

当代社交媒体对青年女性生育意愿的影响

——以抖音为例

舒兴艳

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2023年6月30日; 录用日期: 2023年8月4日; 发布日期: 2023年8月16日

摘 要

根据第七次全国人口普查的结果显示, 我国人口数量较第六次全国人口普查增长率为5.83%, 年平均增长率为0.53%, 可以明显看出人口增速极为缓慢, 据专家推测, 随着时间的推移甚至会出现负增长。面对如此严峻的形势, 我们亟需有效的措施来缓解当前人口问题, 那么首先就要搞清楚是什么原因导致人口增长速率下降, 生育意愿作为生育的首要因素对当前人口形势有着重要影响。当今世界是互联网飞速发展的时代, 近年来, 社交媒体乘着互联网的东风发展得方兴未艾, 社交媒体正在对我们的生活产生不可忽视的冲击。社交媒体上的内容纷繁复杂, 其中不乏对人们生育意愿产生影响的内容, 本文尝试对社交媒体和青年女性生育意愿的关系进行探讨。

关键词

人口形势, 社交媒体, 生育意愿, 问卷调查法, 影响因素

The Influence of Contemporary Social Media on the Fertility Intention of Young Women

—Taking Douyin as an Example

Xingyan Shu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 30th, 2023; accepted: Aug. 4th, 2023; published: Aug. 16th, 2023

Abstract

According to the results of the seventh national census, the population of China has a growth rate

of 5.83% compared with the sixth national census, and the average annual growth rate is 0.53%, which can be clearly seen that the population growth rate is extremely slow, and according to experts, there will even be negative growth over time. In the face of such a grim situation, we urgently need effective measures to alleviate the current population problem, so we must first find out what causes the decline in the rate of population growth. The willingness to have children as the primary factor for fertility has an important impact on the current population situation. Today's world is the era of rapid development of the Internet, in recent years, social media has been developing in the ascendant direction of the Internet, and social media is having a non-negligible impact on our lives. The content on social media is complex, and many of them have an impact on people's willingness to have children, this article attempts to explore the relationship between social media and the fertility intentions of young women people.

Keywords

Demographic Situation, Social Media, Fertility Intentions, Questionnaires, Influencing Factor

Copyright © 2023 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. 概述

1.1. 引言

随着互联网的火热发展, 社交媒体已经深深地渗透到我们的生活中, 对我们的生活产生了重要的影响, 与社交媒体的火热发展相比, 我国的人口增速发展却是持续走低。人口增速下降带来了一系列的人口问题、社会问题, 人口老龄化就是其中一个显著问题, 根据数据显示, 中国人口老龄化比率甚至高于许多发达国家。中国当前的人口形势是严峻的, 不仅表现在人口老龄化, 还表现在人口增速慢, 人口结构不合理, 男女比例失调等方面。为解决人口问题, 国家实施了许多措施: 二孩政策、三孩政策连续开放, 奖励生育政策实施, 但在政策实施后效果仍旧不明显。改革开放后实施计划生育政策, 中国人口不得不进入低速增长阶段, 但是在政策放开后, 人口增速仍旧下降, 这不得不开始思考, 影响中国人口结构的到底是什么因素?

大部分专家认为是社会政策和经济发展水平的双重作用影响了人口增长(Albanesi & Olivetti, 2015), 但不可忽视的是, 随着社交媒体的发展, 尤其是自媒体的发展, 社交媒体已然成为中国人民分享生活和观点, 发表看法和建议的重要工具, 社交媒体在很大程度上能够折射出中国人民的社会观念, 其中也包括生育意愿。生育意愿作为生育文化的集中体现, 对于生育率的影响是举足轻重的, 而生育率的大小直接影响着人口的增长速度的高低。现在, 中国青年人作为生育的主力军, 其生育意愿显得十分重要, 据数据显示, 中国社交媒体用户中青年群体占据绝大部分, 在我探究社交媒体和生育意愿关系之前, 就已经有学者对互联网和生育率的关系做了研究, 而本文则从较小的角度出发, 试着探究当下热门的社交媒体——抖音, 对青年女性生育意愿的影响, 本文之所以选择青年女性作为研究的对象, 是因为在生育行为的选择上女性扮演着更重要的角色, 随着社会的发展女性在生育行为上获得了更多的自由, 拥有了更多的自主权, 通过分析影响其生育意愿的主要因素, 总结生育意愿的发展趋势, 从社交媒体的角度出发, 为解决或是缓解中国人口问题提供些许建议。

