

数字时代的中国青年：网络媒介使用与生育动机

■ 汪 瑞 王若霖 郭 未

(南京大学:城市科学研究院;社会学院,江苏 南京 210023)

【摘要】基于宏观层面对应年份的《中国统计年鉴》与CFPS 2020—2022年数据匹配构成的混合截面数据,在控制时间固定效应和县域聚类标准误的基础上,本研究采用普通最小二乘法实证检验了网络媒介使用的深度和广度对育龄青年群体生育动机的影响,并通过更改聚类标准误水平、使用双向固定效应替代单项固定效应以及使用多层线性模型的方法进行稳健性检验。研究发现,网络媒介使用的深度与广度显著抑制育龄青年群体的慰藉生育动机,但促进这一群体的情感生育动机。不同媒介内容的效应存在差异:短视频增强慰藉与情感动机,网络游戏与购物则削弱慰藉动机、保护情感动机。异质性分析表明,低社会经济状况青年的情感动机更易受网络媒介正向影响,已婚青年的慰藉动机受抑制更为显著。本研究为信息化时代中国低生育率问题的识别与持续研究提供经验支持,并形成了具有现实价值的政策启示。

【关键词】低生育时代 青年 网络媒介使用 生育动机

一、引言

当代中国正面临深刻的人口结构转变。第七次全国人口普查数据显示,2020年中国总和生育率已降至1.3的历史低位,远低于维持人口代际更替所需的临界值2.1,这一趋势性变化引发了学界与政界对中国人口年龄结构失衡、人力资源供给萎缩及社会保障系统承压的连锁性忧虑^[1]。为应对低生育率带来的挑战,中国政府自2013年起逐步调整生育政策,从“单独两孩”

收稿日期:2025-01-11

作者简介:汪 瑞,南京大学城市科学研究院研究员,主要研究艺术与健康(AiH),人口、环境、技术与社会(PETS);
王若霖,南京大学社会学院博士研究生,主要研究艺术与健康(AiH),人口、环境、技术与社会(PETS);
郭 未,南京大学社会学院副院长,教授,博士生导师,南京大学中华文明数智创新实验室高级研究员,主要研究人口、环境、技术与社会(PETS),迁移与流动(M&M),艺术与健康(AiH)等。

基金项目:本文系2023年度教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“中国式现代化建设的人口机遇、挑战与政策研究”(课题编号:23JZD028)的阶段性研究成果。

“全面两孩”到2021年“三孩政策”及其配套支持措施的出台,政策调整力度不断升级。然而,国家统计局数据显示,政策调整带来的生育率回升可能仅为短期脉冲效应^[2]。2016年全面两孩政策实施后,人口出生率短暂攀升至13.57‰,但次年即回落至12.64‰,2024年跌至6.77‰。这种制度性干预与个体行为选择间的冲突表明,单纯依靠制度性调控难以扭转生育率持续走低趋势,亟需从微观层面探究个体生育决策的形成机制。

既有文献对个体生育决策的解释大多沿袭理性选择范式,聚焦于经济成本核算、社会保障机制、性别观念等视角,形成了“育儿成本约束论”“机会成本抑制论”等经典解释框架。然而,这些理论多强调经济维度的物质性因素,对信息环境如何重构个体价值判断缺乏必要关注。生育决策既受限于宏观因素与经济成本的理性核算,也与个体的观念息息相关。数字化生存方式已深度嵌入育龄群体,尤其是其中的青年群体的生活之中。《第55次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,中国网民的人均每周上网时长为28.7小时,20-39岁青年群体占网民总数的13.1%^[3],其价值观念形成与决策逻辑演化不可避免地受到网络媒介的形塑。网络空间内衍生的育儿焦虑叙事、职业发展困境及家庭结构变迁话语会通过算法驱动的信息传播机制,进一步作用于个体的生育认知与观念^[4]。

与已有文献关于生育的研究多探究生育动机的类别、变迁以及多元经济社会文化因素对育龄群体生育意愿的形塑不同,本研究致力于构建数字媒介影响生育动机的理论分析框架,并着重回答三个核心命题:首先,网络媒介使用的深度与广度对育龄青年群体生育动机的作用究竟如何?其次,不同媒介内容对育龄青年群体生育动机的作用路径是否存在显著差异?最后,这一影响在不同特征的育龄青年群体中是否具有异质性?本文结合中国省域面板数据与2020-2022年中国家庭追踪调查(China Family Panel Studies, CFPS)形成的数据集,从网络媒介使用的视角出发构建分析指标,探究其对育龄青年群体生育动机的影响。

