

媒介逻辑与身份协商：跨平台视域下Z世代 “催婚”话语策略研究

吴启文

安徽大学新闻传播学院，安徽 合肥

收稿日期：2026年4月29日；录用日期：2026年5月21日；发布日期：2026年6月4日

摘要

本研究聚焦于Z世代在社交媒体“催婚”议题中的话语实践，采用内容分析法，通过跨平台比较视角，分析了Z世代在微博、小红书、B站的话语策略。研究发现，面对催婚青年并非简单抵抗或妥协，而是基于平台媒介逻辑进行策略性协商：在微博偏向理性论证，在小红书侧重情感共鸣，在B站则多见戏谑解构。这种差异化的“身份协商”表明，线上话语不仅是压力应对，更是群体身份塑造的语境化实践。研究为理解媒介逻辑如何影响日常沟通与代际互动提供了参考。

关键词

Z世代，催婚，媒介逻辑，话语策略，身份协商，跨平台研究

Media Logic and Identity Negotiation: A Cross-Platform Perspective on the Discursive Strategies of Generation Z in the “Marriage Pressure” Discourse

Qiwen Wu

School of Journalism and Communication, Anhui University, Hefei Anhui

Received: April 29, 2026; accepted: May 21, 2026; published: June 4, 2026

Abstract

This study focuses on the discursive practices of Generation Z concerning the culturally specific

issue of “marriage pressure” (cuihun) on Chinese social media. Adopting a cross-platform comparative lens and employing content analysis, it examines the discursive strategies deployed by young users across three major platforms: Weibo, Xiaohongshu, and Bilibili. The findings reveal that, in responding to intergenerational pressure regarding marriage, young adults do not engage in mere resistance or compliance. Instead, they perform strategic “identity negotiation” deeply mediated by the distinct logic of each platform: discourse leans towards rational argumentation and framing on Weibo (a public-opinion arena), prioritizes emotional resonance and community-based sharing on Xiaohongshu (a lifestyle and experience community), and frequently employs playful deconstruction and subcultural sarcasm on Bilibili (an interest-based video community). This differentiated mode of negotiation demonstrates that online discourse serves not only as a reactive tactic to social pressure but, more fundamentally, as a contextualized practice of in-group identity formation and performance. The study offers insights into how platform-specific media logics concretely shape everyday communication and the dynamics of intergenerational interaction in digital China.

Keywords

Generation Z, Marriage Pressure (Cuihun), Media Logic, Discursive Strategies, Identity Negotiation, Cross-Platform Study

Copyright © 2026 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. 引言

在传统社会语境中，“车马慢、书信远，一生只够爱一人”是老一辈婚恋观的具象化表达，折射出以家庭伦理为核心、以终身承诺为底色的传统婚恋价值体系。然而，进入以即时性、流动性和互动化为特征的数智时代，“Z世代”通常指1995~2009年间出生的一代人作为“数字原住民”[1]，其婚恋认知与实践正经历着深刻的重构。一方面，全国结婚登记数持续走低，越来越多的年轻人表现出“不想结、不敢结、懒得结”的低婚恋意愿。另一方面，社交媒体的兴起，为Z世代提供了基于兴趣、“灵魂匹配”的新型交友渠道，体现了他们对婚恋关系自主性与适配性的双重追求。

正是在这种传统“催婚”话语代表的代际期待与现代个体自主意识的结构性张力之下，Z世代的身认同管理变得尤为复杂。他们并非简单地抗拒或顺从，而是在社交媒体这一重要的公共话语场域中，进行着微妙而积极的策略性应对。因此，本研究核心问题是：Z世代青年在社交媒体“催婚”话题的讨论中，如何通过一些具体的话语策略，动态地建构、维护和管理其身份认同的？这一过程又如何折射出数智时代青年在社会转型期对个人幸福与社会期望的平衡智慧？本文整合社会认同理论、自我呈现理论与媒介生态理论，将“催婚”这一社会性话题作为观察的窗口，深入剖析网络空间中身份认同建构的动态性、策略性与情境依赖性。研究可为理解Z世代在传统家庭期待与个体现代诉求的张力中，如何运用话语策略维系自我统一性提供一些实证依据。

2. 文献综述

(一) 身份认同理论的网络化演进

1. 社会认同理论的延伸

社会认同理论由亨利·泰弗尔和约翰·特纳于20世纪70年代提出，强调群体归属是自我价值的基础，个体通过社会分类构建“我们”与“他们”的边界。随着互联网的普及，原本侧重于现实生活的群体

互动逐步延伸到网络空间领域。网络消解了物理时空壁垒,使个体能够同时置身多元虚拟社群,进而拥有多重社会身份[2]。这时,Z世代通过文字与非文字符号的再造,建立起排除圈外人的符号壁垒,在局部情境的圈层化互动中实现自我确证和社会认同[3]。在圈层内部,成员通过共同关注特定的“神圣物”,比如偶像、话题、生活方式等,形成高度的相互关注与情感连带,从而积累集体情感能量,强化内部认同与归属感。