1.2. 生育意愿的概念

生育是人类繁衍的重要途径，生育意愿直接决定了生育行为的选择，生育意愿对一个国家和地区的人口水平和人口发展有着决定性作用。

生育意愿是指人们关于生育行为的态度和看法，它包括三方面：一是是否生育子女及其原因；二是生育几个子女为理想子女数；三是生育什么性别的子女。是否生育子女是生育意愿的首要因素，决定着生育与否和生育率的高低，也直接影响着人口数量的增长与否。而生育子女的数量，在特殊时期，因为人口政策的不同，大部分家庭在生育数量会上有所不同，60、70年代的那一批人，兄弟姐妹会有很多，三四个是正常，更有甚者达到七八个，而在实施计划生育后，大部分家庭的生育数量急速减少，仅仅育有一两个子女。关于生育性别，由于中国历史上拥有相当长时期的封建男权社会，男性社会地位普遍高于女性，就算结束了封建王朝的统治，中国人民在很长时间内一人有浓厚的男尊女卑的封建思想，哪怕是到了现在，男性社会地位高于女性也仍旧是普遍状况。虽然随着社会的发展，人们逐渐意识到男女平等的问题，但是男性至上的观念仍旧占据主流，所以在生育性别的选择上，大部分的家庭会选择生育男性，这也就导致了当今中国男女比例不协调的问题。

关于生育意愿的三个方面，本文着重探讨的是第一方面，是否选择生育及其原因。

1.3. 研究方法及意义

1.3.1. 研究方法

为研究抖音对青年女性生育意愿的影响，本文采用问卷调查法及网络观察法进行研究。问卷设计内容除了基本信息以外还涉及对生育的态度及其原因、是否改变过生育意愿、是否使用社交媒体、是否使用抖音、抖音是否对你的生育意愿产生影响等等。通过在网络上发放问卷，收集问卷，最后对问卷进行汇总数据分析，得出关于抖音对青年女性生育意愿的影响。

网络观察法，主要是通过我对于抖音平台用户的评论进行观察和总结，得出一些用户关于生育的态度和想法。

采取两种方式的结合，通过理性的数据分析和观察，得知关于中国青年女性目前的生育意愿情况以及社交媒体在其中发挥的作用。

1.3.2. 研究意义

人口是国家或在地区发展的源泉，人口数量的多少代表着拥有的内部市场的大小，我国作为世界人口大国，在短短几十年的时间里，能够得到如此迅速的发展离不开国内庞大的市场，甚至在金融危机时能够将风险降到最低也离不开国内市场的内销。但随着中国社会的飞速发展，尽管人口数量仍是世界第一，但人口素质却逐渐降低，老龄化日趋严重。经济的发展需要刺激消费，当前中国大部分的资产掌握在老年群体中，但是自古以来，中国人趋向于保守，老年人更是如此，储蓄胜过投资，中国老龄化加剧，经济发展得不到刺激，经济活力就会下降；其次，中国人口增速降低，劳动力不论是数量还是质量都会随着降低，缺乏可持续的劳动力，经济发展便难以维系；最后是社会保障问题，中国人口老龄化严重，社会保障必然增加投入，国家财政压力增大，加上过去几年疫情的影响，中国财政问题也不容忽视。

人口因素不仅是重要的经济因素，也是重要的国家安全因素。国家安全从古至今都是首要安全问题，我国是世界上最大的发展中国家，拥有绝对的人口优势，当今世界虽然主基调是和平与发展，但仍然存在局部的动荡，对于国家安全必须时时提高警惕。国家拥有高质量的人口是国家安全的重要保障，中国目前拥有世界最大的人口规模，但是人口形势却不容乐观，提高人口质量也是解决中国人口问题的必然之举。

