

社交媒体中青年群体婚恋观的网络话语分析

邹丹凤

西南民族大学新闻传播学院, 四川 成都

收稿日期: 2024年10月20日; 录用日期: 2024年11月29日; 发布日期: 2024年12月6日

摘要

本研究基于微博平台, 采用语义网络分析方法, 对2022年1月至2024年6月间含“恋爱”“单身”“结婚”等关键词的评论进行话语分析。研究发现, 青年群体婚恋讨论围绕“婚育相关法律与政策”“婚育成本”“社会压力与风险”“个体相关因素”四大议题, 表达了对婚恋的复杂情感与态度。经济压力、职场性别歧视、传统性别角色认知等社会因素影响了青年的婚育意愿。尽管婚育观念多元化, 但传统婚姻家庭观依然有较大影响。为了需要形成国家-企业-家庭的三方协同机制, 减少婚育的机会成本, 提高青年群体的婚育意愿。

关键词

社交媒体, 婚恋观, 语义网络分析, 情感传播

Semantic Network Analysis of Young People's Views on Marriage and Dating in Social Media

Danfeng Zou

School of Journalism and Communication, Southwest Minzu University, Chengdu Sichuan

Received: Oct. 20th, 2024; accepted: Nov. 29th, 2024; published: Dec. 6th, 2024

Abstract

This study employed semantic network analysis on the Weibo platform to conduct discourse analysis on comments containing keywords such as “romance”, “singles”, and “marriage” from January 2022 to June 2024. The research revealed that discussions among young people regarding marriage and dating centered around four main topics: “laws and policies related to marriage” “costs of marriage and childbirth”, “social pressures and risks”, and “individual-related factors”, expressing complex

emotions and attitudes towards marriage and dating. Social factors such as economic pressure, gender discrimination in the workplace, and traditional gender role perceptions influenced young people's willingness to marry and have children. Despite the diversification of attitudes towards marriage and childbirth, traditional views on marriage and family still had a significant impact. Therefore, there was a need to form a tripartite coordination mechanism among the state, enterprises, and families to reduce the opportunity costs of marriage and childbirth and enhance young people's willingness to marry and have children.

Keywords

Social Media, Marriage and Dating Views, Semantic Network Analysis, Emotional Communication

Copyright © 2024 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. 研究背景

婚恋观，作为个体对恋爱、婚姻、生育以及家庭关系的根本看法和态度，因其影响着社会劳动力水平、老龄化程度和经济发展水平等方面，一直以来都是社会学、心理学和人类学等学科研究的重要议题。低婚恋意愿在当今社会中越来越普遍，尤其是在“Z世代”青年中更为突出，《中国统计年鉴(2022)》的数据显示，截至2021年，我国单身人口已达2.39亿，显示出庞大的未婚群体。与此同时，结婚率逐年下降，而离婚率则稳步上升，进一步揭示了青年群体在婚姻选择上的审慎态度与婚姻稳定性面临的挑战[1]。更为严峻的是，生育率长期低迷的现象。根据国家统计局发布的第七次全国人口普查数据，中国人口在过去十年中保持低速增长，总和生育率已达到历史最低水平1.3，甚至跌入国际学术界定义的极低生育率范畴。

在平台社会时代，社交媒体已经成为个体社交交往和生存的基础设施，也是他们获取信息、表达自我、建立关系的重要平台。社交媒体具有瞬时传播、互动性和匿名性等特点，这也使得社交媒体上的各种婚恋观念在不断交织碰撞。也就是说，青年群体的婚恋观，作为社会结构、历史文化和个人经历的综合体现，正受到社交媒体前所未有的冲击和重塑。简言之，社交媒体已成为婚恋观的“形塑器”。因此，社交媒体平台中的婚恋舆论氛围、婚恋特点及其影响机制正日益成为新闻传播学学科关注的题中之义。