然而,网络平台不仅是身份展演的舞台,更是主动形塑认同的技术架构。梁雪玉将其概括为需经历“自我刻画、社会加工和技术编辑”三重机制[4]。吴志远则进一步阐明了技术的深层中介作用:数字技术使记忆与交往被物质化、存档化,算法则能驱动这些流动的“数字记忆”重新聚合,从而建构出圈层化的交往认同,用户在此过程中亦形成对平台规则的“技术认同”[5]。而郑恩“数字信任优先”现象的提出,则揭示了Z世代青年在信任建构机制上的颠覆性转变[6]。这一现象的核心在于Z世代对线上长期互动形成的信任度,可能显著超越短暂线下接触建立的信任,直接挑战了传统信任理论中“身体在场”(physical co-presence)作为信任基石的经典假设。譬如在“催婚”议题中,Z世代更愿长期线上互助社群,比如“不婚主义”豆瓣小组常在此倾诉隐私困境,而非向仅逢年过节见面的亲戚解释个人选择,凸显了数字信任在抵抗传统压力时的情感支撑作用。

2. 自我呈现理论的平台化实践

美国学者欧文·戈夫曼在《日常生活中的自我呈现》一书中,对戏剧理论进行了细致的阐释,他把社会互动界定为一场精心编排的表演,认为个体正是通过对“前台”精心建构的表演形象、与“后台”真实自我的动态调适和管理来维系自身的社会身份。在社交媒体时代,这一理论又获得了新的诠释。一是体现在技术赋能的可控性表演上。金晶梳理了该理论从现实到虚拟的演进。她指出社交媒体的“可编辑、可存档、可异步互动”等特性,使得自我呈现变得高度可控、可策划且可反复修饰[7]。用户可通过精心挑选的照片、编辑后的文案、分组可见等功能,构建一个符合理想人设的“数字自我”。然而,技术赋能的同时也带来了新的挑战,比如“语境坍塌”。Marwick & Boyd通过深入分析Twitter平台算法可见性逻辑如何塑造用户“微名人”式自我呈现策略,首次阐述了社交媒体语境坍塌概念,明确将其定义为“不同社会语境的扁平化,导致用户无法像线下那样针对不同受众调整自我呈现策略”[8]。

二是功能拓展的动机转向。邹军华从仪式传播视角指出,人们在社交媒体上通过仪式化行为,如每日打卡、分享特定内容等来管理自我形象、参与虚拟社群并获得社会支持,最终目标是服务于自我发展与自我实现[9]。这种呈现策略直接影响个体的心理与社会适应。王树青等人的实证研究表明,社交网站上的积极自我呈现和真实自我呈现,能够通过提升积极情绪和感知社会支持,最终提高个体的生活满意度[10]。例如,邢海燕指出,Z世代青年通过追逐“国潮”进行消费与分享,这既是一种圈层文化认同,也是利用新媒体实现的个体身份自我呈现,他们在将传统文化认同融入个性表达的同时,也完成了在特定趣缘群体中的形象建构与身份归属[11]。三是卡斯特抗拒性认同的符号化实践。邓万春通过对卡斯特理论的阐释指出,这类群体会通过构建“抗拒性认同”来划定边界、凝聚力量[12]。在社交媒体上,这种抗拒性认同往往通过创造与共享特定的符号、话语,比如“不婚不育,芳龄永继”等网络梗来实现,将个人困境转化为可见的公共议题,从而在对抗中建构防御性的共同身份。

(二) 代际冲突下的婚恋观转型

1. 代际冲突根源

代际差异是催婚现象产生的核心动因。罗文运用玛格丽特·米德的“三喻文化”范式分析指出,成长于“前喻文化”环境的70后父母,其婚姻观深受传统规范影响,视“按时结婚”为人生必经的规范路径[13]。而成长于“并喻文化”环境的90后子女,则在同辈互动中形成对婚姻的自我审视,更强调个人情感与生活质量。这种代际间“生命历程时间轴”的错位,直接导致了“催婚”与“恐婚”的对话冲突。

这种代际冲突在离乡青年家庭中尤为尖锐。韩亚辉、郭智敏基于贝克的个体化理论的研究，发现微信等社交媒体成为“数字代际冲突”的新场域[14]。父母通过微信进行“催婚”，源于对子女“逆社会时钟”譬如晚婚、不婚的深层焦虑。而子女则采用“协商、争吵等冲突性话语，以及‘数字隐身’等媒介行为进行反催婚抵抗”。所谓“数字隐身”，指的是屏蔽父母朋友圈、设置“仅聊天”，实质是青年在数字空间中建构“为自己而活”的个体化生存策略，但同时也面临家庭孝慈关系疏离的风险。据晓燕、曹昕欣的实证研究进一步揭示了青年婚恋观的内部多样性，将其划分为“乐婚者”、“忧婚者”、“懒婚者”、“恐婚者”与“不婚者”五种类型，表明其观念远非铁板一块，而是在传统与现代之间光谱化分布[15]。