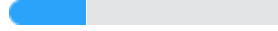
总而言之，人口问题对于国家发展来说不仅是经济问题也是战略问题。而提高人口质量最直接最有效的方式就是提高人口数量，而人口数量的提高依赖于人们的生育意愿。解决人口问题，就是要提高人们的生育意愿，研究社交媒体对青年女性生育意愿的影响有利于探究时代背景下青年女性生育意愿的发展趋势，也有利于利用社交媒体发展得如日中天的优势，为缓解人口问题提供解决途径。

2. 生育意愿的主要影响因素

关于生育意愿影响因素的研究，主要有三个理论视角：结构主义分析视角、社会心理学视角、生物人口学视角(吴帆, 2020)。结构主义分析方法关注社会经济、制度、文化和宗教信仰等结构性因素对个人生育意愿和生育行为的影响；社会心理学视角主要有三个理论支撑：计划行为理论、动机序列理论和接合行动理论。计划行为理论是社会心理学用来解释和预测人类行为的理论(Ajzen, 1991)，后来应用于生育意愿研究；动机序列理论，强调性格对生育意愿和生育行为的影响。该模型把生育意愿看作一个复杂决策过程，生育是一系列因素递次转换的结果；计划行为理论以理性算计为前提，把生育行为视为一种深思熟虑的结果，但实际上有许多人怀孕和生育并非按意愿行事。关于生物人口视角，生物人口学认为，人类行为是受基因控制的生物学过程，生育行为也不例外。在本篇文章中，我们仅从结构分析主义视角和社会心理学视角出发，选取一些具体的、有代表性的因素：生活压力、教育水平、社交媒体、家庭、伴侣和国家政策分析其对青年女性生育意愿的影响，但我们的重点是探讨社交媒体和青年女性生育意愿之间的关系。

根据问卷调查显示，见表 1，在被调查的群体中，仅有 29.03%的人选择愿意生育，有 43.87%的人选择不愿意生育，而有 27.1%的人生育意愿待定，由此可以得出，当前有大部分的人不愿意生育，这对国家人口发展来说是十分不利的。尽管问卷数据不能全然代表实际情况，但仍然能从中窥探到青年女性对于生育的看法和态度。

Table 1. Current attitudes towards having children
表 1. 目前对生育孩子的态度

选项	小计	比例
愿意	45	 29.03%
不愿意	68	 43.87%
待定	42	 27.1%
本题有效填写人次	155	

2.1. 生活压力

众所周知，自改革开放以来中国的经济发展十分迅速，发展至今也取得了重要的成果，2020 年中国进入全面小康时代，实现全国贫困人口的全部脱贫，经济形势一片大好，但是中国人均收入依然低于世界平均水平，贫富差距过大依旧是中国的显著问题。都市生活节奏加快，生活压力增大，在城市生育孩子的成本增大，不仅要支付高昂的生活成本还要为孩子教育支出大量资本，在中国教育的大环境之下，孩子的教育成本只会越来越高，“卷”已经成为都市人的常态。在都市之中，时间和金钱总是只能选择其一，而二者都是生育的必要条件，并且在疫情的影响之下，中国的就业市场也处于低迷时期，没有就业就没有收入，或者是没有相对较高的收入，无法承担来自生活的压力，生育意愿自然而然就会降低。在问卷的填写结果中，就有 71.01%的人因为生活压力而改变生育意愿。

2.2. 教育水平

此外随着中国人民的受教育水平有了相当大幅度的提高,人们对于问题的看法和观念也随着有了变化,上世纪乃至本世纪初,大部分人仍旧认为不生育就是大逆不道,甚至古语有云:“不孝有三,无后为大”,但随着教育水平的提高,人们逐渐从过去的观念中解放出来,教育女性赋权的重要方面(吴帆, 2020),对于生育的态度越来越尊重女性自身的想法。曾经有个热搜事件,舞蹈家杨丽萍因为热爱跳舞终身未生育,这件事在各大社交媒体上引起轩然大波,有人批评杨丽萍自私,剥夺了孩子来到世界的权力,也有人认可杨丽萍的做法,追求热爱的事并且没有侵犯他人利益这是无可厚非的。实际上,女性在这个社会上的价值绝仅仅是只作为一个母亲,她可以选择成为一个伟大的母亲,也可以选择成为任何一个自己,作为一个独立的个体有权选择成为什么样的自己。教育水平的提高,让更多的女性可以更加客观和理性地看待自己和世界,也明白男女平等,大家都不必被定义,也不必被世俗裹挟,生育是自由的,可以被选择也可以被放弃,这是教育水平提高带给女性和生育的和解。

