

谁是对的人：社交媒体如何影响青年人的择偶观

聂静虹，左翊廷，郑汉卿

摘要：青年是社交媒体中活跃的主角。社交媒体在成为青年主要信息获取渠道，便利他们生活的同时，也对他们的认知、态度和行为产生影响。择偶是青年日常生活中必不可少的需求，社交媒体的发展对青年择偶观的影响不容小觑。本研究主要探讨社交媒体对青年择偶观的可能影响路径及具体机制。通过对 29 名青年用户的深度访谈发现，社交媒体对青年择偶观存在四种中观层面上的影响路径，分别为理解、定向、表达和娱乐。在微观层面上，单一社交媒体平台使用和跨社交媒体平台使用这两种不同的社交媒体使用行为，通过影响青年用户的信息可见性及内容相关性，使其形成五种不同的感知，分别对青年择偶观产生不同影响。在这一过程中，社交媒体虽然存在信息茧房效应，但只有在一定程度上符合相关条件时才会出现，进而影响青年的择偶观。

关键词：社交媒体；青年群体；择偶观；媒介系统依赖理论；信息茧房

中图分类号：C913.1-05 **文献标识码：**A **文章编号：**1671-0169(2024)04-0143-14

DOI:10.16493/j.cnki.42-1627/c.20240606.001

一、引言

择偶即选择配偶，是社会成员根据一定的社会文化背景与个人条件选择异性生活伴侣的过程^[1]。择偶是年轻人在组建家庭过程中的必经阶段，适龄青年能否找到适合自己的配偶是关系到婚后家庭生活是否和谐幸福的基础^[2]。择偶观指的是对择偶的标准及择偶方式等问题的基本态度，它是个体以何种方式选择什么样的配偶以及确定自己配偶的内在标准和主观看法^[3]。简单来说，可以将其概括为择偶态度和择偶标准两个概念。其中，择偶态度侧重的是个体对于婚恋、生育等问题的看法和态度，择偶标准指的是个体对于择偶对象的内在要求和基本看法。择偶观根植于社会的文化结构中，又深受时代变化的影响。当下青年面临社会转型和多元价值的冲击和影响，其择偶观也呈现出多元化特征。

当代青年择偶观多样，且男女之间存在一定的差异^①。同时，社交媒体对当代青年择偶观存在

基金项目：国家社会科学基金项目“网络健康社区的运行机制及治理模式研究”(19BXW082)

作者简介：聂静虹，中山大学新闻传播学院，niejinghong@163.com (广东 广州 511400)；左翊廷，中山大学新闻传播学院；郑汉卿，中山大学新闻传播学院

^① 参见共青团中央：《当代青年群体婚恋观调查报告》，网址：https://mp.weixin.qq.com/s/OZI9_LDoUdIxJgVXQBqMRA，下载日期：2018年5月22日。

一定的影响^①。如今社会是一个多元文化汇聚与碰撞的社会,社交媒体作为现代最重要的文化载体,承载着文化思想的交融,推动着变化的形成,这种变化既有可观察到的具象变化,也有难以观察的观念变化,其中就包含择偶观的变化。举例而言,从传统的“男大当婚,女大当嫁”到当下“空巢青年”的出现^[4],就深刻体现了择偶观的时代变迁。现在的青年一代多数在互联网的影响中长大,作为互联网上的土著居民,与其说他们使用互联网,不如说他们沉浸在互联网之中,他们的择偶观自然也会随之发生转变。关于这种转变的原因,麦克卢汉^{[5] (P30)}曾提出“媒介即讯息”的观点:“任何媒介对个人和社会的任何影响,都是由于新的尺度产生的;我们的任何一种新的技术,都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”在这个观点中,胡泳^[6]认为,其中的讯息指的是技术创新所引发的变化。此外,人们与媒介的关系是相互构造的:既创造它们,也被它们所创造。从web1.0的门户网站时代到web2.0的社交媒体时代再到面向未来的智能媒体时代,社交媒体的发展随着互联网技术的更新迭代,其使用人群逐步扩大,影响范围增广,对人们观念的转变也产生重要影响。当下的互联网,经过近二十年的发展,进入了以社交媒体为主要代表的移动互联网时代^[7]。在对青年择偶观念的塑造中,互联网技术的发展不仅体现了特定阶段的发展进程,还深刻地折射出了互联网技术对社会文化和价值观念的影响。因此,本研究试图探讨以下两个问题:一是社交媒体对青年择偶观的可能影响路径;二是在当下的互联网发展阶段中,社交媒体具体影响青年择偶观的机制。

二、文献综述与核心概念探讨

(一) 社交媒体与青年择偶观

长期以来,对结婚和生子的期望一直是中国文化的重要元素,因为家族血统的延续在中国家庭中至关重要^[8]。然而,由于社会经济的发展和以社交媒体为主要代表的互联网产品的普及,近几年来社会上出现了结婚年龄增高^②、离婚率升高^③、出生人口持续下降等现象^④,这些变化在青年群体中十分明显。Chen等^[9]认为,关于择偶、婚姻和为人父母的愿望和偏好受到成长因素的影响,早在青少年和成年早期,个体对于另一半的期待和盼望就埋下了一个萌芽,可能影响最终成年后的择偶观^[10]。事实上,青少年和成年早期对另一半的愿望和期待已被证明是成年期关于择偶等行为的可靠预测指标^[11]。

就我国而言,学者们关于青年择偶观的研究大多围绕分析现状与发展变化展开。李婷等^[12]指出,当代大学生对于婚姻和生育仍有期待,但婚姻和生育的价值基础发生了变化,开始强调基于个体意义的恋爱、婚姻和生育的价值。陆峥等^[13]通过实证研究表明,当代青年择偶观出现变化的同时,传统择偶观对青年择偶观的影响仍然存在。此外,还有关于性别方面择偶观的研究。朱小芳^[14]指出,当代女大学生虽然具有较强的独立意识,但缺乏独立的行为和理性的引导。面对现实的择偶选择,她们更倾向于依靠男人和他的财产。这些研究都具有一定的理论意义和实践价值,

① 参见极光:《2021当代青年婚恋状态研究报告》,网址:<https://mp.weixin.qq.com/s/-dWhbvjlzXl1Jaxm-mupxOg>,下载日期:2021年8月17日。

② 第一财经:《中国青年结婚年龄不断提高:30~34岁占比大幅上升》,网址:<https://new.qq.com/rain/a/20211223A04YM200>,下载日期:2021年12月23日。

③ 中国法院网:《离婚率持续增高的原因调查及法理分析》,网址:<https://www.chinacourt.org/article/detail/2014/10/id/1466783.shtml>,下载日期:2014年10月23日。