2. 婚恋观个体化转向

随着社会的进步与发展，女性个体意识的觉醒，中国社会的婚恋观正经历从“家庭本位”向“个人本位”的深刻转变。贝克个体化理论指出青年从家庭责任中“脱嵌”，将婚姻视为需理性核算的“人生项目”。王阳、马小雷基于生命历程理论，通过对一位待婚女青年的深度个案研究，揭示了催婚现象的本质是代际间“生命时间表”的错位[16]。研究指出，父母辈期望子女遵循“按时结婚”的传统规范，而青年一代则追求“先立业后成家”的弹性人生规划，这种冲突折射了社会转型期的深层矛盾。社交媒体进一步加速并可见化了这种观念变迁。刘彦、崔英豪基于小红书平台的扎根研究发现，社交媒体婚恋话题通过动态闭环路径形塑青年恋爱观，该过程呈现显著的性别、年龄、情感经历等群体差异，其中情感经历差异作为关键调节变量，直接影响话题对恋爱观的形塑强度[17]。基于对Z世代的深度访谈，贾兵洋提出“轻量化关系”成为新趋势[18]。青年将亲密关系拆解为“功能模块”，如陪伴、经济互助、性满足等方面，通过建立“搭子社交”实现低负担的情感补给，规避传统婚姻的综合性责任。

(三) 社交媒体平台的情境化影响

1. 算法塑造集体情绪

Z世代高度依赖微信、抖音、小红书等平台进行社交与表达。这些平台的算法推荐机制也在深刻影响其情感体验。在算法推荐、趣缘聚集等机制作用下，Z世代青年形成了形塑自主化、交往独立化的网络圈层[19]。社交媒体算法不仅是内容分发工具，更是情感经验的组织者与价值冲突的显影剂。袁光锋认为媒介的算法推荐构建“感受的共同体”，使抽象代际冲突“可见化”，激发集体情绪共鸣[20]。譬如“中国式催婚”话题阅读量超50亿，使私人痛苦获得公共认可。而王慧聪、杨宏伟指出社交媒体通过圈层化传播，使青年更易陷入同质化社群的观点共振，其情感经验与价值判断受到深度影响，催化了群体极化与认知固化[21]。在“催婚”等议题上，温和、理性的中间立场被边缘化，极端观点在传播中胜出，进一步加剧了青年的焦虑感和决策困境。

2. 平台特性决定应对策略

社交媒体平台不仅是信息传播的渠道，更是塑造用户行为与身份策略的关键情境。不同平台的架构特性、社区文化与技术逻辑，深刻影响着Z世代应对“催婚”压力的策略选择与表达方式。聂姐姐认为，小红书作为生活经验分享型社区，催生了一套独特的应对机制[22]。如用户通过“姐妹”“我们这代人”等称谓建立群体归属感，将个人困境升维为代际集体议题。策略通常聚焦于具身性解决方案，譬如从情绪安抚到行动指南，实现压力疏导与现实问题解决的统一。B站作为兴趣社群内的“思辨抵抗同盟”，沈纪指出，B站的兴趣社群属性催生了知识化抵抗路径[23]。例如UP主通过长视频解构催婚现象，弹幕文化催生“戏谑反讽”式抵抗，形成“深度思辨与集体趣味”的复合策略。韩梅则认为微博平台作为公共广场属性，青年采用“数字隐身”来应对压力，策略侧重公共辩论与边界划分[24]。

3. 互动仪式：归属感的生产逻辑

互动仪式链是由美国社会学家兰德尔·柯林斯在其著作《互动仪式链》中提出的一个重要社会学理论。他认为一个成功的互动仪式需要具备四个要素：群体聚集、对局外人的边界设定、共同的关注焦点、

共享的情感状态。在社交媒体关于“催婚”的讨论中，这些要素得到了充分体现。在 Z 世代网络互动仪式中，这种通过符号共享与情感共鸣构建的仪式，能使青年从现实社会结构的压力中暂时“脱嵌”，在亚文化空间中获得自我确证与社会认同。因此，参与“催婚”话题的讨论，对 Z 世代而言不仅是一种压力宣泄，更是一种通过仪式性互动重建主体性、获取情感能量与群体归属的身份管理实践。

(四) 研究述评

虽然前人对于催婚的研究众多，但当前在解释 Z 世代应对催婚的身份管理策略时，很多研究尚存在一些不足。首先是视角缺失，例如罗文分析催婚的代际文化根源，却未关联青年在社交媒体上的具体实践。这种割裂导致研究无法揭示青年如何根据平台特性动态调整策略，更难以构建解释“社会性议题 - 青年行为 - 平台机制”三者互动的整合框架。其次是方法单一，深度有余而广度不足。现有成果仍然停留在小样本质性方法上。比如王阳采用个案研究法难以验证“戏谑反讽”等策略的跨平台普适性。李明月依赖问卷调查与少数人访谈，缺乏对自然话语的系统分析。

本研究立足现有研究的盲区，从理论、方法、现实三维度实现创新突破，构建兼具学术深度与实践价值的研究框架。在理论层面上，提出“抵抗 - 协商”动态光谱模型，将卡斯特“抗拒性认同”、戈夫曼“拟剧论”等理论熔于一炉，建立首个“平台 - 策略”适配机制。在方法层面上，革新过往碎片化个案研究模式，采用多平台全样本内容分析。抓取微博、小红书、B 站 207 个原创帖子及高赞评论，覆盖三类典型场景，通过双编码检验保障分类客观性，结合量化统计与质性案例解读，量化揭示了策略分布规律与微观机制。在现实层面上，既为代际沟通提供“共情优先，说理在后”的实践路径，助力家庭理解青年情感诉求，同时也为社交平台治理献策。