2.3. 社交媒体

关于社交媒体,是本文的重点。社交媒体作为当代信息量流通最大的平台,对人们的生活有着重要的影响,社交媒体的存在实现了更大范围、更高效的信息传播,使得人们接收到越来越多的信息,从而对之前的观念产生动摇,甚至对没形成固定价值观的群体进行价值塑造,生育意愿也在其中。在调查问卷结果中,被调查的青年女性中有 47.83%的生育意愿因为社交媒体发生改变,可以看出社交媒体对于青年女性生育意愿有着重要影响。社交媒体作为信息传播平台,其信息种类繁多,关于其传播的内容,会以主流社交媒体——抖音为例,在后面做出详细的分析,社交媒体和生育意愿的关系也会做出一定的分析。

2.4. 家庭因素、伴侣因素、国家政策

在列举的各种影响生育意愿的各种因素里,家庭因素、伴侣因素(王猛,梁闻焰,黄妍妮, 2017)和国家政策应该都是比较直接的因素。中国是一个拥有悠久历史的国家,在中国的传统之中,“香火”的延续十分重要,这种观点不仅影响着人们的对生育与否的态度也影响着生育孩子的性别的选择。中国的传统家庭中,父母对子女的人生有很大的掌控权,小的时候掌控子女的学习,大一点的时候掌控其工作,再大一点开始催促其结婚,结婚后又开始催促其生孩子,周而复始,一代又一代的人重复着这样的人生轨迹,在中国的家庭伦理道德中有要求孝顺父母,大多数情况下,孝顺和听从父母的安排划上了等号,于是在生育问题上,很多人受到来自家庭的压力。根据问卷调查的结果显示,被调查的人群中,有 46.38%的人因为家庭原因改变过生育意,可见家庭原因对生育意愿也有重要影响。其次是伴侣因素,生育是两个人的事情,任何一方的意见都会对生育意愿产生影响,如果伴侣中任何一方不愿意生育,那么生育行为是无法进行下去的,所以伴侣因素也是影响生育意愿的重要因素。至于国家政策,这是最显著的影响因素,中国能有现在的人口规模,国家政策起到了至关重要的作用,中国解决人口问题首要采取的措施就是颁布国家政策,二孩、三孩、生育补贴等等政策就是为解决人口问题提出的措施,在过去,人口政策确实可以有效的解决人口问题,但是随着的社会的发展,影响人们生育意愿的因素日趋多样,相比之下国家政策的拉力就显得不够强大。

当然,除此之外,还有很多因素对人们的生育意愿存在影响,但所列举的几个因素已经占据了大部分原因,见表 2,关于其他因素就不一一赘述了,本文主要探讨的是社交媒体对青年女性生育意愿的影响。

Table 2. Factors changing the fertility intentions of young women
表 2. 改变青年女性生育意愿的因素

选项	小计	比例
生活压力	49	71.01%
教育	40	57.97%
各种社交媒体内容	33	47.83%
家庭原因	32	46.38%
伴侣因素	24	34.78%
国家政策	15	21.74%
其他	5	7.25%