微博，作为一个虚拟的公共交流平台，允许网民打破地域和身份的界限，积极参与各类公共话题的探讨。当青年群体发表与婚恋话题相关的评论时，他们所表达的态度背后往往蕴含着复杂的话语体系，这些话语不仅传递了特定的价值观，还映射了个体在现实生活中的生存状态。因此，本研究将选取微博为研究平台，选取光明日报在2022年1月21日发起“女性终生不婚可能性增加值得反思”这一话题，话题阅读次数为9.5亿，讨论次数为21.6万，互动次数为25.7万。运用Python在微博内容社区中爬取时间段从2022年1月21日至2024年6月6日，含关键词“恋爱”“单身”“结婚”“恐婚”“生育”“恐育”等关键词的评论，对相关发帖进行语义网络分析，通过构建词语之间的关系网络，将人类对抽象概念的认知网络以节点的方式展现出来，以探索青年人“婚恋”态度的情感表达、议题指向及特定价值观。

2. 文献综述

(一) 婚恋观

学界对婚恋观的概念界定已达成共识，婚恋观是特定时期个人或社会对恋爱、婚姻及生育相关问题

的看法,本质上是一种意识形态,青年婚恋观会影响自身的婚恋行为和社会的婚恋现状[2]。婚姻作为一项政治和经济制度,用以将陌生人转变为亲属,即通过创造出广泛的姻亲网络,把合作关系拓展到直系亲属或小群体之外[3]。基于此,过去学术界已经提出诸如“门当户对”[4]、“同类匹配”[5]、“择偶梯度”[6]、“资源交换”[7]等理论,这些理论主要关注如何通过社会地位、经济条件、教育背景等可度量的因素来解释个体的择偶标准和婚配模式。

其次,部分研究聚焦于当前青年群体的消极婚恋意愿这一现象。复旦大学任远团队与“文汇报”的合作调研发现,我国女性的婚姻意愿仅为15%左右,低于男性25个百分点[8]。刘志永等人也指出,“Z世代”青年结婚意愿呈现下降趋势,恐婚人群中,女性占比高于男性;受教育程度越高的群体,恐婚者占比也越高,城市青年恐婚的比例高于农村[9]。靳小怡等人通过研究发现媒体频繁报道高房价、高彩礼等议题,挤压了青年群体的婚恋情感空间[10]。李卓认为明星出轨等事件的不良舆论会对青年群体婚恋观造成负面影响[11]。戴颖洁等人认为女性主义与大众媒体联合,通过负面婚姻案例的媒介渲染,潜移默化地影响了都市青年女性的婚姻观念[12]。但研究基本通过问卷调查和深度访谈的研究方法,以某些具体议题为研究焦点,缺乏整体视角和连贯性。

(二) 社交媒体与情感研究

社交媒体已重塑公共舆论的形态,其中情感的影响力愈发显著,众多引人注目的舆论现象都深深烙印着情感的印记。网络情绪研究主要包括情绪的基本结构和情绪的生成、分享与感染等。首先是从情感/情绪分析的角度出发,探究愤怒[13]、恐惧[14]等情绪对传播效果的显著影响。社交媒体容易成为恐惧情绪放大站,媒介信息会渲染受众面对未知风险时的恐惧情绪,而在虚拟网络场域的聚类中,群体的恐惧情绪会在隐喻暗示中交叉感染与蔓延开来。比如,杨洸等人研究结论认为社交媒体信息中生育威胁的因素远超于生育效能的因素,受到社交媒体信息的影响,人们对于生育表达出较为强烈的消极态度,是生育积极态度的7倍多[15]。其次,大量研究表明,社交媒体极大地促进了人们的情感归属感,是情感而非理性成为数字公众相互连接的动力,情感的力量——而不是有意识的“认知”——可以驱使人类产生新的想法或行动[16]。进而,成伯清等学者从情感社会学和人类学视角认为,情感是历史、社会和文化的产物或建构。对于社会而言,人们通过情感的表达而互动并形成社会秩序[17]。因此,我们不仅要关注婚恋话题中公共舆论的内容和信息传播,更要深入理解其中所蕴含的情感因素,以及它们如何影响社会实践。

总之,过去婚恋话题讨论多聚焦于突发事件或公共政策,难以维持长期关注且易消散。但社交媒体上的婚恋情绪则长期稳定,具有累积效应,深深植根于网民记忆,影响个体实践。社交媒体的持续在线特性使情绪跨越时空相互连接、感染,婚恋情绪扩散日常深入、议题多元、话语丰富,值得进一步研究。具体来说,本研究主要回答的问题是:第一,社交媒体中青年群体婚育观点的网络话语特征是什么?第二,青年群体婚恋的讨论主要指向了什么议题?第三,婚恋情绪话语怎么被实践,又反映了什么社会现实?