3. 研究设计与方法

(一) 研究方法

本文采用内容分析法，通过设计明确的编码规则与类目体系，对 207 条原创帖子及高赞评论进行标准化处理，可有效避免主观偏差，保证分析过程的可重复性与结果的可靠性。所有的评论数据均为自然情境下用户生成的内容，研究者不进行干预，保障数据的真实性与生态效度。最后将“抵抗”与“协商”等理论概念转化为可观测的编码类目，比如戏谑反讽、理性解释、情感倾诉等，从而实现从文本到量化数据的转化，支撑后续的统计分析和平台比较。

(二) 资料收集与样本选择

1. 平台选择。以微博、小红书和 B 站等社交媒体平台作为数据的来源。微博作为公共舆论广场，有利于观察理性辩论与宏观上的批判。小红书作为生活经验社区，适合分析情感上的共鸣与策略分享。B 站作为兴趣社群，其弹幕文化与圈层属性有助于捕捉戏谑解构与圈层认同话语。三者的平台生态差异为多角度考察 Z 世代的身份协商策略提供了良好基础。

2. 样本构成。计划获取有效样本总量为 207 条。具体计算方式为：3 个平台 × 2 年 × 30 条/平台/年 = 180 条基础样本。同时，为应对数据清洗过程中可能出现的无效内容，比如已删除帖子、广告等，增设 15% 的备用样本(27 条)，最终计划采集样本总数为 207 条，以在保证分析深度的同时，兼顾数据上的损耗。数据搜集时间范围定为 2024 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。

3. 筛选标准。样本纳入标准包括：① 原创帖子(非转发、广告)；② 内容与“催婚”高度相关(标题或正文含有关键词)；③ 文本长度 ≥ 10 字，确保有可分析内容；④ 具有一定互动量(点赞数 ≥ 10)，且有高赞评论及跟帖。排除标准包括商业推广、纯新闻转载及无实质内容的情绪宣泄。

4. 数据收集与处理。数据收集使用 Web Scraper 工具完成，通过定位平台特定 HTML 元素结构(如微博的<div class="weibo-text">、小红书的<section class="note-content">)抓取文本、时间及高赞评论数据。

采集过程遵守各平台 robots.txt 协议，并设置请求间隔以降低服务器压力。初步收集的数据经清洗后得到 207 条有效样本，其平台分布为微博 69 条，小红书 69 条，B 站 69 条。所有数据均经脱敏处理并匿名化保存。

(三) 分析单元与类目建构

1. 分析单元。本研究以符合筛选标准的独立原创帖子下的“最高赞评论”作为核心分析单元，重点考察其中所呈现的话语互动与协商过程。同时，将帖子本身的标题、正文及图片所附文本等信息作为辅助分析单元，以提供更全面的语境理解。

2. 类目建构。本研究构建了一套包含三个一级维度、十一个二级维度的编码表(见表 1)，系统捕捉 Z 世代的身份认同管理策略。为应对跨越两年的数据中可能出现的流行语变化，在编码中，特别为“戏谑与反讽”等维度提供了基于具体语境的示例，而不仅仅是抽象定义，以保持编码的一致性。这是编码手册的核心部分。

Table 1. Content analysis coding table

表 1. 内容分析编码表

一级维度	二级维度	操作性定义与具体判断指标(何时归入此类)
A. 话语主体身份 (Who)	A1. 自我身份宣称	文本中明确提及的自我定位标签。如：“不婚主义者”、“单身贵族”、“母胎 solo”、“独立女性”、“搞钱搞事业第一”。
	A2. 对他者的身份界定	对催婚方或相关群体的称呼与定性。如：“传统父母”、“为你好”的亲戚、“老一辈”、“催婚团”。
	A3. 群体身份认同	使用“我们这代人”、“00 后”、“打工人”等词汇，表达与 Z 世代或某一亚文化群体的共情与归属。
B. 话语互动策略 (How) (抵抗/协商)	B1. 直接对抗	明确、直接地表达反对、批评或拒绝。指标：使用否定、命令式语句(如“别催了!”“我的事不用管”); 批评传统观念是“过时的”。
	B2. 戏谑与反讽	使用幽默、反话、表情包、网络流行梗来化解或反击压力。指标：如“用魔法打败魔法”; 使用“笑死”、“急了急了”等反讽; 配用相关表情包。
	B3. 理性协商与解释	试图摆事实、讲道理来说明自身立场或困难。指标：列举经济压力(房价、收入)、个人发展(事业、学业)、社会现实(内卷)作为理由; 阐述个人婚恋观。
	B4. 情感倾诉与共鸣	表达焦虑、无奈、疲惫、孤独等情绪，旨在寻求理解或情感支持。指标：使用“压力大”、“很累”、“窒息”、“无奈”等情绪词汇; 描述内心的矛盾与挣扎。
	B5. 策略性回避或妥协	采取不正面回应、表面应允或设定条件等方式暂时缓解压力。指标：如“在找了在找了”(敷衍); “考上编就结婚”(设定条件); 转移话题。
C. 认同指向与建构(What for)	C1. 个体主义价值认同	强调自我实现、个人自由、生活品质 and 独立决策的重要性。指标：出现“为自己活”、“幸福感”、“自由”、“个人价值”等关键词。
	C2. 传统家庭价值认同	表达对家庭温暖的渴望或在传统框架下寻求解决方案。指标：认可婚姻家庭的价值，但强调需要“合适的人”或“对的时间”。
	C3. 反思性认同建构	对自我、婚姻制度、代际关系或社会压力进行超越个人情绪的深度思考。指标：分析现象背后的社会成因(如房价、教育成本); 反思代际沟通问题。