3. 社交媒体发展现状及抖音使用概况

3.1. 社交媒体发展现状

伴随着我国互联网技术的发展与精进，中国网民数量占比相比之前有了质的飞跃，有数据显示，截止 2021 年 12 月中国网民规模达到 10.32 亿，互联网普及度高达 73%，网民数量呈现出滚动式增长的态度，这也就意味着，中国人民使用互联网人数之多，而对于网民定义是平均值每周使用互联网一个小时的人，这反映出中国人民使用互联网频率之高，互联网的飞速发展，为新媒体的产生奠定了深厚的用户量基础，互联网的发展也成为了社交媒体诞生的催化剂。社交媒体是基于新的技术支撑体系而出现的生产、传播、更新信息的载体，人们在社交媒体上分享生活和进行社交，这已经成为现代人的常态，这种社交形式的变化也助力了社交媒体的产生与发展。除此之外，随着经济水平的提高和科技水平的发展，移动客户端的普及和数据运营商改造升级使得随时随地上网成为现实，这为社交媒体的发展提供了有利条件，并且随着大数据时代的到来与发展，社交媒体的发展更是已经形成燎原之势。可以说当代社交媒体掌握着中国流量的大头，未来可能也依旧如此，掌握社交媒体的风向也是社会发展必然之举。

3.2. 抖音的使用概况

在问卷调查的结果中显示有 44.52% 的人改变过生育意愿，其中 47.83% 人因为社交媒体改变自己的生育意愿，而根据问卷调查的数据显示，见表 3，填写问卷的人全都有使用社交媒体的习惯，只是使用的社交媒体不同，并且接受问卷调查的群体大部分是青年女性，尽管问卷调查的结果并不能完全代表中国全部青年女性对社交媒体的使用情况，但很大程度上能够成为一个大范围社交媒体使用情况的缩影，即中国人，至少中国青年女性几乎都使用社交媒体，社交媒体的覆盖率几乎达到 100%。现代人生活节奏快，碎片化时间多，抖音正是利用这一点，以 15 s 的短视频为突破口，打开了自己在社交媒体上的市场，随着抖音的发展，抖音平台拥有的流量越来越大，现在的抖音已经不仅仅是刚开始那个单纯的短视频平台了，随着各种官媒入驻抖音和各个明星的加盟，抖音成了名副其实的流量集中地，抖音上的内容也逐渐变得纷繁复杂，抖音逐渐成为最流行的社交媒体之一，在问卷调查的结果中，使用抖音的人数占据 58.28%，抖音在社交媒体领域有着不可撼动过的地位，抖音对人们的生活已经造成了巨大的影响，无论是生活方式、职业规划还是价值观、世界观等等，在不知不觉中，刷抖音已成为了人们日常生活中的一部分，所以本文选择抖音这个流量最大的社交媒体进行研究。

Table 3. Social media usage status
表 3. 社交媒体使用状况

选项	小计	比例
抖音	88	58.28%
微博	118	78.15%
小红书	87	57.62%
快手	17	11.26%
其他	33	21.85%
本题有效填写人次	151	

4. 抖音不同视频内容的影响

根据问卷调查的结果显示，社交媒体上的内容会对用户的生育意愿产生影响，为研究抖音对青年女性生育意愿的影响，在问卷中对抖音视频内容进行了分类，对青年女性生育意愿的影响做分析，主要从以下几个和生育意愿相关联的角度进行，见表 4：

Table 4. What kind of video content it is affected by
表 4. 受到何种视频内容影响

选项	小计	比例
社会新闻	109	72.19%
婆媳关系	81	53.64%
爱情相关问题	99	65.56%
亲子视频	74	49.01%
医疗护理问题	72	47.68%
其他	14	9.27%
本题有效填写人次	151	

4.1. 社会新闻报道

首先是社会新闻报道。前文提到，当今很多官媒已经入驻抖音，官方媒体对于社会新闻的报到是最具权威性的，对于社会新闻的报道，尤其是关于家暴和家庭刑事案件的报道在很大程度上会造成人们对于结婚和恋爱的恐惧。抖音的发展对社会现象的揭露是迅捷而高效的，或许在抖音发展起来之前，家暴和家庭刑事案件不比现在少，但是在抖音迅速发展起来之后，对于各种社会现象的揭露让我们更加清楚地看到中国的家暴情况并不在少数，甚至大部分女性都生活在家暴的水深火热之中。在过去的 2021，仅我关注的圈子就有不少于 5 位网红受到家暴，社交媒体的发展让流量大的博主得以曝光家暴这种恶行，在那些没有爆出来的地方又有多少人处在家暴之中，这是不得而知的。且在过去一年的社会新闻中不止一次地出现了谋杀配偶和关于出轨的新闻：杭州保姆纵火案的真相、杭州下水道发现碎尸块、百万博主老公出轨劈腿，这种类型社会新闻的出现无疑会影响人们对于婚姻的看法，在视频底下的评论区看到的评论皆是恐婚恐育。