二、文献综述

生育动机是驱动个体生育决策的内在动力,属于生育观念的一部分。既有研究沿袭了两条基本路径。其一,立足于孩子的价值(value of children),生育动机通常被界定为孩子为其父母所提供的心理满足,包括情感价值、经济价值、自我和家族线拓展等维度^[5]。其二,米勒(Miller)等人构建的生育序列模型(Traits - Desires - Intentions - Behavior, TDIB)将生育动机作为人格特质进行阐释,构建了生育动机通过生育意愿、生育意图影响生育行为的作用路径,并认为生理机能和早期社会化经验在生育动机的形塑中起决定性作用^[6-7]。由于中西方社会的经济文化背景存在显著差异,学者对生育动机的划分也产生了实然的理论分野。在中国,生育动机呈现出家本位特征,表现为以家庭、责任和养老保障为主^[8]。相较而言,在西方社会,生育动机呈现的则是基于个体化语境建构的经济舒适度、情感满足与社会地位获得的三维模型,情感需求在生育动机中的作用不断提高^[9]。在第二次人口转变的宏观背景下,婚育时序后移与个体化趋势重塑了生育动机的生成机制^[10]。这一时期的生育动机逐渐从功利型动机转向情感动机,从家庭主义转变为个体主义,家庭主义动机不断弱化,个体主

义动机则保持在较高水平^[11-12]。

生育动机和生育观念的建构根植于个体价值系统,其变迁受多维度与多层次因素的影响。从宏观层面而言,经济发展水平、文化制度和政策体系等结构性因素交织,共同作用于个体的生育动机。工业化进程使劳动力数量的重要性被劳动技能和信息技术等所取代,推动人们的生育观从数量偏好向质量优先的范式转换^[13]。城市化进程则通过重构家庭功能影响人们的生育观,家庭生产职能向劳动力再生产职能转化,削弱了传统家庭作为经济共同体统筹收支的能力,强调自我独立性、自由选择及个人权利的个体主义逐步消解了家庭主义和集体主义的规范约束^[14],生育的宗族价值衰减,生育动机向自我实现与情感需求转型。不同于西方国家,中国人生育观念的变迁存在显著的政策驱动特征。政府通过生育政策,经由教育普及与伦理重构等中介机制,重塑个体的生育认知框架与价值排序体系,引发生育意识形态的结构性调适。这种调适过程呈现出独特的时序特征,即生育实践的先行转型与观念体系的渐进转变^[15]。

就微观层面而言,家庭和个体特征影响生育动机。在家庭层面,日常生活中的父母示范效应及子女的主动学习,促使子女内化父母的价值观,形成生育观念的代际传递^[16];家庭收入水平的提升可有效缓解育龄群体因是否生育而产生的犹豫和矛盾^[17];家庭住房资产以及投资性房产的增加提高了生育多孩的概率^[18]。在个体层面,人口学特征与主观感知构成生育动机的差异化来源。不同出生世代和不同性别的个体在生育动机上存在显著差异,表现为早期出生世代更倾向于家庭导向或家庭、情感双导向动机;女性的生育动机表现出更强的个体主义^[19];收入较低、生活满意度较低、贫富差距感知水平较高的个体,其生育动机则更加集中地表现为通过生育来增强个体在家庭中的责任心^[20]。

在生育动机的建构过程中,与传统的“家庭—社会框架”实施的单向、强制规训不同,互联网为育龄青年群体提供了接触多元文化的机会,提高了这一群体的观念选择自主权,实现了社会化模式从垂直结构到多主体网状互动结构的嬗变。梳理已有文献,本研究归纳了网络媒介形塑个体生育动机的两条主要路径,即信息传播路径以及娱乐、消费和社交路径。

路径一是信息传播。信息传播是网络构建受众的认知和形塑态度的重要方式。大众媒介中的生育话语具有风险叙事与正面话语的二元对立特征。风险叙事放大了育龄妇女对生育风险的认知,引起生育恐慌;正面话语虽然具备风险缓冲功能,但是在风险信息长期浸染形成的认知固化效应及算法推荐机制导致的信息茧房的约束下,这一作用的效度非常有限^[21]。比如,在当下中国流行的网络媒介应用小红书上,关于生育话题的讨论主要集中于生育价值重构、育儿时间与经济成本核算、母职导致健康与尊严损失、养育的责任划分以及女性权益等方面。对这些话题的讨论带来了生育成本的显性化以及个体权益意识的觉醒,推动了传统生育伦理向个体自由主义范式转型^[22]。相反,当个体接触儿童可爱时刻等内容时,会激活受生物本能驱动的生育意愿^[23],育儿情绪价值的话语也能有效强化生育动机中的情感维度。此外,数字平台的经济信息赋能机制,也可能通过提供就业信息、增加就业机会等方式,进一步削弱受众生育动机中的经济工具理性^[24],从而激发其生育意愿。