(四) 编码流程与编码员间信度检验

为确保内容分析的客观性与科学性，本研究对 207 条原创帖子及高赞评论制定了严格的编码流程，并通过编码员间信度检验对数据质量进行评估。

1. 编码员培训

编码工作由两名同学独立完成。正式编码前，已进行了系统的培训。首先让两名编码人员共同学习编码手册，确保对各类目的操作性定义达成一致性的理解。随后，随机抽取 27 条样本作为练习材料进行试编码，并就编码中出现的分歧进行讨论，直至形成统一的判断标准。所有核心维度均采用二进制编码 (0/1)，其中 1 = “是” (该特征出现)，0 = “否” (该特征未出现)，一个分析单元可同时被赋予多个编码。

2. 预编码与信度检验

为检验编码表的清晰度与编码员间的一致性，本研究从 207 条样本中随机抽取 27 条进行预编码。两名编码员独立完成该部分样本的编码后，使用 SPSS 计算 Cohen's Kappa 系数。结果显示，各维度的 Kappa 系数介于 0.707 至 1.000 之间，平均 Kappa 系数为 0.867。根据 Landis 和 Koch (1977) 的标准，该信度水平属于“几乎完全一致”，表明编码手册设计合理，编码员理解一致，可进入正式编码阶段。

3. 正式编码、分歧解决与最终信度检验

在预编码信度达标的基础上，两名编码员对剩余 180 条样本进行独立编码。编码完成后，通过比对结果识别一些潜在的分歧点，并通过编码员协商与回溯文本的方式解决。为评估正式编码的最终质量，对 180 条样本的统一编码结果再次进行信度检验。各维度 Kappa 系数介于 0.745 至 0.947 之间，平均 Kappa 系数为 0.873，信度水平优秀，表明最终编码数据具有高度一致性，可用于后续分析。至此，通过系统的“培训 - 预检验 - 正式编码 - 协商分歧 - 信度复核”流程，本研究获得了高质量、高一致性的编码数据，为后续分析奠定了可靠基础。

4. 研究发现

(一) 抵抗性话语策略：分布特征、心理动因与平台差异

1. 策略的总体分布：以情感共鸣与理性协商为主的“软性抵抗”

由表 2 可知，“情感倾诉与共鸣” (B4, 77 次) 与“理性协商与解释” (B3, 60 次) 是 Z 世代最核心的两种话语方式，合计占比超过六成。这表明 Z 世代在面对催婚时的策略并非简单的对立或妥协，而是试图在寻求情感支持的同时，进行理性沟通与价值阐释。相比之下，“戏谑与反讽” (B2, 50 次) 作为一种更具亚文化创造性的“符号化抵抗”，也占有重要地位。而态度鲜明的“直接对抗” (B1, 31 次) 与消极的“策略性回避” (B5, 21 次) 则使用较少。由此可看出，Z 世代的抵抗本质上是一种旨在疏导压力、维系关系、并维护自我边界的“建设性协商”，其核心在于智慧的沟通而非决裂。

Table 2. Frequency distribution of resistance and negotiation discourse strategies

表 2. 抵抗&协商话语策略频次分布

编码	类别	样本数量	占比(%)	排名
A1	自我身份宣称	5	1.12	11
A2	对他者的身份界定	31	6.94	8
A3	群体身份认同	27	6.04	9
B1	直接对抗	31	6.94	8
B2	戏谑与反讽	50	11.19	5
B3	理性协商与解释	60	13.42	4

续表

B4	情感倾诉与共鸣	77	17.23	2
B5	策略性回避或妥协	21	4.70	10
C1	个体主义价值认同	53	11.86	3
C2	传统家庭价值认同	9	2.01	12
C3	反思性认同建构	83	18.57	1
合计	—	447	100.0	—

情感倾诉与共鸣(B4)作为最高频策略,其主要是通过分享焦虑、疲惫等情绪,将个人困境公共化,从而在陌生网友的共情中获取对抗传统家庭压力的替代性社会支持。理性协商与解释(B3)通过详细阐述个人发展规划,如职业、学业方面,或者面临房价、收入等上面的经济压力以及对婚姻质量的理性期待,来争取话语权。戏谑与反讽(B2)运用夸张、反话进行软性抵抗,其精妙之处在于能以低成本的幽默化解冲突张力,既表达了不合作态度,又避免了正面交锋可能带来的情感代价,是Z世代“数字原住民”独特的文化资本体现。这种策略的盛行,也与“极端化的网络话语生态”相关,在该生态中,“温和立场被系统性边缘化”,而具有对抗性和传播力的符号化表达,如特定梗图、反话等更容易在圈层内获得认同与扩散,从而成为一种有效的圈层内部身份标记和对外缓冲机制。