④ 人民网:《我国出生人口为何持续下降?未来平缓下降趋势的关键是什么?权威分析来了》,网址:<http://health.people.com.cn/n1/2022/0120/c14739-32335818.html>,下载日期:2022年1月20日。

但都缺乏对于某一因素如何具体影响青年择偶观机制的分析。

随着社交媒体的发展和“社交”理念的普及,越来越多的媒体介入社交功能,正在改变着人类的交往方式和社会活动^[15]。社交媒体对青年群体有着独特的吸引力,其飞速发展也为青年之间带来了更多的交流机会^[16],为青年的情感表达提供了一个方便、快捷的平台。此外,社交媒体也与青年择偶观的变化发展密切相关。择偶,作为人们生活中必不可少的现实需求,其观念的变化也会随着社交媒体的发展而产生巨大的变迁。由社交媒体使用所带来的碎片化生存以及社交网络中由“拟态自我”所引发的心理变化^[17],会间接影响青年择偶观的形成。总的来看,社交媒体已是当下青年日常生活中必不可少的一部分,会贯穿于青年择偶的各个阶段,并对他们的择偶观产生重要的影响。

(二) 媒介系统依赖理论

鲍尔-洛基奇(Ball-Rokeach)和德弗勒(DeFleur)于1976年提出了媒介系统依赖理论(Media System Dependency, MSD),这个理论强调了一个概念框架,为媒体与个人的互动以及对人的影响进行细致的分析提供了理论基础。这一概念框架假设受众依靠大众传媒来满足其对信息的持续需求,并利用大众传媒进行社会交往。因此,受众利用从媒体那获得的信息与他人互动,并以新闻或娱乐的形式了解文化、价值观和规范^[18]。媒介系统依赖理论认为,随着社会的现代化和通信技术水平的提高,个人不能仅仅依靠人际关系作为信息来源。因此,媒介是满足受众目标的信息系统^[19]。在此基础之上,这一理论进一步指出,依赖一词为“一方需求的满足或目标的实现取决于另一方资源的关系”,依赖的需要可能包括理解世界的需要、定向的需要以及游戏的需要。因此,受众的目标越高,他们对大众媒体的依赖程度就越高,同时媒体提供的信息影响受众感知、行为和态度的可能性就越大。当下,公众越来越依赖媒体,因为社会变化的加速和不确定性导致媒体在当前社会中发挥多功能作用。

媒介系统依赖理论已被广泛应用于多项研究。最近的研究表明,因为用户已经扩大了他们的依赖关系,导致传统媒体的影响下降,而社交媒体的影响相对增大。Kim等^[20]在将媒介系统依赖理论的理论框架应用于社交媒体研究时观察到,除了传统媒介系统依赖理论模型中的基本需求(理解、定向和游戏)之外,表达需求也是用户的基本需求之一,社交网络将用户从信息接收者的地位提升为媒体内容的创造者和接受者。当下,媒介系统依赖理论能够被应用于研究社交媒体对青年择偶观的影响路径。这是因为,在使用社交媒体的青年群体中,一方面,作为情侣博主或婚恋领域自媒体账号的信息可见性增加,这使得用户更容易看到各种情侣生活日常等与择偶观相关的内容,接受更多择偶观的输出。另一方面,社交媒体技术进步赋予用户传播成本的降低,使得个体的内容生产与互动表达成为可能,用户可以在平台上分享自身的择偶观,也可以与其他用户在虚拟空间中沟通讨论。因此,媒介系统依赖理论能够帮助我们厘清社交媒体所带来的信息冲击对青年择偶观的影响。

(三) 社交媒体的算法推荐与信息茧房效应

信息茧房(Information Cocoons)最早由桑斯坦^{[21] (P8)}在《信息乌托邦:众人如何生产知识》中提出,在网络信息传播过程中,由于公众的信息需求并非全方位的,他们只会注意自己选择的内容和使自己愉悦的信息,久而久之就将自身桎梏于像蚕茧一般的“茧房”之中。面对大量的信息,人类的注意力是有限的,当无法处理超载的信息时,他们通常会根据自己的兴趣有选择地参与,并根据个人喜好过滤和选择信息,以保持注意力集中和心理舒适^[22]。

信息茧房的概念出现以后,引起了学术界很大的关注。但信息茧房效应是否真的存在,尚存有争议。有学者认为,在当下以算法推荐为主要信息获取渠道的社交媒介环境中,信息茧房效应会变强,精准的信息供需匹配技术加强了信息传播的效果,较之传统媒体,社交媒体所构建的拟

态情境个性化更加凸显,更能迎合受众的个人主观情境^[23]。同时,由于用户往往倾向于选择和关注自己喜欢的事物或者能让自己快乐的信息领域,不愿意主动关注其他信息,从而导致信息茧房效应的产生。从长远来看,这会限制他们获取信息的广度和深度^[24]。有中国学者探讨了大学生群体陷入信息茧房的原因及其影响,并最终提出加强高校信息素养教育以消散信息茧房的合理路径^[25]。

另一方面,关于当下内嵌算法推荐技术的社交媒体上的信息茧房效应是否真的存在也有不同看法。信息茧房效应并未得到普遍的实证支持。有学者认为信息茧房不会导致人们只是沉迷于同质化的内容之中,从而进一步影响其观念和行为。例如,虞鑫等^[26]从价值理性的角度出发,指出用户在使用智能媒体时会在“信息效率”和“信息多元”之间取得平衡,即使某一媒介或应用制造了相对封闭的信息茧房,也并不妨碍用户通过其他媒介或应用程序获得多样化的信息。也就是说,无论个人偏好如何,人们都有机会经常通过不同媒介获得多样化的内容。这两种情景的假设前提都是源自用户的跨社交媒体平台使用行为。因此,从跨平台使用的角度上说,信息茧房效应产生的概率更低,用户在其中的信息接收过程并非完全等同于单一同质的媒介内容消费,多重平台的使用也没有完全限制不同内容和意见的信息暴露。而在单一社交媒体平台使用的过程中,出现“信息窄化”的可能性更高。但也有学者指出,用户可以通过“信息偶遇”行为,即偶然间不经意接触某一类信息,从而接触到多样化的内容和观点^[27],信息茧房效应也由此被打破。本研究在研究发现部分将引入用户可见性与相关性的概念,具体分析两种不同的社交媒体使用行为——单一社交媒体平台使用行为和跨社交媒体平台使用行为所打造的拟态环境在何种情境下会产生信息茧房效应以及其对青年用户择偶观的影响。

