈华珊 郑莉

孟小峰 孟天广 赵万里

赵延东 胡安宁 袁岳

黄萃 梁玉成 董波

曾志刚 蔡成涛 璩静

青年编委：丁奎元 王磊 叶瀚璋

（按姓氏笔画排序）邢麟舟 向维 刘灿辉

刘松吟 刘春成 刘晓波

安博 许馨月 孙宇凡

李子信 李天朗 李晓天

吴雨晴 何丽 邹冠男

张咏雪 张承蒙 陈茁

陈典涵 林子皓 周雪健

周骥腾 郑李 胡万亨

茹文俊 贺久恒 贾雨心

郭媛媛 黄可 梁轩

曾晨

编辑团队

主编：郑莉

编辑部主任：吴肃然

编辑部成员：林召霞 王立秋

李昕茹 李天朗

岳凤

主管单位：中华人民共和国

工业和信息化部

主办单位：哈尔滨工程大学

出版单位：哈尔滨工程大学

出版社

地址：哈尔滨市南岗区

南通大街 145 号

国际标准连续出版物号：

ISSN 2097-2091

国内统一连续出版物号：

CN 23-1615/C

印刷单位：哈尔滨理想印刷有限公司

创刊年份：2022 年

出版日期：2023 年 9 月 10 日

发行单位：哈尔滨市邮局

订阅处：全国各地邮电局

邮发代号：14-375

发行范围：公开发行

定价：45.00 元

投稿指南

本刊面向海内外学者征稿，欢迎社会科学及交叉学科的专家学者惠赐稿件。请在来稿首页写明文章标题、作者简介（姓名、工作单位全称、联系电话、详细通信地址、电邮地址等）。文稿需完整，包括标题（中英文）、作者姓名、作者单位、摘要（300 字左右）、关键词（3—5 个）、正文、参考文献等。所投稿件如受基金资助，请在标题上加脚注说明，包括项目全称和项目批准号。来稿请以中文撰写。

稿件采用他人成说的，须在文中以括注方式说明出处，并在篇末列出参考文献；作者自己的注释均作为当页脚注。中外文参考文献分开列出，中文文献在前，外文文献在后，并按音序排列。中文文献参照中文社会科学权威期刊格式，外文文献参照 APA 格式。来稿中的图表要清晰，符合出版质量要求，必要时可单独提供图表压缩包文件。

稿件格式请参考杂志官网（<http://www.jis.ac.cn>）“下载中心”中的稿件模板。

投稿方式：请登录杂志官网投稿系统（<http://www.jis.ac.cn>）进行投稿。

编辑部联系方式

地址：黑龙江省哈尔滨市南岗区南通大街 145 号哈尔滨工程大学主楼北楼 N301 室，《智能社会研究》编辑部

邮编：150001

电话：0451-82588881

E-mail: mailto:jis@163.com

著作权使用说明

本刊已许可中国知网等网络知识服务平台以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含网络知识服务平台的著作权使用费，所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。