2. 平台生态对抵抗策略的差异化塑造

平台差异对比(见表3)显示,媒介的技术架构、社区文化与用户惯习共同构成了差异化的“情境语法”,深刻影响着Z世代话语策略的选择偏好。数字媒介不仅是工具,更作为一种结构化力量介入青年的婚恋实践,使其社交与情感表达呈现出鲜明的平台特征。比如微博作为公共舆论场,其话语生态最为混合。所以B4(情感倾诉)的突出优势体现了其作为大众情绪集散地的特质,而B3(理性协商)和B2(戏谑反讽)的并存,则形成了“情感主导、理趣并存”的公共辩论特征。小红书作为生活经验社区,呈现出“情感实用主义”倾向。B4(情感倾诉)常与具体生活场景和实用策略分享相结合,形成了“倾诉-共情-攻略”的闭环,其抵抗更侧重于在社群互助中寻求具身性的解决方案与情感慰藉。B站作为兴趣社群与知识平台,其话语风格独树一帜。B3(理性协商与解释)的相对重要性最高,这与平台盛行的长视频分析、知识分享文化紧密相关,用户倾向于进行深度解构与社会反思。同时,B2(戏谑反讽)在弹幕文化中亦如鱼得水,形成了“深度思辨与集体趣味”并存的复合抵抗模式。

Table 3. Comparison of resistance strategies across the three platforms

表3. 抵抗策略在三个平台的差异对比

编码	策略类别	微博	小红书	B站	总样本数	占比(%)	排名
B4	情感倾诉与共鸣	25	29	23	77	32.22	1
B2	戏谑与反讽	16	23	11	50	20.92	2
B3	理性协商与解释	16	21	23	60	25.1	3
B1	直接对抗	10	12	9	31	12.97	4
B5	策略性回避或妥协	8	4	9	21	8.79	5
合计	—	75	89	75	239	100.0	—

(二) 协商性身份认同的建构形式与价值逻辑

Z 世代的实践远超消极抵抗，是一场积极的、以争夺“自我”定义权为目标的价值协商。表 4 的数据揭示了其认同建构的核心焦点与策略性转变。

Table 4. Overall distribution of identity discourse strategies

表 4. 身份认同话语策略的总体分布

编码	维度/类别	样本数量	占比(%)	排名
C3	反思性认同建构	83	39.9	1
C1	个体主义价值认同	53	25.48	2
A2	对他者的身份界定	31	14.9	3
A3	群体身份认同	27	12.98	4
C2	传统家庭价值认同	9	4.33	5
A1	自我身份宣称	5	2.4	6
合计	—	208	100.0	—

1. 价值基石：个体主义价值认同

由表 4 的表可知，“个体主义价值认同”(C1, 25.48%)是 Z 世代所有话语策略的终极价值指向。诸如“人要为自己而活”“个人的幸福感比婚姻更为重要”“我来这个世界是要过得幸福快乐的，而不是吃苦受难的”等表述，是一种鲜明的主体性宣言，确立了协商不可动摇的底线那就是个人幸福、自由与发展是最高原则。当然这一价值转向并非空穴来风，而是有着坚实的社会调查基础。李月、成前、滕素芬(2025)[25]基于全国代表性调查数据发现，未婚青年对待婚姻的态度高度自主，仅约三成认同“人这一辈子必须结婚”，而“为了爱情”成为其首选的结婚动机。这一定位使其在个体价值排序上，与传统家庭责任本位形成了根本性对话，标志着婚姻从一项人生“必选项”向基于个人感受与发展的“可选项”的深刻转变。

2. 核心机制：反思性认同建构

最具启示性的发现是“反思性认同建构”(C3, 39.9%)的主导地位。这意味着 Z 世代的协商已从情绪表达升华为系统性的社会思考。他们会深入剖析催婚现象背后的经济压力、社会结构与代际矛盾等结构性动因，通过将“个人问题”转化为“公共议题”，为其个体选择建构了坚实的正当性基础，体现了高阶的批判性思维。譬如“催婚背后其实是父母对不确定未来的焦虑投射”“工作和结婚问题，深挖下去，你会发现其实就是经济条件问题”“不是结婚不好，谁不想跟自己喜欢的人长相厮守呢？但是，如果结婚这个婚要掏空二十年的积蓄并且透支二十年的自由、时间和金钱的话，大可不必。”等观点反映了青年群体的反思。

3. 策略转变：从身份标签到关系界定

数据揭示了一个巧妙的策略性转变。Z 世代极少使用固定的“自我身份宣称”(A1, 2.4%)(如自称“不婚主义”)，以避免被标签化，转而高频通过“对他者的身份界定”(A2, 14.9%)和“群体身份认同”(A3, 12.98%)来动态定位自我。这策略性地将矛盾外部化，比如将父母界定为“催婚方”、习惯于宣称“我们这代人”将处境普遍化，从而构建了更灵活、更具辩护空间的认同边界。诸如“妈妈，对于我们这代人而言，婚姻不是菜市场，急不来，慢慢来，幸福才会来敲门哦！”“00 后的世界你们不懂”等等。从而将个体困境转化为代际或群体间的观念差异问题，从而在维护关系的前提下，巧妙地划定了自我选择的边

界，是一种更富弹性的“关系性抵抗”智慧。

(三)“抵抗-协商”的动态交织模型：身份认同管理的核心机制

基于上述研究发现，本文提出一个“抵抗-协商”动态交织的身份认同管理模型(见表5)其目的在于揭示Z世代在社交媒体上面临“催婚”压力时，如何进行身份认同管理。该模型强调，抵抗与协商并非二元对立，而是在话语实践中相互渗透、循环推动的连续过程。平台媒介逻辑与社区文化作为关键情境因素，深刻影响这一过程的具体形态。