三、研究方法

(一) 访谈对象基本信息

青年年龄组在国际上没有一个普遍认可的定义。联合国将“青年”定义为年龄介于15岁与24岁之间的人。在我国,《中国共产主义青年团章程》将青年的年龄界定为介于14岁与28岁之间的人。综合以上两个关于青年的年龄界定,并实际考虑到研究的伦理规范,本研究将关于青年的年龄界定为18~28岁的人。本研究通过网络招募的形式寻找访谈对象。访谈对象共包含男性16名,女性13名,年龄在18~28岁不等。地区分布为:东北地区3人、华北地区4人、华中地区9人、华东地区3人、华南地区5人、西南地区2人、西北地区3人。其中,来自农村社区的9人,来自城市社区的20人。访谈对象的社交媒体使用年限在2~12年不等,共有29人。访谈对象基本信息如表1所示。

(二) 数据获取

本研究通过深度访谈获取研究数据,通过线上或线下两种途径展开访谈。研究者分别对29个访谈对象进行半结构式访谈,每个访谈者的时间在40~85分钟之间不等。访谈主要围绕以下5个主题展开:(1)社交媒体日常使用的基本情况;(2)社交媒体上可见的与择偶观相关的信息;(3)社交媒体上可见的与择偶观相关的信息、与择偶观相关的利用社交媒体的自我表达以及与他人互动的行为对现实择偶观产生的影响;(4)社交媒体上可见的与择偶观相关的信息与自身观念、兴趣和爱好的关联度以及其对现实择偶观的影响;(5)除社交媒体外,择偶观还受哪些因素影响。

(三) 数据分析

分析质性数据最具影响力的模式是扎根理论。扎根理论模式的第一阶段就是要在数据编码中编出尽可能多的范畴,之后在此基础上进行整合,以构建理论模型。本研究借助Nvivo12 plus的自

表1 访谈对象基本信息

访谈编号	性别	职业	年龄(岁)	教育程度	社交媒体使用年限(年)
S1	女	研究生	24	硕士研究生在读及以上	7
S2	男	研究生	23	硕士研究生在读及以上	5
S3	男	待业	25	大专	10
S4	男	企业员工	24	高中及以下	9
S5	男	大学生	22	本科在读	4
S6	男	研究生	25	硕士研究生在读及以上	10
S7	女	研究生	26	硕士研究生在读及以上	11
S8	女	研究生	23	硕士研究生在读及以上	7
S9	女	研究生	22	硕士研究生在读及以上	5
S10	女	大学生	21	本科在读	4
S11	女	公务员	24	本科	8
S12	男	大学生	19	本科在读	6
S13	男	公务员	23	大专	5
S14	男	公务员	23	硕士研究生在读及以上	8
S15	男	研究生	23	硕士研究生在读及以上	5
S16	男	研究生	23	硕士研究生在读及以上	6
S17	女	研究生	24	硕士研究生在读及以上	8
S18	女	教师	28	硕士研究生在读及以上	12
S19	女	企业员工	28	高中及以下	10
S20	男	企业员工	28	高中及以下	11
S21	男	企业员工	24	高中及以下	9
S22	女	待业	19	高中及以下	6
S23	男	个体工商户	19	高中及以下	3
S24	男	待业	20	高中及以下	4
S25	女	个体工商户	21	高中及以下	7
S26	女	企业员工	21	高中及以下	8
S27	男	企业员工	18	高中及以下	2
S28	男	个体工商户	22	高中及以下	7
S29	女	个体工商户	22	高中及以下	5

动编码和手动编码功能，采用扎根理论的三级编码方式对访谈文本进行处理。

在第一阶段的操作中，本研究对访谈所得到的资料进行整理，将与原始材料文本中与研究主题相关的语句进行编码，赋予其概念，提取出有效的初始概念（如表2所示），共计提取出104个有效初始概念。在第二阶段，通过演绎与归纳，按照一定的逻辑关系不断比较开放式编码阶段所得到的范畴，进而通过彼此间的排列与组合，凝练成更高抽象层次的主范畴^[28]。通过提炼，最终获得20个主范畴和51个副范畴，如表3所示。

第三阶段的向量化过程也被称为选择式编码。选择式编码是在分析和调试第二阶段主轴式编

表2 开放式编码（节选）

原始材料选编	初始概念
有一定的经济实力,能够满足最基本的生活条件需求	经济条件
比如说可能会找公务员、教师这类的	体面工作
社会关系也很重要,它体现了一个人在社会上与他人相处的能力,也是社会地位的体现	有一定的社会关系网络
最好是硕士研究生及以上	高学历
例如“985”“211”这类的名校	就读于知名大学
……	……

表3 主轴式编码

主范畴	副范畴
单一社交媒体平台使用	通信类社交媒体(例如微信)使用、社区类社交媒体(例如微博)使用、论坛类社交媒体(例如百度贴吧)使用、短视频类社交媒体(例如抖音)使用
跨社交媒体平台使用	通信类、短视频类、社区类、论坛类四类社交媒体使用两种及以上
自然婚育	合适状态下婚育
非自然婚育	早婚早育、晚婚晚育、不婚不育
同性婚姻	男性同性婚姻、女性同性婚姻
重视外在条件	财富水平、社会地位、外貌身材、教育背景
重视内在条件	兴趣爱好、道德品质、性格、气质
单一社交媒体平台使用的拟态环境	用户可见性高但相关性低所致的拟态环境、用户可见性低但相关性高所致的拟态环境
跨社交媒体平台使用的拟态环境	用户可见性高但相关性低所致的拟态环境、用户可见性低但相关性高所致的拟态环境、用户可见性和相关性同时高所致的拟态环境
社交媒体对择偶观的积极影响	多样性择偶选择、社会网络支持、表达自我观点
社交媒体对择偶观的消极影响	虚假信息、同质化内容、极端言论、广告骚扰
家庭因素	父母婚姻经历、父母期望
文化因素	传统习俗、封建束缚
社交媒体因素	理解层面、定向层面、表达层面、娱乐层面
除社交媒体外的其他媒体因素	线上媒体(例如门户网站等)、线下媒体(例如海报、报纸等)
人际传播	身边朋友择偶经历、身边朋友择偶叙事
经济因素	收入水平、原生家庭经济情况
个人因素	以往择偶经历、个人内外在条件
接纳多样的择偶观	认可多样的择偶观念、改变原有的择偶观念
原有择偶观的固化	自身秉持择偶观念的加强、向他人推介自身的择偶观念