3. 婚恋话语的语义分析结果

(一) 关键词的社会网络分析:明显的幂律分布

语料库初步建立后,利用自然语言处理技术,提取与“婚恋”相关的关键词和主题词,分析这些词汇的频率和共现关系,以揭示网民讨论的主要焦点。本研究采用GooSeeker软件对文本进行分词处理、同义词合并(如“女人”与“女性”)和关键词抓取,按频率对关键词进行排序。本研究选取了255个高频词,研究发现婚恋高频词与更广泛的社会议题重叠构筑,堆积了大量情绪性词汇。

为了解整体语义网络,本研究构建 255×255 关键词共现矩阵,并导入Gephi软件进行计算,得到整体语义网络分析图,如图1所示。其次,运算软件得到的结果如下:本文的数据关键词共现网络中语

义网络的平均路径长度为 1.603, 平均聚类系数为 0.671, 模块化系数为 0.096, 表明这一话题的讨论形成了一个关系高度紧密的“小世界”网络关系, 传播网络节点之间连接高度紧密, 基本上所有节点都围绕中心话题展开且内部聚合效果较好, 各节点之间讨论信息和情感交流频繁且相互感染性强。

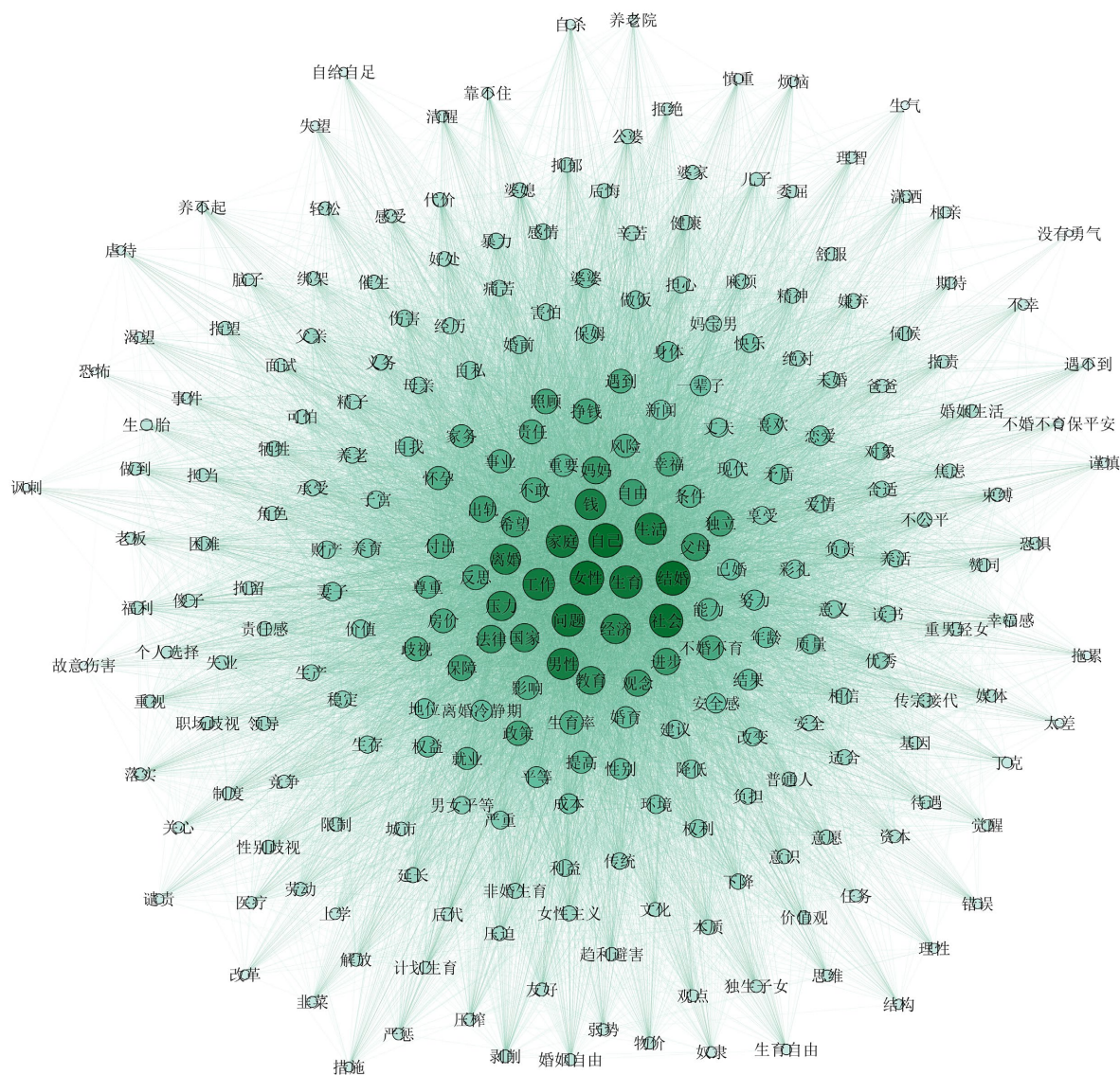


Figure 1. Semantic network analysis of 255 keywords

图 1. 255 个关键词整体语义网络分析

度中心性(Degree Centrality)可以衡量关键词在语义网络中的重要程度, 也可以反映出青年网民的关注焦点, 中心度排名前十的是结婚(256)、自己(254)、女性(254)、社会(249)、问题(243)、生育(242)、家庭(239)、工作(236)、生活(231)、男性(231)。形容词节点作为情感表达的直接载体, 其虽度中心性较低却蕴含了丰富的情感色彩与深层态度, 排前十的是自由(186)、独立(182)、幸福(171)、不敢(171)、重要(151)、平等(140)、努力(133)、矛盾(129)、快乐(119)、自私(112)。