在问卷结果中,因为社会新闻报道生育意愿改变的比例为 72.19%,足以见得社会新闻报道的巨大影响。抖音作为主流的社交媒体,当前对于社会新闻的报道多数呈现出负面的倾向,因为负面的信息更能夺得人们的关注,而负面信息会加重接受者的心理负担,这无疑会使其产生对情侣关系和婚姻关系产生畏惧,而在两种关系中,女性出于弱势地位,当大量接收到相关的负面信息时,自然产生消极的态度,认为婚姻和家庭多是如此,进而选择不结婚不生育。

4.2. 婆媳关系、亲子关系

事实上,社会新闻不仅仅是这两种类型,关于婆媳关系、亲子关系的话题也仍旧影响着人们的生育意愿。尤其是婆媳关系,在中国自古以来就是横亘在家庭关系里的一块大石,婆媳关系直接关系到家庭的和睦程度,恶劣的婆媳关系对于家庭婚姻具有强大的破坏能力。作为二者之间的中介,家里丈夫的角色起到至关重要的因素,而在社会新闻中,很少有能将二者关系处理好的丈夫,甚至在其中还有部分“妈宝男”,这使得好妻子的角色更加难以扮演,老一辈沿袭下来的传统育儿经验和子代通过网络获取的育儿知识相冲突可能会引致更多的家庭矛盾,进而抑制个体生育意愿(王小洁,聂文洁,刘鹏程,2021)。关于亲子关系亦然,不是没一个孩子都纯真可爱乖巧,也不是每一个人都能接受小孩的无端哭闹,对于网络上纷繁复杂的育儿资讯及其伴随的育儿焦虑有着更加深刻的感触和体验,这种信息成本的增加进一步加重个体的身心负担,导致其生育意愿大大降低。

就抖音呈现的内容而言,关于婆媳关系和亲子关系的视频内容并不都是负面信息,但恶劣的婆媳关系和“熊孩子”的视频流量会更多,因为人们往往对负面信息更加敏感,而现在信息的接受者大多通过视频接收信息,这是片面的,就导致接受者产生偏差继而产生悲观态度。在问卷结果中,有 53.64%的人因为婆媳关系的视屏内容改变过生育意愿,49.01%的人因为亲子关系改变过生育意愿,明显可以看出婆媳关系和亲子关系对受调查者生育意愿有重要影响。

4.3. 爱情问题

其次是近年来流行的抖音短剧。通过观看大量的抖音视频,短剧形式的视频话题多是关于爱情,而爱情作为婚育的基础,在问卷调查中也显示出对于生育意愿的重要影响。在问卷调查中,有 65.56%的人表示社交媒体展现出的爱情对其生育意愿有影响。爱情涵盖的东西太多,包括对方是否爱自己,是否对自己付出,是否不会变心,是否忠贞,是否能够一直在一起等等,抖音短剧呈现出的爱情也不过是其中之一,或是甜蜜美满、或是遗憾收场、或是破镜重圆。追逐爱情是大部分年轻人都会做的事,而青年女性在没有形成成熟的爱情观之前接触到爱情价值观输出的内容,对其养成价值观是一件重要的事,抖音用户的活跃群体大多是当代大学生,大学生在观看大量抖音视频之后会不知不觉被视频所展现出的内容所影响甚至所引导。通过数据对比,发现爱情的悲剧比喜剧更能吸引用户,或许是悲剧更容易获取同情或者是更容易引起共鸣,但是悲剧更容易使人陷入悲伤的情绪无法自拔,从而影响到结婚意愿及生育意愿。