码的基础上，得出具有高度概括性的核心编码。本研究通过对主范畴概念的重新分类，共提炼出编码7条，分别为“主要社交媒体使用行为”“社交媒体上可见的择偶态度”“社交媒体上可见的择偶标准”“拟态环境”“社交媒体对择偶观的影响”“影响择偶观的因素”和“影响结果”，如表4所示。

表4 选择式编码

选择式编码	主范畴
主要社交媒体使用行为	单一社交媒体平台使用、跨社交媒体平台使用
社交媒体上可见的择偶态度	自然婚育、非自然婚育、同性婚姻
社交媒体上可见的择偶标准	重视外在条件、重视内在条件
拟态环境	单一社交媒体平台使用的拟态环境、跨社交媒体平台使用的拟态环境
社交媒体对择偶观的影响	积极影响、消极影响
影响择偶观的因素	家庭因素、文化因素、社交媒体因素、除社交媒体外的其他媒体因素、人际传播、经济因素、个人因素
影响结果	接纳多样的择偶观、原有择偶观的固化

（四）理论饱和度检验和模型建构

本研究在定性调查的对象选择中遵循了“最大差异的信息饱和”方法。同时，本研究的编码过程由2名经过培训的研究人员独立完成，通过多次对原始资料进行重新分析后并没有发现新的概念和范畴。之后用预留的5名青年成员的访谈材料进行理论饱和度检验，结果显示，访谈材料中也未出现新的概念和范畴。因此，理论饱和，由此建构理论模型（如图1所示）。

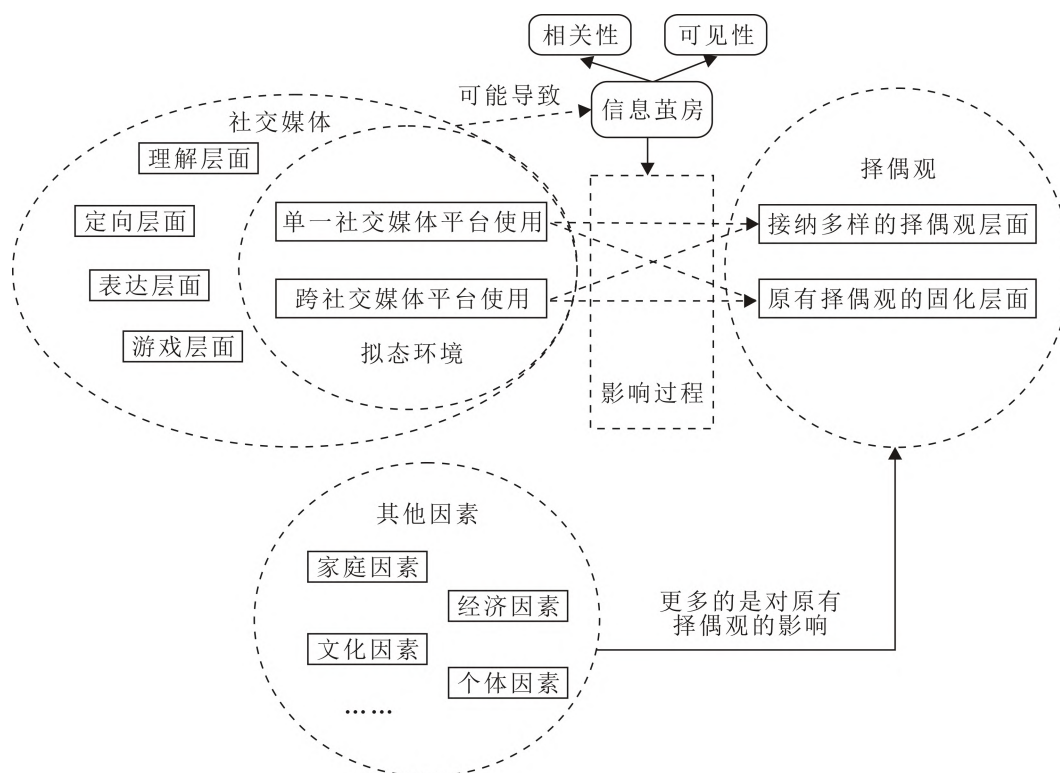


图1 理论模型

本研究在梳理分析、反复比对选择式编码生成的核心范畴中发现, 社交媒体因素和家庭因素、经济因素、文化因素、个体因素等其他因素共同影响了青年的择偶观。社交媒体对青年择偶观的影响, 建立在家庭、经济、文化、个体等因素对青年择偶观的影响之上, 有理解、定向、表达和娱乐四种路径。而社交媒体对青年择偶观的影响机制, 取决于不同社交媒体平台的使用行为。不同平台的不同使用行为, 决定了青年用户可见的信息流内容不同, 其与自身观念、兴趣和爱好的相关性也不同, 由此构建的拟态环境对青年择偶观的影响也不同。具体表现为两种结果: 一是促使青年用户接纳多样的择偶观; 二是固化青年用户原有的择偶观。在这一过程中, 存在社交媒体的信息茧房效应, 但只是在一定程度上符合相关条件才会出现, 进而影响青年的择偶观。具体产生条件会在研究发现的第二部分深入讨论。

四、研究发现

(一) 社交媒体因素对青年择偶观的影响路径

1. 理解: 对多元择偶观的容纳, 对自身择偶观的认同。媒介系统依赖理论认为, 个人像社会系统一样与媒介系统产生依赖关系。个人受谋求生存与发展两种基本动机的驱使, 树立起三种目标: 理解自身与社会、确定方向, 并获得娱乐^[29]。在本次研究中发现, 社交媒体对青年择偶观的影响在理解层面可概括为对自我择偶观的认同和对他人择偶观的认可。首先是对个人择偶观的认同, 社交媒体所容纳的信息更加广泛、多元, 用户在算法、个人兴趣等因素的驱动下较容易寻找到与之价值观相同的信息, 从而得到心理上的支持与安慰。

因为我们不得不感慨, 在现代信息技术条件下的社交媒体发挥的一个扩散作用, 它把更多样性的择偶选择表达了出来, 让更多拥有相同观念的人们聚集在了一起, 形成了

一个一个的群体。一些晚婚的男性和女性,或者说跟我一样提倡合适条件下婚育的人,也在一起得到了安慰。(个案05,男)

他们(她们)一个个陌生人安慰了我,支持了我。(个案22,女)

除了个体自我认知层面的理解外,社交媒体上多样的择偶观表达也使用户感知到择偶观并非只有单一色彩,其中的观点呈现明显的多元化特征。在社交媒体中,不同节点用户之间的内容表达相对自由,发表观点较为广泛,让参与其中的用户接触到多重色彩的择偶观,从而促使其加深对持有不同择偶观群体的理解。