话语表达以积极情感倾向为主, 但通过溯源评论原文发现, “幸福”“重要”“平等”的诸多评论其实是带有负面性表达的前缀, 如“不婚不育, 幸福一生”“在婚姻中得不到幸福与保障”“事实证明, 单身更幸福”等。

(二) 基于 LDA 主题模型的议题指向分析

本研究通过 LDA 主题分析得到四个主题类目和每个主题的 30 个关键词,参考学者高荣[18]和学者杨洸[15]对婚育议题的主题分类,最终提炼出相关主题标签:“婚育相关法律与政策”“婚育成本”“社会压力与风险”“个体相关因素”。为理解青年人“婚恋”评论的具体内涵,本文将这四个聚类的主题细化为十个二级主题,从宏观的法律、法规和政策,中观的婚姻成本、家庭关系、生育成本、职业发展与困境和社会负面新闻,以及微观的个人成长经历、自主意识、权利意识三个议题层次,结合主题和关键词,对这一婚育评论的议题指向进行具体分析。

(1) 宏观社会层面:对法律和政策的不满与担忧

第一类议题指向与婚姻问题直接相关的法律,包括“婚姻法和民法典”和“离婚冷静期”两个话题,共占整体语义网络的 28.4%。青年女性更关注这个议题,讨论包括婚姻法、法律、国家、政策、保障等关键词,并鲜明地表达了对现存法律政策的不满和担忧。比如评论“经济条件固然有关,但是社会安全感也占很大的原因,结婚容易离婚难,冒着被杀的风险,被抢走孩子的风险,在此等社会下谁都会越来越谨慎选择,规避风险”。具体政策与女性权益的保障之间出现了鸿沟,具体政策的落实与网民期望之间存在较大差异,部分女性在未进入婚姻之前便表现出强烈的不安全感和不信任感,面对自身权益的威胁,她们可能试图通过远离婚姻加强自身经济建设以谋求更多的话语权和选择权。更有部分女性对婚育的态度甚至从“不婚不育”走向“反婚反育”,表现出明显的对抗情绪。