并且,随着时代的发展,人们对于爱情的包容度正在逐渐发生变化,不同的性别认知群体逐渐走进人们的视野,甚至一度成为抖音的流量密码,抖音发布的部分视频,不论发布者是有意识还是无意,在视频中都含有同性爱情的信息。抖音的使用用户当中未成年群体也不占少数,他们尚未形成成熟的价值观和世界观,对于特殊的内容总是抱有强烈的好奇心,甚至以此为时尚而产生错误的尝试行为。并不是反对不同性别取向的爱情,对于不同的性别认知群体,正确的看法应该是不歧视,不妄论,不推崇,不同的性别认知群体若是成为一种流行趋势,必然对国家和社会造成影响,爱情是崇高的,性向是自由的,可是一旦因为潮流而追逐性向的特别,就不是真正的爱情,这样的爱情也必然是可悲的。

4.4. 医疗科普及其他

再次是关于生育医疗的科普视频。相信大家一定在抖音看过男性体验分娩过程、女性妊娠纹、产后后遗症、产后抑郁的视频。女性生产时的疼痛等级是大部分男性难以忍受的，随着科技的发展，男性得以体验女性分娩时的痛苦，部分男性可能会因此选择不生育；而女性作为生育的主体，生育过程的痛苦更是难以想象的，不仅是分娩时还有分娩前后，前有妊娠反应，后有后遗症和产后抑郁。社交媒体发展至今，越来越多的人在上面分享有关生育的现实医疗问题。如果没有足够的生育全过程的保障，生育前的反应十分痛苦，生育的过程更是苦不堪言，产后的保养又十分麻烦，这一列的过程都足以让很多人产生恐育想法。加之，如今社会包容度扩大，生育也不再是女性必要的使命，选择生育的自由更大程度上落到女性身上，而随着女性独立意识和个人意识的觉醒，接收到此类视频时，趋利避害的会选择不生育。

最后是一些颜值类的视频，其对青年女性的生育意愿影响不大，最多是因为追逐美貌会选择不生育来减缓衰老，但持这种想法的人并不多，所以就不做过多的分析，对于其他未提及的视频种类，本文暂时没有研究。

5. 结论与建议

5.1. 总结与结论

在人口转变过程中，个体生育意愿不高不仅直接导致国家人口数量、人口结构及人口质量的变化，而且还会间接影响到国家创新和消费能力，可能给一国经济发展和文明传承以沉重打击。探究生育意愿的影响因素，助力人口转型升级成为当前研究的重要方向。本文结合我国具体情境，实证探究社交媒体的使用对个体生育意愿的影响。研究结果表明，使用社交媒体之后个体生育意愿会降低，见表 5。

根据问卷的最后一个问题可以直接证明这一结论可信度，即在受到社交媒体影响之后生育意愿发生了什么样的变化，结果显示有 56.29%的人选择了生育意愿下降。抖音作为时下最流行社交软件，视频内容包罗万象，通过其内容分析发现，影响人们生育意愿的因素很多，无论是正向的影响还是负向的影响，二者之间的一定存在着相关关系，而在最后的问题上明显接受调查的人中受到的负向影响更多。

Table 5. Changes in fertility intention
表 5. 生育意愿变化

选项	小计	比例
上升	18	11.92%
下降	85	56.29%
不变	48	31.79%
本题有效填写人次	151	

社交媒体在影响人们生育意愿中发挥着什么样的作用呢，自然是引导和塑造。占据社交媒体的账号大多是自媒体账号，自媒体账号创建的门槛低，创作内容自由，正因为如此才会有大量的人参与到网络互动中来，庞大的用户使用量和日均活跃用户量使得平台不得不对创作者需要发布的内容进行严格的审核，只有符合规定才能发布，严格的审核制度提高了社交媒体内容的质量，高质量的信息内容会产生高质量的影响。在引导大众方面，媒体一直有着不可或缺的重要性，无论是过去的纸质媒体还是现在的新媒体，引导和制造舆论，媒体都稳坐在第一把交椅之上，所以当今社交媒体在引导人们价值观方面依然发挥着重要作用。而当今社交媒体用户的平均年龄都比较小，尤其是抖音等短视频平台，视频时间短、