对于社交媒体上不婚不育的这种观点,我通过他们(她们)的一些表达,也是很了解他们(她们)的困境并尊重这种观点的。(个案04,男)

他们(她们)的行为在我父辈那里肯定是不可能被接受的,但通过这样一个窗口,一个平台(社交媒体),他们的一些表达,我是可以理解他们(她们)的。(个案17,女)

总体来看,社交媒体平台对不同观念表达的汇聚与容纳,为青年用户更好理解自我与他人的择偶观提供了一个很好的途径。

2. 定向: 社交媒体所打造的拟态环境影响青年实际的择偶选择。现代社会信息泛滥,个体不可能通过亲身经历的方式来获取生存所需的所有信息,其认知客观事物的方式往往是需要通过各种媒介。李普曼曾在《公共舆论》中提出拟态环境的概念,表明了个体了解客观世界的中介化效应,这个中介即媒介可以重组和再构现实事件,从而构造了一个有别于现实环境的拟态环境。在社交媒体的媒介环境中,由于技术的赋权,所有人都可以成为信息生产的“媒体”,所有用户共同参与了社交媒体中的拟态环境建构。面对海量的信息,信息的接收者也难以做出准确的判断。因此,今天的受众在拟态环境中会受到更多不实信息的困扰。此外,不同用户参与的内容生产,使得碎片化信息变为常态。而碎片化信息对真实世界的反映是片段的,人们通过碎片化的拟态环境所认识的世界,往往也是不完整的、碎片化的^[30]。与此同时,由社交媒体所打造的碎片化的拟态环境也会对青年择偶观产生影响。这是因为,拟态环境对于现实环境具有反作用,人们对拟态环境认知后做出的行为会反作用于现实环境,使现实环境发生改变^[31]。个案03由于长期接触某社交媒体上碎片化的与择偶观相关的难辨真假的的信息,导致其部分择偶观发生变化。

比如说在“小X书”(某社交媒体平台)上看见过,在南方有些落后地区,男的花了很高的彩礼娶了一个女的,然后背负了很严重的彩礼贷,导致他们婚后爱情水平下降,夫妻之间的矛盾非常多。最近那个地区有个事情闹得很火,弄1888万的一个彩礼,然后还被拒绝了……导致我不敢娶X省的人了!以(社交媒体上)这种说法,结个婚可能就给我结穷了!还有就是,我觉得择偶标准不能太物质化,应该更看重内在。(个案03,男)

同时,用户在使用社交媒体时,信息质量鱼龙混杂,一些社交媒体的内容审核和过滤机制尚不完善,一些偏化、激化的认知可能会引起部分用户产生心理焦虑等不良情绪。

我在社交媒体上感觉男同性恋好多,作为一个单身女性,现在觉得我不仅要跟女生抢男朋友,还要跟男生抢男朋友了,真的让我很无语……我现在也算是大龄剩女了,这些(社交媒体上的)内容让我感觉择偶压力很大,好像催促着我赶紧找个人嫁了。(个案07,女)

社交媒体在对青年实际择偶观的影响方面,还可以体现在放大或缩小部分择偶标准因素,这与笔者所探讨的社交媒体拟态环境可能导致的信息茧房效应存在较大联系。用户通过长时间接触某一类与择偶观相关的信息,会对其实际择偶选择产生影响。个案09和个案21就是两个案例,其原来的择偶标准在家庭因素和文化因素的作用下是重视内在,但通过对某短视频社交软件的长时间使用,其择偶标准发生改变。

以前都是听父母说,要找个人品好的,但我看那上面(某短视频社交软件)都是那么好看的,我也想找一个长相好的。(个案09,女)

(某短视频社交软件)看的是美女推的也是美女,在这样一种“熏陶”下,你很难不想找一个美女。(个案21,男)

3. 发声:“我们”共同体下的支持性表达。以计算机为中介的虚拟沟通和社交打破了时空限制。这种发生在网络虚拟空间中的交往是否可以跨越时空给予人们有效的情感支持和信息支持,一直是网络社区所关注和讨论的议题。杨逐原等^[32]认为,传统的面对面交往一直是获得社会支持的有效方式,作为新新媒介人类社交实践的重要场域,社交媒体丰富了人们获取社会支持的渠道。由此构成了跨越地理空间的由情感纽带所联系的“我们”共同体。

之前听老一辈的人说的观念就是“男大当婚,女大当嫁”,但通过(社交媒体)看到的许多观点,这些都表明晚婚晚育的并不是只有我一个,有很多女白领都是如此呀!(个案19,女)

(社交媒体)可以让不同择偶观念的人聚在一起,相互讨论,互相安慰。(个案08,女)

虚拟社区中的社会支持,不仅体现在认知层面构建了“我们”的概念,也体现在实际行动层面,社交媒体为用户表达对“我们”共同体的支持提供了平台。不管是强调弱连接的社交媒体平台(例如微博),还是强调强关系的社交媒体平台(例如微信),表达自我的信息流动都是维持社交媒体正常运转的关键机制。

同性恋群体也有了自身的发声渠道……这洗刷了外界对于同性恋群体的污名化,让更多的人尝试接触这一群体,了解这一群体,尊重这一群体,甚至加入这一群体,勇敢地表达自己真正的择偶观。(个案01,女)

以上的支持性表达以及由此形成的“我们”共同体与社交媒体的技术可供性密切相关。李春雷等^[33]认为,多元主体间的话语、意见的生产与传播往往粘连着复杂的群体情感,互联网时代的公众从某种意义上就是一个情感共同体,互联网尤其是社交媒体的技术可供性是情感公众形成的重要动力之一。在社交媒体的环境中,“我们”共同体的情感属性被进一步加强,表达——无论是自我表达还是群体发声,都会影响到参与个体的择偶观。

社交媒体让我看到我关于择偶的观念有一大群人也是如此,我也会发声支持我们的这种看法……这加深我本身持有的这种不婚不育的择偶观念的看法。(个案08,女)

4. 游戏:娱乐潮流中对自身择偶观的反思与调整。泛娱乐化时代,一切内容的表达都以娱乐化的方式进行,由此所构成的媒介话语环境会对人们认知思考事物产生影响。与此同时,娱乐化也会随着媒介的使用逐渐扩散成为公众话语表达体系的普遍结构。社交媒体就具有相当强的社交娱乐的功能。现代人工作压力大或精神世界空虚,部分选择依靠社交媒体释放焦虑和空虚情绪。因此,用户的娱乐需求极其重要。部分用户会在泛化的娱乐中逃避现实压力,获得短暂的放松。以波兹曼的观点来看,当下社交媒体时代被娱乐化、碎片化信息不经意间“喂养”的用户群体,由于其短期或长期浸染在“娱乐过剩”的媒介环境中,其认知和反思事物的框架也会被娱乐化所影响。在个案05中,访谈对象在对社交媒体上可见的关于某名人的婚姻事件的娱乐嘲讽中,不仅是“吃瓜”娱乐本身,也暗含了对自身择偶观的反思。