(2) 中观社会因素层面:生活压力大叠加技术对社会风险的放大效应

第二类议题指向的是介于宏观政策性因素和微观个人因素之间的社会中层因素,两大议题共占整体语义网络的 46.6%。首先是婚姻成本,钱、房、生活、彩礼等关键词体现了男性群体为主所感受到强大的经济物质压力,无奈之下产生了畏惧的心态,担忧“结不起婚”和“养不起家”。其次是女性畏惧复杂的家庭关系,讨论包括矛盾、家务、婆家、婆媳关键词,评论大都聚焦于负面的家庭冲突,不断描绘婆媳关系、夫妻关系和亲子关系之间的张力。相关自我叙述的情感表达大多根植于日常生活经历,因而具备显著的真实感和代入感,引起网友的关注和同情。这种情感的滋生,进一步促使未婚未育的女性群体对潜在伴侣可能带来的风险——如家庭暴力、情感冷漠、育儿责任缺失及不忠行为——产生了深刻的忧虑与不安。

再次是生育成本,讨论包括生育、教育、恐育、成本、身体等关键词。部分女性网民的关注焦点显著偏向于生育过程中身体素质和精神状态恶化的恐惧和厌恶。这些消极倾向的信息在不同媒体平台中反复出现,未婚育主体长期浸润在消极情感的氛围中形成悲观的想象图景,滋生了对于生育的恐惧,甚至引发了焦虑、害怕等普遍泛化情绪。男性更多提到抚育孩子需要的经济基础,高价学区房、教育和医疗等方面的经济成本。如“要让孩子住得舒适、要给孩子提供好的教育资源、要让孩子享受好的医疗条件,但每件事都很难做到”。

第四是职业发展的期待与困境,话题讨论包括工作、产假、事业、歧视等关键词。研究发现,女性群体渴望获得事业发展与突破,但因性别因素遭受隐性的职场歧视,职业女性在工作与家庭双重角色中不得不面对的严峻挑战。男性群体讨论的重心在于 996 加班文化、职业竞争过大,以及个人时间和精力缺失。如“女性到了生育年龄,面试会问婚育情况,已婚未育直接 pass”“加班太多,没时间考虑结婚,更不可能生孩子”。

最后是媒体负面报道。包括出轨、拘留、新闻、家暴、判刑等关键词。相关讨论聚焦于近几年引发过热议的负面新闻报道,如“林生斌杀妻事件”,极端新闻事件往往能够迅速吸引公众的注意力并引发广泛讨论和情感共鸣。从传播效果来看,过多的负面信息和报道引发了个体的“警钟效应”,加重了女性的警惕心理,对选择伴侣更为慎重,甚至产生“恐男”情绪。媒体报道具有铺垫效果(Priming Effect),过

往媒体报道的先导性负面信息和消极情绪会显著影响女性群体对婚育议题的认知。不良网络新闻带来的负面认知,激发了她们“趋利避害”的本能,对婚育持谨慎的态度。

(3) 微观个人因素层面:自主意识和个体权利意识的增强

第四类议题指向青年群体自身,是对婚育意愿个体层面的表达,占语义网络的25%,可以最直观地观察网民更为具体、微观的议题指向。首先是个体自主意识的增强,以自己、独立、享受、自由等关键词为代表。这部分青年虽然对恋爱、结婚并不排斥,但他们并不会为了寻找“另一半”特别努力,而是持一种随遇而安的态度。这些词不仅反映了部分群体在个人观念上力求摆脱传统性别规范压力的束缚,追求独立和平等;把自己的感受和需求放在优先级,思考自己“想要什么”渴望获得自己想要的“自由”“幸福”相关目标。其次是个体的权利意识,关键词是个人选择、权利、平等。他们坚信,无论是选择步入婚姻殿堂,还是坚持不婚不育,都是个人自由意志的体现,不应受到外界过度干预或强加的目标所束缚。最后是个人的生活经验、成长经历的影响。这个话题的关键词包括“父母”“妈宝男”“渣男”等。个体成长过程中所遭遇的不良经历,自己过往失败的感情经历导致对异性有极强警戒心或者丧失交往兴趣,以及周遭负面的婚姻个案可能被投射到未来自己的婚姻关系中,继而引发对婚姻和生育的怀疑与逃避,个人就可能更倾向于不恋爱不婚不育或者同居不婚。