内容吸睛,用户群体年纪偏小,抖音视频内容的发布对于年纪较小的用户来说有着塑造价值观的作用,很多年轻人会对高赞视频的内容进行模仿和推崇,如果对于视频内容没有足够的甄别能力的话,很有可能会产生年纪不符的想法和行为,之前所说的对不同性别认知群体的追捧就是其中之一。尽管现在各个社交媒体都设置有青年模式,但是选择是否打开青年模式的主动权依旧在用户手中,而大部分用户不会选择打开青年模式,这让青年模式形同虚设。

社交媒体是人们表达和分享观点的地方,人们享有充分的自由,但社交媒体的内容毕竟是全网共享的,对任何使用社交媒体的人来说都会对其意识观念产生一定的影响,所以掌握社交媒体发展的动向,把准风向才能有效引导和塑造用户的意识形态。

5.2. 意见和建议

调查的结果显示在使用社交媒体之后,人们的生育意愿降低,虽然结果是负向的,但从另一个角度来说,社交媒体可以影响生育意愿,就可以从这下手,利用社交媒体使用的普遍情况对生育意愿进行正向的引导和塑造呢,以下将从几个方面从抖音的角度出发提出一些仅供参考的意见和建议。

首先是对于抖音的环境,抖音等社交媒体应该加大对视频内容的审核和管理,营造良好的网络环境,在不知不觉中对人们的思想观念造成潜移默化的影响。抖音视频的内容复杂多样,视频质量良莠不齐,一些视频出现的不良风气应该受到抵制,比如出现的炫富视频。我国经济水平飞速发展,但是收入水平之间仍然有很大差距,接受到来自短视频的炫富视频信息冲击,对比现实会产生巨大落差,社会期待降低,生活压力增大,从而降低生育意愿。

其次是关于平台服务的质量,抖音应该提供更加专业和更加高质的服务。近年来,随着无脑各种营销号的出现,抖音视频内容可信度、实用性甚至是权威性逐渐下降,“贩卖各种焦虑”的视频层出不穷,平台对于此类视频的把控力度不够。就生育意愿而言,“育儿焦虑”是使生育意愿降低的一大因素,抖音应该以优质的育儿资讯和服务为核心,及时给予公众客观、科学、权威的育儿信息,降低信息搜寻和辨别成本,对“贩卖焦虑”型育儿舆论予以积极疏导(王小洁,聂文洁,刘鹏程,2021)。

最后是抖音内容投放的精准程度,抖音用户年龄分层大,针对不同年龄的内容投放应该是有所差异的,这样才能确保视频内容的合理性。合理的世界观价值观是社会发展的重要意识指导,抖音在引导和塑造价值观方面有重要作用。针对年纪较大的群体,可以为其推送符合时代的教育知识,改善亲代与子代的知识积累差距,补齐育儿信息普惠短板,缩小代际“数字鸿沟”(李飏,赖德胜,高曼,2021);针对青年女性则可以多多推送积极向上的视频内容,可以是甜蜜的爱情记录、可以是温馨的家庭生活,也可以是充满快乐的亲子互动,增加人们对生活的积极性,调动用户对生活的向往,降低生活焦虑,减少心里压力;而针对未成年群体则不要过多的推送不合时宜的视频内容,此前关于不同性别认知群体的视频是其一,其他的负面信息是其二,过早接触这些信息不利于形成健康的人格和积极的人生态度。

综上所述,希望社交媒体能够发挥更多的作用,对青年女性的生育意愿产生正向的影响。

参考文献

- 李飏, 赖德胜, 高曼(2021). 互联网使用对生育率的影响研究. *南方人口*, 36(2), 65-80.
- 王猛, 梁闻焰, 黄妍妮(2017). 女性生育意愿及其实现——基于互联网问卷调查数据的实证研究. *华中科技大学学报(社会科学版)*, (4), 110-118.
- 王小洁, 聂文洁, 刘鹏程(2021). 互联网使用与个体生育意愿——基于信息成本和家庭代际视角的分析. *财经研究*, 47(10), 110-124.
- 吴帆(2020). 生育意愿研究: 理论与实证. *社会学研究*, 35(4), 218-240.
- Ajzen, L. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Albanesi, S., & Olivetti, C. (2015). *Gender Roles and Medical Progress*. FRB of New York Staff Report No. 720.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2587272>