王X强的“瓜”谁不知道啊!他的媳妇,那是相当的好看,非常漂亮,而且生了两个儿子,但是就是这个女人人品相当不行,不仅抛弃了X强还把钱给卷走了,人品非常差。所以,我个人认为还是要找一个人品比较好的,不能光看颜值。(个案05,男)

此外,由于社交媒体本身的娱乐特性要求所有在经由此种媒介传播的信息都以相对统一的话

语结构和逻辑进行,即以轻松的话语传播,使得用户在娱乐的媒介环境中接收信息,进而可能影响他们对现实世界的认知、态度和行为。个案06因长期对某视频分享网络平台博主的关注,自身择偶观逐渐被该博主所影响。

我在抖音上关注过一对情侣,拍一些他们日常的生活,虽然很搞笑,但是也很温馨,感觉他们生活平平淡淡的……搞笑之外流露出来的那种温馨、平淡挺吸引我的,感觉这才是真的生活,不需要过度追逐物质,简单一点生活。(个案06,男)

以上总结了社交媒体对青年择偶观的四种影响路径,接下来将具体探讨影响机制的问题。

(二) 社交媒体所打造的拟态环境影响青年择偶观的具体机制

为了更加详细地阐释社交媒体对青年择偶观的影响机制,本研究引入了可见性与相关性的概念,以具体分析社交媒体所打造的拟态环境在何种条件下会产生信息茧房效应及其对青年择偶观的影响。可见性(Visibility)概念包含多重内涵,主要指的是客体通过何种方式被公众看见,其往往需要通过某种媒介来实现可见。在大众媒体时代,学者们通常使用框架、把关和议程设置等术语来描述媒介如何塑造可见性。随着媒介技术的不断进化,可见性也随着介质不同而发生改变^[34]。Stohl等^[35]将可见性概念化为信息的可获得性、传播信息的批准以及第三方信息的可获得性三个属性的组合。从用户视角来分析可见性概念,与上述定义中的信息可获得性密切相关。为了更加清晰地展现可见性的概念,本文将可见性概念予以细化,从信息接收者、信息传播者和传播媒介的角度,将其分为三个方面:(1)对于信息接收者来说,需要什么可见?(2)对于信息传播者来说,什么能够可见?(3)对于传播媒介来说,何以实现可见?对于信息接收者来说,需要什么可见就引出与可见性密切相关的另一概念——相关性,即可见的信息内容与自身观念、兴趣和爱好相关联的信息内容的匹配程度。本研究在借鉴以往研究的基础上,采取用户视角,从用户接受信息的角度分析社交媒体中用户可见性与相关性的关联以及其对青年择偶观的影响。

信息技术面前,用户的作用不可忽视。一部分学者认为信息茧房效应的研究核心在于用户,而非算法推荐。实际上,早在20世纪中叶,就有学者提出受众的信息选择性接触行为,指出人们更愿意去接触与自己原有态度一致的信息。尤其是当下社交媒体泛滥的时代,用户的可选择性极大,也可以同时使用多种社交媒体平台,由此所看到的信息内容应当是广泛而多元的。在资料整理的过程中,为了更加详细地阐释社交媒体使用行为对青年用户择偶观的影响,根据访谈资料的编码结果,本文将具体划分为单一社交媒体平台使用行为和跨社交媒体平台使用行为两种。由此,可以更加清晰地看出,青年用户不同社交平台的使用行为,是如何通过内容的可见性与相关性对其择偶观产生不同影响的。

1. 单一社交媒体平台使用行为所导致的情况。部分访谈对象曾单一使用某一具体的社交媒体平台,囿于使用行为以及具体社交媒体平台的算法推荐机制,由此出现两种结果:第一种结果是可见性高而相关性低,即社交媒体信息流上可见的择偶观多样,但与用户自身的观念、兴趣和爱好的关联程度低,这可能促使青年用户接纳多样性的择偶观。

多样性是很有正面影响的。社交媒体上会有一些比较新潮的思想,或者说择偶行为方式,大多数与我的观点相左。但是通过这样一种方式可以让我了解和接纳不同的择偶观念,我觉得还是比较重要的。(个案07,女)

不论(社交媒体)观点如何多样,我的择偶观还是受我父母影响较大。但通过看朋友圈,一些不一样的择偶看法也使我逐渐接纳(他们/她们的看法)。(个案18,女)

第二种结果是用户可见性低而相关性高,即社交媒体上呈现的信息流内容都是与自身择偶观念相同的、相近的,由此可能导致原本择偶观的加强,产生信息茧房效应。

内容感觉是同质的,没有感到什么多样性,大多数都是和我价值观相同的或者说我喜

欢看的。我看到了许多与我相同的择偶观,这会让我感受到不只有我一个人有晚婚的这种看法……一些博主的观点我是很认同的,这加强了我原本的看法(择偶观)。(个案10,女)

2. 跨社交媒体平台使用行为所导致的情况。除了上述单一社交媒体平台使用的个案之外,多数访谈对象都是跨社交媒体平台使用。研究发现,面对跨社交媒体平台使用行为的情况,出现的用户感知结果有三种。第一种结果是可见性低而相关性高,即社交媒体上可见的内容相对同质化且与自身的观念、兴趣和爱好高度相关,这会促成原本择偶观的加强。第二种结果是可见性高而相关性低,即可见的内容多元化但与自身的观念、兴趣和爱好不相匹配,在这种情况下,社交媒体因素也会促使原本择偶观的加强。

社交媒体上择偶观的多样性确实更明显了。“小X书”(某社交媒体平台)上就可能有些女性或者男性经常发表自己的择偶观。比如说有的女性是想嫁给一个富二代,有的女性想嫁给一个喜欢她的人,有的女性想嫁一个跟她有相同志向的人,这些情况都表明在社交媒体上,择偶观变得越来越具有多样性了。通过看许多人的一些择偶观,可能会拓宽自己对择偶这件事的看法,然后可能也会潜移默化地产生一些可能没有发现的影响。但社交媒体上的信息总的来说鱼龙混杂,有真有假,有好有坏,对于这些信息,只能做一个参考,取其精华去其糟粕。一些内容太过浮夸,让我感觉还是我原本坚持的自然婚育的观念好。(个案02,男)