4. 青年群体婚育意愿的话语实践和社会根源分析

话语产生于社会实践和交往活动,其从诞生之初就具有传递说话者思想和认识的作用,具有鲜明的社会意义。因此,本文对社交媒体“婚育反感、恐惧和焦虑”情绪的关注,除了分析个体与群体的心理情绪所指,还要追问“婚育反感、恐惧和焦虑”情绪如何表达、如何开展话语实践,以及其背后蕴含了怎样的社会权力结构和隐秘意图。

(一) 社会经济风险感知视角:过度内卷的社会竞争环境

青年群体婚恋焦虑与反感的情感之风反映了青年群体在压缩型现代化阶段下,对于社会阶层和未来经济状况的集体焦虑与不安,他们对未来持更加悲观的态度。这些观念和情绪通过“钱”“贫富差距”“韭菜”“内卷”“牛马”“996”“加班”“工作”关键词得以体现。在这样一个竞争日益激烈、成功标准日益单一化的社会中,人们普遍感到社会阶层的鸿沟在不断加深,自身的上升通道愈发狭窄,对内卷化的职场感到疲惫和焦虑。这种不满与焦虑的根源,在于对社会资源分配不均的深刻忧虑,以及对个人努力在庞大社会结构面前显得苍白无力的无奈感。在子女中心主义盛行的中国家庭中,父母对于孩子的未来寄予厚望,家庭资源的流向几乎全部指向了子代。这种高度的责任感使得父母在决定是否生育时,不得不综合考虑多方面因素,包括但不限于教育质量、教育资源分配、社会竞争压力等。

此外,众多企业面试时会过度打探女性婚育情况,职场性别歧视让女性群体感到“愤怒”,背后体现了女性群体的就业安全感严重不足。根据《2022中国女性职场现状调查报告》数据显示,61.2%的女性在求职中被问婚育,38.3%的女性表示婚育影响职场前景,远高于男性的17.9%。对于造成职场性别不平等的原因,62.3%的女性认为“生育是女性摆脱不掉的负担”,女性对生育带来的经济风险感知更强烈^[19]。女性群体面对恶劣的社会职场环境和潜在的经济风险等因素会对生育进行“再思考”,甚至使用生育机器和生育工具这样污名化的词语表达对自身弱势地位的抗争,这体现了很多女性的职业发展诉求或问题在现实社会中没有得到很好的解决。

(二) 家庭角色预期冲突视角:对贤妻良母与家庭经济支柱的质询

男性网民还是女性网民的“恐婚”话语,都折射了社会上对性别问题的认知、不满和焦虑,“质询”着弥散于各个维度的性别不平等现状。与“女性”同步出现的词有“工作”“家庭”“歧视”,通过语义分析可知,女性群体在压缩式现代化进程中,感受到了婚育带来的巨大风险和不等。女性群体认为步

入婚姻殿堂仿佛踏上了一条充满未知与风险的不归路，将其形象地比喻为“跳下悬崖”。究其原因，尽管女性受教育程度和劳动参与率上升，但仍旧被期待扮演“贤妻良母”的角色。女性在工作和家庭领域都体现出一种追求性别平等的倾向，而男性则在家庭领域往往体现出更为传统的观念[20]。其中，生育往往加重了女性的无酬劳动负担，而对男性的影响较小，甚至夫妇的家务分工极有可能随着孩子的出生而变得更加传统[21]。社交媒体使用频率越高，就越容易受到网络思潮的影响，社交媒体唤醒了女性的独立意识和性别平等意识[22]。女性群体感知到社会语境中的性别不平等现象，公私领域中性别转型的不对称导致女性工作-家庭冲突加剧，她们对婚育行为抱着更审慎的态度。