Table 5. The “resistance-negotiation” dynamic-interwoven identity management model

表 5. “抵抗-协商”动态交织的身份认同管理模型

策略编码	策略类别	微博	小红书	B 站
A1	自我身份宣称	3	0	2
A2	对他者的身份界定	11	13	7
A3	群体身份认同	7	10	10
C1	个体主义价值认同	23	12	18
C2	传统家庭价值认同	2	2	5
C3	反思性认同建构	28	35	20
合计	——	74	72	62

1. 微博：公共舆论场中的理性辩论与框架竞争

微博平台的话语分布呈现出鲜明的公共辩论与理性反思特征。一方面，“对他者的身份界定”(A2, 频次 11)较为突出，用户倾向于通过“传统父母”、“为你好”等标签将代际矛盾对象化，在公共讨论中划分清晰的立场边界。另一方面，“个体主义价值认同”(C1, 频次 23)与“反思性认同建构”(C3, 频次 28)的主导地位，表明微博用户不限于情感宣泄或简单对抗，反而热衷于将个人婚恋选择置于社会结构与代际关系中进行系统性剖析，通过理性论证为自身立场建构正当性。相比之下，“传统家庭价值认同”(C2, 频次 2)的声量微弱，表明在微博的“舆论广场”中，对传统价值的直接认同与协商并非主流。这种话语结构与其平台属性紧密相关：微博开放、扁平的传播结构鼓励用户就公共议题展开观点竞争，面对大规模异质受众，清晰界定对立面(A2)并以理性思辨(C1、C3)争取舆论支持成为核心策略。这体现了在“极端化的网络话语生态”中，温和立场被边缘化，而框架争夺与说理竞争成为争取话语空间的关键。

2. 小红书：生活社区中的情感叙事与反思性共鸣

小红书平台的数据分布呈现出以深度情感互动与系统性反思为主导的鲜明特征。如表5，“反思性认同建构”(C3, 频次 35)以显著优势成为平台最核心的话语实践，这超越了简单的情感宣泄，意味着用户倾向于在分享个人婚恋困境时，深入剖析其背后的社会成因、代际差异与个人选择逻辑，完成情感故事与理性思辨的融合。与此同时，“群体身份认同”(A3, 频次 10)与“对他者的身份界定”(A2, 频次 13)共同作用，用户通过使用“我们这代人”、“姐妹们”等称谓构建情感共同体，并将压力来源对象化，从而在叙事中确立立场、获取共鸣。这一话语结构与小红书作为生活经验与情感互助社区的平台定位完全契合：其核心机制并非公共辩论，而是基于相似生命经历的故事化分享与共情性支持。用户通过细腻的自我叙事，将私人困扰升华为可被共情的群体经验，在“倾诉-共鸣-反思”的闭环中，不仅疏解情绪，更借助社群反馈不断修正和巩固其“反思性认同”。

3. B站：兴趣社群中的理性思辨与价值重构

B站的数据分布呈现出均衡、多元且深度思辨的特征。由表5可见，“反思性认同建构”(C3, 频次20)与“个体主义价值认同”(C1, 频次18)最为突出,表明B站用户倾向于超越情感宣泄,主动运用系统性分析与理性话语,对催婚现象进行社会结构性归因(如经济压力、代际权力关系),并在此基础上坚定捍卫个人选择的正当性。同时,“传统家庭价值认同”(C2, 频次5)与“对他者的身份界定”(A2, 频次7)也构成其话语实践的一部分,显示出用户在解构传统的同时,亦不排斥对其进行现代化阐释或温和协商。这种分布与B站的平台属性紧密相关:其活跃的社科、人文类UP主生态和独特的弹幕文化,则允许用户在集体观看与即时互动中,完成对权威话语的戏谑解构与意义共创。

从以上可以看出,平台媒介逻辑的差异性,深刻塑造了Z世代身份认同管理的策略偏好。在微博,协商体现为一种公开的框架竞争与理性辩论。在小红书,协商转化为一种情感叙事与反思性共鸣。在B站,一场深度思辨与多元价值的理性碰撞。这表明,Z世代的“数字原住民”并非被动地使用平台,而是主动地适配不同平台的“语法”,从中选取最有效的“话语工具包”,以完成其在特定情境下的身份协商实践[26]。这种跨平台的策略迁移能力,本身即是其媒介素养与身份韧性的体现。本研究通过对微博、小红书、B站三个平台207条帖子评论的内容分析,揭示了Z世代在“催婚”这一社会性话题下,如何通过复杂的话语策略进行身份认同管理。

5. 结语

本文通过对微博、小红书、B站三大社交媒体平台中“催婚”话题的话语分析,考察了Z世代青年在代际压力下的身份认同管理策略。研究发现其话语实践呈现出鲜明的“理性主导、软性抵抗”复合特征。他们并非进行简单的情绪对抗或消极回避,而是以“反思性认同建构”为核心机制,将个人婚恋选择置于如经济压力、代际矛盾这样的社会结构中进行深度剖析,从而为其个体主义价值主张建构坚实的正当性基础。同时,平台媒介逻辑作为关键情境因素,差异化地形塑了话语策略:微博的公共辩论场、小红书的群体共鸣圈与B站的深度思辨社群,共同构成了多元、动态的“抵抗-协商”交织图景。