这种现象的产生与社交媒体的内容生产有关,部分信息缺乏有力的信息证实。同时,过多的信息也超越了人脑的处理速度。尼尔·波兹曼将这种现象称之为“信息委琐”(Information-trivia),即信息的失控与泛滥。社交媒体上的信息,如果缺乏相应的过滤和优化供需匹配机制,没有考虑到用户的实际信息需求,其结果并不会导致信息茧房效应的产生,反而会导致用户对其内容多样性的反感,从而加深原本固有的择偶观。

此外,在跨社交媒体平台使用行为中,还存在第三种结果——可见性与相关性都高,即信息多元化且在算法匹配的机制下所呈现的信息流内容与自身的观念、爱好和兴趣高度相关,这种情况下既有可能促使多样性择偶观的接纳,也有可能固化自我原本的择偶观。

社交媒体给大家这样一种渠道去呈现自己的择偶观,或者说有机会表述一些不一样的想法……我所看到的很多择偶观都是跟我相同的,但我也看到了许多不同的观点……因为最简单地来讲,如果说把时间线往前拉一些,回到几十年前,我们会发现在那时候,大家其实不太会像现在这样去认可一些与自身选择不同的方式,因为大家会觉得我怎么会跟其他人不太一样,我是不是太小众了,是不是太孤僻了,但是现在社交媒体会给大家一种“抱团”的机会,给你一种安全感,你会觉得其实这样一种不一样的择偶观可能也是应该被包容的,所以你说得对,我说得也对,我的择偶观也是应该被认同的。(个案05,男)

综上所述,社交媒体所打造的拟态环境对于青年择偶观的影响机制可概括为两种不同的媒体使用行为所导致的五种不同结果。在单一社交媒体平台使用的过程中,当内容可见性高但相关性低时,社交媒体会促进青年用户多样性择偶观的接纳;而当内容可见性低但相关性高时,会出现信息茧房效应,社交媒体会导致青年用户原本择偶观的加强。

而在跨社交媒体平台使用的过程中,当内容可见性低但相关性高时,同样会出现信息茧房效应,社交媒体会促进青年用户原本择偶观的加强;而当内容可见性高但相关性低时,与单一社交媒体平台使用不同的是,社交媒体会促使青年用户自我原本择偶观的加强,这与信息过量缺乏相关的过滤机制有关。此外,还有可能出现可见性和相关性同时高的情况,促使青年用户接纳多样性择偶观的同时也可以固化自我原本的择偶观。

五、讨论与总结

当今社会,社交媒体日益成为人们最主要的信息获取渠道,随着其用户人数的不断增长、传播权力的逐步增大,对用户的影响和控制也会加强。本研究主要探讨了两个问题:一是社交媒体对青年择偶观的影响;二是社交媒体所打造的拟态环境影响青年择偶观的具体机制。在对第一个问题的讨论过程中,本研究使用了媒介系统依赖理论,立足用户视角,探讨了中观层面上社交媒体对青年择偶观的四种影响路径——理解层面、定向层面、表达层面和娱乐层面。这是媒介技术进步给青年群体择偶观带来的数字福祉,在青年认知自我、表达自我、尊重他人选择等方面有着促进作用,但同时社交媒体对青年择偶观的负面影响也是显而易见的。

更进一步,微观层面上,社交媒体对青年择偶观的具体影响是通过其所打造的拟态环境来实现的。这是本研究探讨的第二个问题。社交媒体上的信息并非对客观现实的真实再现,囿于媒介特性及其主客观因素,它对于现实世界的呈现表现出碎片化的特点。在实时更新的巨大信息洪流中,社交媒体所打造的拟态环境中用户能够接收到何种可见的信息,这种信息与自身的观念、兴趣与爱好的关联程度如何,我们可从这样一种视角分析社交媒体所打造的拟态环境对用户择偶观影响的机制。而且,考虑到用户通过社交媒体接收与择偶观相关信息的不同情况,即主动的信息搜索与被动的信息偶遇中算法推荐所发挥的不同作用,本文具体探讨了单一或跨平台媒介使用行为中,信息茧房发生的具体条件及其在此情况下所产生的影响。

研究发现,在社交媒体所打造的拟态环境中并不一定会产生信息茧房效应,这要结合用户的社交媒体使用行为和社交媒体上可见的信息内容与自身观念、爱好和兴趣的关联程度来具体分析。具体到青年择偶观的影响机制,两种不同的社交媒体使用行为会导致五种不同的用户感知结果,社交媒体既可能会促使青年用户接纳多元的择偶观,也可能促使其原有择偶观固化。在跨社交媒体平台使用行为当中,还有一种特殊情况,社交媒体可能在既促使青年用户接纳多样性择偶观的同时,也固化了原本的择偶观。

因此,在算法端提升信息供需匹配机制的同时,在用户端,也要提升用户的媒介素养。尤其是用户的社交媒体素养,不仅是作为信息接收层面的“观看者媒介素养”,也有合理使用社交媒体以帮助自身形成符合现实条件择偶观的“使用者媒介素养”。在享用社交媒体提供便利的同时,青年用户也要合理地、审慎地接收其中的信息,利用好社交媒体平台,增强相关信息素养,加强网络保护意识,提升网络保护能力,使社交媒体平台真正惠之于己。更宏观层面上,相关主管部门一方面需要思考如何利用社交媒体平台传递正确的主流信息,加强对青年择偶观念的引导;另一方面也要考虑如何清理不良和有害信息,打造和谐的社交媒体舆论场,从而避免网络舆论的过于极端化和两极分化现象。例如本研究中反映出的社交媒体平台上过于极端的“女权主义”和“男权主义”言论问题,这些信息往往会加剧舆论场上两性的对立,对青年择偶观产生极其不好的影响。由此看来,相关责任部门的“清”(清除危害)和“引”(引导思想)对于网络生态环境的治理和青年思想的正确引领都具有重要意义。

此外,理论层面上,本研究具有一定的创新。本研究引入相关性与可见性的概念具体分析社交媒体所打造的拟态环境在何种条件下会产生信息茧房效应。与以往研究不同的是,本研究并没有从算法控制端分析社交媒体中的信息茧房效应,而是回到了信息茧房这一概念的本身——用户只会关注与自己观念相同和使自己愉悦的信息——来分析实际用户对社交媒体中可见信息流的自我感知效果,其可见的信息流中的内容是否与自身的观念、兴趣与爱好相匹配,从而影响信息茧房效应的产生与否以及其对用户择偶观的具体影响,这丰富了有关社交媒体中信息茧房效应的研