语义分析发现，男性网民群体所关注的焦点以“钱”、“彩礼”、“房价”、“教育”等关键词为主，背后是男性对“家庭经济支柱”传统性别角色的体认。过高婚育成本背后是社会性别角色刻板印象与婚姻市场供需失衡的交织作用。此外，《中国统计年鉴 2023》的数据显示，全国家庭 0~17 岁孩子的养育成本平均为 53.80 万元，是人均年收入的 6.3 倍。婚育成本更深刻地揭示出当前社会结构、价值观念变迁以及经济压力加剧的复杂症候。当男性青年的劳动收入无法承受婚育带来的新的经济压力时，便会挤压其婚育意愿和实际婚育行为。

(三) 个体价值观念进步与传统婚姻想象之间的矛盾

通过分析“自己”、“独立”等关键词，青年婚恋观念强调自由选择、平等和幸福感，而非传统责任压力，生活方式明显转变。人道主义价值观逐渐兴起，人们更加注重自我实现和个人成就，追求更高的教育水平，倾向于以个人的职业梦想和追求为主线来规划自己的生活。在这一过程中，个人体验与自我实现的价值追求取代了传统的生育责任观念——侧重于家族延续与责任，家庭作为社会基本单位的“家本位”思想逐渐让位于个体价值持续发展的核心地位。除了少数声音强烈反对并排斥婚姻和生育，更多的青年还是希望追求自我的同时能兼顾家庭，拥有现代新型相互尊重和关系平等的婚姻，或者说追求更能平衡工作和家庭的婚育模式。

但是在整体语义网络分析中，与传统异性恋家庭相关的“结婚”“家庭”“女性”“男性”“生育”关键词在网络中心度排名前十。通过语义分析可知，虽然传统婚姻家庭观不断受到挑战，婚育观念多元化发展，但是网民想象中的婚姻状态依然在很大程度上受到传统婚育模式的框架的影响，即以“异性恋”为婚姻模板，以“生育子女”为目的的婚姻和家庭作为想象的前提，对婚姻也抱有“白头偕老”“从一而终”的婚姻期待。过往研究也认为中国的年轻人对家庭的重视程度非常高，即便是在“90 后”群体中，对家庭幸福的重视程度也高于对个体实现的重视程度[23]。但在情绪表达与传播的过程中，个体往往不自觉地强化了婚姻与家庭概念的既定框架与不容置疑性，将养育后代的责任与对浪漫稳定婚姻的理想化憧憬交织，共同编织成沉重的“婚姻枷锁”。这种倾向放大了潜在的矛盾与冲突，进一步固化了对婚姻的刻板认知。

5. 结语和展望

了解了相关话语背后所体现的社会候症，对未来进行现实的关照，该如何解决青年群体对婚育的担忧，让青年群体在“悬浮社会”和“倦怠社会”中提高生活的稳定感将成为重中之重。表面上看青年群体婚恋行为是平等、自由的，但实际上青年婚恋行为是与社会变迁密切相关的，是个体生命行为与社会快速变迁共同促成的行为。

对于男性群体来说，高彩礼、高房价和高教育成本是婚育困境中绕不开的拦路虎，现实之困使之无法迈入婚姻之门。女性作为生育行为的承担主体，她们的生育意愿，直接决定着生育率的高低。育龄女性所感知的生育风险，实质上反映了中国社会对女性生育的支持体系尚不完善，导致女性会因生育承担高昂的时间成本、金钱成本与机会成本，这使得她们在抚育子女与承担繁重职场职责间难以平衡。

因此,建立多元化主体共同分摊生育成本机制,调动各方力量充分参与协作,通过国家给予现金补贴、税收减免、实施幼儿义务托育教育服务等方式提供经济支持,降低生育、养育成本;企业减少对生育行为的歧视,提供生育友好工作环境,形成国家-企业-家庭的三方协同机制,平衡家庭与工作,减少生育的机会成本,提高青年群体的婚育意愿。