需要特别指出的是,本研究观察到的“催婚”压力若升级为暴力手段,则触及法律红线。我国《民法典》第一千零四十二条明确规定“禁止包办、买卖婚姻和其他干涉婚姻自由的行为”[27]。这表明,婚姻自由作为公民的基本权利,受到法律的严格保护,任何形式的暴力强迫都是违法行为。本文揭示的理性协商与情感倾诉等话语策略,正是Z世代青年在合法框架内维护自身权利、避免冲突升级的智慧体现。当然,本研究亦存在一定的局限性。样本数量有限,主要反映了活跃网民的观念,未来研究可结合深度访谈,深入挖掘话语背后的生命故事与结构性困境。尽管如此,本研究仍为揭示媒介逻辑如何介入代际沟通、青年如何在平台语境中进行策略性自我呈现提供了有益视角,对理解数字时代的家庭互动、营造理性包容的公共对话氛围具有一定参考价值。

参考文献

- [1] 曹培杰,余胜泉. 数字原住民的提出、研究现状及未来发展[J]. 电化教育研究, 2012, 33(4): 21-27.
- [2] 张荣. 互联网时代的社会认同整合机制研究[M]. 北京: 人民出版社, 2018.
- [3] 杨宇辰. Z世代网络互动仪式的生成机制分析[J]. 中国特色社会主义研究, 2024(3): 105-113.
- [4] 梁雪玉. 数字青年文化身份认同的建构机制、现实困境与重塑进路[J]. 太原理工大学学报(社会科学版), 2025, 43(6): 47-52+91.
- [5] 吴志远. 数字怀旧: 数字交往中的情感想象与文化认同[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2026, 40(1): 155-162.
- [6] 郑恩, 赵懋. “网感”何以超越“眼见”? Z世代“面基”中的数字信任优先与身体在场的消解[J]. 宁夏社会科学, 2025(6): 141-154.

- [7] 金晶. 从现实交流到虚拟呈现——“自我呈现”理论综述[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(5): 1263-1275.
- [8] Marwick, A.E. and Boyd, D. (2010) I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13, 114-133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- [9] 邹军华. 社交媒体中的自我呈现、自我认同与自我实现——仪式传播视域下的观察与思考[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2024, 51(6): 146-155.
- [10] 王树青, 佟月华, 苏霞. 社交网站自我呈现与大学生自我认同[J]. 济南大学学报(社会科学版), 2022, 32(3): 136-143.
- [11] 邢海燕. “国潮”与“真我”: 互联网时代青年群体的自我呈现[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2021, 42(1): 126-134.
- [12] 邓万春. 曼纽尔·卡斯特的网络社会与权力理论[J]. 国际社会科学杂志(中文版), 2022, 39(3): 137-148+11.
- [13] 罗文. 代际传播视域下的两代人婚姻观研究——对“催婚”与“恐婚”现象的传播学思考[J]. 新闻传播, 2022(3): 20-22.
- [14] 韩亚辉, 郭智敏. 离乡青年家庭微信催婚中的数字代际冲突——基于个体化的理论视角[J]. 新闻知识, 2023(6): 20-26+93-94.
- [15] 琚晓燕, 曹昕欣. 青年婚恋观的分化及其画像研究[J]. 平安校园, 2025(5): 6-15.
- [16] 王阳, 马小雷. 催婚: 现代社会家庭再生产的困境及其代际冲突——基于一位待婚女青年的生命历程研究[J]. 华东理工大学学报(社会科学版), 2019, 34(4): 26-34.
- [17] 刘彦, 崔英豪. 观念何以转移: 社交媒体婚恋话题对青年恋爱观的形塑路径研究——以小红书为例[J]. 青年发展论坛, 2025, 35(4): 16-27.
- [18] 贾兵洋, 朱晨, 何静. 数字媒介对“Z世代”青年的婚恋影响研究[J]. 时代青年, 2025(20): 13-15.
- [19] 李红革, 魏苏倩. 青年网络圈层化的生成机理、问题症候与调适策略[J]. 武陵学刊, 2025, 50(4): 113-121.
- [20] 袁光锋. “感受的共同体”: 数字媒介中的情感流通与认同建构[J]. 新闻与写作, 2024(1): 5-13.
- [21] 王慧聪, 杨宏伟. 网络生态治理视域下Z世代青年婚恋决策的信息茧房困局与破解[J]. 青年学报, 2025(6): 24-32.
- [22] 聂姐姐. 社交媒体使用对 Z 世代人群婚恋观的影响机制及优化策略研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 湖北大学, 2024.
- [23] 沈纪. 家庭互动模式影响青年群体婚恋观[N]. 中国人口报, 2022-12-22(003).
- [24] 韩梅. “文字讨好症”对 Z 世代网络社交关系的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2025.
- [25] 李月, 成前, 滕素芬. 我国未婚青年婚恋观念、婚姻焦虑及政策态度探究[J]. 青年探索, 2025(1): 27-37.
- [26] 张潇月. “副号即隐私”: Z 世代用户社交媒体信息发布行为特点研究[J]. 情报资料工作, 2024, 45(3): 60-69.
- [27] 《中华人民共和国民法典》[EB/OL]. 最高人民检察院网. http://www.spp.gov.cn/spp/ssmfdyflvdtgz/202008/t20200831_478417.shtml, 2026-02-26.