究视角。

社交媒体只是影响青年择偶观的一个因素,其背后有着其他种种因素的影响,例如本研究梳理的家庭因素、文化因素、除社交媒体外的其他媒体因素、人际传播、经济因素等。在青年用户广泛使用社交媒体前,这些因素中的某些因素可能是影响青年择偶观形成的决定性因素。但不可否认的是,在社交媒体深入影响社会方方面面的现状下,它对青年人择偶观的影响无疑是巨大的。基于如此考虑,本研究仅深入探讨了社交媒体对青年择偶观的影响。

参考文献

- [1] 王水珍.改革开放30年与青年择偶观念的变迁[J].中国青年研究,2008(1).
- [2] 贾志科,王闯.自主抑或被动:在职青年的择偶途径及影响因素——基于983名城市青年的实证分析[J].西北人口,2022(3).
- [3] 李静,文萍.大学生择偶观的问卷编制及特点研究[J].教育研究与实验,2011(1).
- [4] 常进锋.“空巢青年”缘何“空巢”——一个时空社会学的解读[J].中国青年研究,2017(5).
- [5] [加]赫伯特·马歇尔·麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000.
- [6] 胡泳.理解麦克卢汉[J].国际新闻界,2019(1).
- [7] 陆巍,周睿平,常一心.基于社交媒体的俄乌冲突认知对抗:原因、特点与启示[J].情报杂志,2023(5).
- [8] Qi, X. Y. Filial obligation in contemporary China: Evolution of the culture-system [J]. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 2015(1).
- [9] Chen, Z. Y., F. Guo, X. D. Yang, et al. Emotional and behavioral effects of romantic relationships in Chinese adolescents [J]. *Journal of Youth and Adolescence*, 2009(10).
- [10] Miller, W. B. Childbearing motivations, desires, and intentions: A theoretical framework [J]. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 1994(2).
- [11] Willoughby, B. J. Marital attitude trajectories across adolescence [J]. *Journal of Youth and Adolescence*, 2010(11).
- [12] 李婷,郑叶昕,闫誉腾.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[J].妇女研究论丛,2022(3).
- [13] 陆峥,刘梦琴.青年择偶观现状研究[J].当代青年研究,2016(5).
- [14] 朱小芳.依附与独立:女大学生婚恋观博弈的时代特征[J].思想理论教育,2018(3).
- [15] 谭天,张子俊.我国社交媒体的现状、发展与趋势[J].编辑之友,2017(1).
- [16] 董晨宇,丁依然.当戈夫曼遇到互联网——社交媒体中的自我呈现与表演[J].新闻与写作,2018(1).
- [17] 袁立庠,刘杨.社交媒体对大学生的影响分析——基于安徽高校的调查[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015(4).
- [18] Ball-Rokeach, S. J., M. L. Defleur. A dependency model of mass-media effects [J]. *Communication Research*, 1976(1).
- [19] Grant, A. E., K. K. Guthrie, S. J. Ball-Rokeach. Television shopping: A media system dependency perspective [J]. *Communication Research*, 1991(6).
- [20] Kim, Y. C., J. Y. Jung. SNS dependency and interpersonal storytelling: An extension of media system dependency theory [J]. *New Media & Society*, 2017(9).
- [21] [美]凯斯·R.桑斯坦.信息乌托邦:众人如何生产知识[M].毕竞悦,译.北京:法律出版社,2008.
- [22] 赵庆来.“信息茧房”:在形成与解构之间[J].青年记者,2021(20).
- [23] 段荟,袁勇志,张海.大数据环境下网络用户信息茧房形成机制的实证研究[J].情报杂志,2020(11).
- [24] 任秋菊,赵昕,韩毅.用户视角下信息茧房的成因分析[J].图书情报工作,2021(1).
- [25] 张敏,王朋娇,孟祥宇.智能时代大学生如何破解“信息茧房”?——基于信息素养培养的视角[J].现代教

- 育技术,2021(1).
- [26]虞鑫,王金鹏.重新认识“信息茧房”——智媒时代工具理性与价值理性的共生机制研究[J].新闻与写作,2022(3).
- [27]Haim, M., A. Graefe, H. - B. Brosius. Burst of the filter bubble? Effects of personalization on the diversity of Google news[J]. *Digital Journalism*, 2018(3).
- [28]滕乐,李叶.情感茧房与自我抵抗——一项基于青年女性星座爱好者媒介消费行为的质化研究[J].新闻与写作,2023(8).
- [29]张咏华.一种独辟蹊径的大众传播效果理论——媒介系统依赖论评述[J].新闻大学,1997(1).
- [30]彭兰.新媒体时代拟态环境建构的变化及其影响[J].中国编辑,2022(12).
- [31]赵毅,郑保章.基于符号三分关系的数据作假问题探究[J].人民论坛·学术前沿,2021(3).
- [32]杨逐原,郝春梅.媒介空间中的情感演化研究——基于情感具身性的视角[J].全球传媒学刊,2022(6).
- [33]李春雷,申占科.媒介化治理:概念、逻辑与“共识”取向[J].新闻与写作,2023(6).
- [34]聂静虹,宋甲子.泛化与偏见:算法推荐与健康知识环境的构建研究——以今日头条为例[J].新闻与传播研究,2020(9).
- [35]Stohl, C., M. Stohl, P. M. Leonardi. Managing opacity: Information visibility and the paradox of transparency in the digital age[J]. *International Journal of Communication*, 2016,10.

Who is the Right Person: How Does Social Media Influence Young People's Views on Mate Selection?

NIE Jing-hong, ZUO Yi-ting, ZHENG Han-qing

Abstract: Youth are the active role in social media, which is the main channel for them to acquire information, exerts an impact on their cognition, attitude, and behavior while facilitating their daily lives. Mate selection is an essential part of life for young people. The influence of social media on young people's views on mate selection is becoming increasingly prominent. This paper studies the possible influence paths of social media for young people's views on mate selection, and its specific mechanisms. Through in-depth interviews with 29 young users, it is found that there are four paths for social media influencing young people's mate selection views at middle level, namely understanding, orientation, expression, and entertainment. At the micro level, there are two different using behaviors of social media: single social media platform usage and cross social media platform usage. The information flow contents young users acquire through the platform are different, and the relevance to their own ideas, interests, and hobbies are different, making the simulated environment constructed by social media generate five different perceptions for users, which have different impacts on their views on mate selection. In this process, there is an information cocoon effect of social media which, however, only appears when the relevant conditions are met to a certain extent, thus in turn affecting young people's views on mate selection.

Key words: social media; youth group; views on mate selection; media system dependency theory; information cocoon

(责任编辑 孙洁)