基金项目

西南民族大学研究生创新科研重点项目(项目编号: ZD2023764)。

参考文献

- [1] 翟振武,刘雯莉. 中国人真的都不结婚了吗——从队列的视角看中国人的结婚和不婚[J]. 探索与争鸣, 2020(2): 122-130+160.
- [2] 黄光圣,鲁爱萍. 90 后女大学生的婚姻态度与主观幸福感的关系研究[J]. 陕西学前师范学院学报, 2018, 34(9): 127-132.
- [3] 斯蒂芬妮·孔茨[美]. 为爱成婚: 婚姻与爱情的前世今生[M]. 刘君宇, 译. 北京: 中信出版社, 2020.
- [4] 李煜,陆新超. 择偶配对的同质性与变迁——自致性与先赋性的匹配[J]. 青年研究, 2008(6): 27-33.
- [5] 马磊. 同类婚还是异质婚?——当前中国婚姻匹配模式的分析[J]. 人口与发展, 2015, 21(3): 29-36.
- [6] 李煜. 婚姻匹配的变迁: 社会开放性的视角[J]. 社会学研究, 2011, 26(4): 122-136+244-245.
- [7] 齐亚强,牛建林. 新中国成立以来我国婚姻匹配模式的变迁[J]. 社会学研究, 2012, 27(1): 106-129+244.
- [8] 孙楠. 中国人口发展调研: 不同人口群体的婚恋观[EB/OL]. <https://ssdpp.fudan.edu.cn/dc/d4/c20785a253140/page.htm>, 2020-11-20.
- [9] 刘志永,李冠文. 《婚姻法》视阈下的青年“恐婚”原因与对策探析[J]. 山西青年职业学院学报, 2016, 29(2): 11-13.
- [10] 靳小怡,段朱清. 天价彩礼源何来: 城镇化下的中国农村男性婚姻成本研究[J]. 妇女研究论丛, 2019(6): 18-31.
- [11] 李卓. 新媒体公共事件与青年群体思想观念共振[J]. 东方企业文化, 2015(3): 40.
- [12] 戴颖洁,吕梓剑. 都市青年女性的晚婚潮: 女性主义与大众媒介的联姻[J]. 中国青年研究, 2021(12): 16-23.
- [13] 马向真. 愤怒情绪生成为社会心态的逻辑与治理[J]. 人民论坛·学术前沿, 2023(22): 52-59.
- [14] 李佳珊. 流动的恐惧: 新媒体环境下死亡议题的内容呈现[D]. [硕士学位论文]. 北京: 中央民族大学, 2019.
- [15] 杨洸,王越. 威胁与效能: 社交媒体“生育恐惧”讨论的主题分析和影响因素研究[J]. 新闻记者, 2023(11): 83-94.
- [16] 张淳. 从理性公众到情感公众: 数字时代公共领域的理论嬗变[J]. 广州大学学报(社会科学版), 2024, 23(2): 35-44.
- [17] 袁光峰. 迈向“实践”的理论路径: 理解公共舆论中的情感表达[J]. 国际新闻界, 2021, 43(6): 55-72.
- [18] 高荣. 生育想象: 新浪微博“恐育”情绪话语研究[C]//北京大学新闻与传播学院. 北京论坛·健康传播分论坛. 医疗、人文、媒介——“健康中国”与健康传播 2020 国际学术研讨会论文集. 北京: 北京大学新闻与传播学院, 2020: 9.
- [19] 智联招聘. 2022 中国女性职场现状调查报告[R]. 2022-03-08.
- [20] Qian, Y. and Li, J.X. (2020) Separating Spheres: Cohort Differences in Gender Attitudes about Work and Family in China. *The China Review*, **20**, 19-51.
- [21] Craig, L. and Mullan, K. (2010) Parenthood, Gender and Work-Family Time in the United States, Australia, Italy, France, and Denmark. *Journal of Marriage and Family*, **72**, 1344-1361. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2010.00769.x>
- [22] Liu, P., Cao, J., Nie, W., Wang, X., Tian, Y. and Ma, C. (2021) The Influence of Internet Usage Frequency on Women's Fertility Intentions—The Mediating Effects of Gender Role Attitudes. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, **18**, Article No. 4784. <https://doi.org/10.3390/ijerph18094784>
- [23] 於嘉. 何以为家: 第二次人口转变下中国人的婚姻与生育[J]. 妇女研究论丛, 2022(5): 47-69.