路径二是网络媒介提供的娱乐、消费与社交功能。从娱乐维度而言,网络游戏通过构建

多维情感补偿形成了显著的替代性满足机制。在生理上,即时性娱乐反馈系统通过多巴胺奖励机制满足用户的情感需求^[25];在主观感知上,青年群体可以从游戏中感知到乐趣、找到精神寄托并增强信心^[26]。网络游戏能够形成替代性情感联结,导致游戏玩家产生现实婚恋价值认知偏差,例如二次元游戏通过超现实美学构建理想化异性形象^[27],恋爱类游戏借助沉浸式叙事技术强化虚拟亲密关系^[28]。具有社交嵌入特征的网络游戏通过游戏玩家之间的互动构建亚文化圈层并影响用户之间的社交行为^[29],进而影响个体态度和观念。就消费维度而言,线上消费平台的算法推荐机制通过精准捕获需求与即时满足循环,增加用户的购物乐趣,对孩子的情感价值具有挤出效应,并通过加剧经济预算紧张降低用户生养孩子的能力和生育需求^[30]。在社交维度上,网络环境为公众提供了便捷的社交功能。对大部分育龄女性来说,社会参照系统对其生育意愿产生形塑作用。当传统的电视、书报等大众传播与现实熟人网络的生育话语存在矛盾时,亲友和熟人等强关系网络传递的信息通常被优先采纳,网络社交媒体延展了微观人际传播的途径,因而使其具有更强的生育态度建构效力^[31]。

据此,本文提出以下假设:

假设1:网络媒介使用深度和广度会显著影响育龄青年的生育动机。

假设2:不同网络媒介内容对育龄青年生育动机的影响存在显著差异。

三、数据与变量

(一)数据来源

本研究的微观数据来源于2020-2022年的中国家庭追踪调查(CFPS)数据,宏观数据来源于对应年份的《中国统计年鉴》。CFPS数据库跟踪收集了个体、家庭和社区等层面的信息,内容涵盖社会、经济、人口、教育和价值观等。其中,问卷对生育动机的询问规则为:若2020年已询问该个体,则2022年时不再询问。因此,本研究将2020年数据与2022年数据合并。世界卫生组织对青年年龄的界定为18-44岁,而CFPS调查仅询问21岁以上个体的生育动机,因此本研究的研究对象为2020年时21-40岁的个体与2022年时23-42岁的个体,即“80后”与“90后”。数据清洗后,最终共保留样本6080份。

(二)变量设置

1. 主要解释变量

网络媒介使用深度。问卷中的相关问题为“一般情况下,您每天有多长时间使用移动设备上网?”与“一般情况下,您每天有多长时间使用电脑设备上网?”两个问题。对二者取值加总后取对数处理,得到网络媒介使用深度。

网络媒介使用广度。问卷中询问了“过去一周,您是否玩网络游戏/网上购物/看短视频/网络学习”以及是否每天进行该项活动。将第一个问题回答为“否”的定义为“从不”进行该项活动,取值为0;将第一个问题回答为“是”,但第二个问题为“否”的定义为“有时”进行该项活动,取值为1;将两个问题均回答“是”的定义为“每天”进行该项活动,取值为2。同时,问卷中询问了关于微信和朋友圈的问题,分别为“过去一年,您是否使用过微信?”以及“过去一年,您在朋

友圈分享自己工作或生活的频率有多高?”。对微信使用问题回答“否”的取值为0,回答“是”的则取值为1。朋友圈问题共有7个选项,分别为从不、几个月一次、一月一次、一月2-3次、一周1-2次、一周3-4次、几乎每天。将该变量按照连续变量处理,按频率从低到高分别赋值为1-7。对于以上6类网络媒介,只要使用过即记为1,加总得到网络媒介使用广度,数值的提高意味着使用媒介数量增加,即广度的提高。网络媒介相关变量的描述性统计如表1所示。

表1 网络媒介相关变量描述性统计

变量	变量类型	均值(比例)
网络媒介使用深度	连续变量	5.27
网络媒介使用广度	连续变量	3.99
网络游戏	类别变量	
从不		75.95
有时		15.38
每天		8.67
网上购物	类别变量	
从不		24.13
有时		69.26
每天		6.61
短视频	类别变量	
从不		15.20
有时		24.05
每天		60.76
网络学习	类别变量	
从不		68.75
有时		18.47
每天		12.78
微信(否=0)	虚拟变量	0.99
朋友圈分享频率	连续变量	3.18

2. 被解释变量

生育动机。问卷列举了9项生育动机(见表2),选项为十分不同意、不同意、不同意也不反对、同意、十分同意,分别赋值为1-5。参考已有文献,将这9项生育动机划分为慰藉动机、情感动机、尊严与责任动机三类^[32],将子项得分加总后得到三类动机的分值,描述性统计如表2所示。其中慰藉动机主要指期望子女能够带来经济或照料支持;情感动机指的是子女所带来的快乐、喜悦等正面情绪;尊严与责任动机指的是个体认为子女能够为家庭和家族带来尊严,并认同生育子女是家庭成员的责任。

表2 生育动机变量描述性统计

变量	问题	均值	标准差
慰藉动机	生养子女是为了在自己年老时能够有人帮助	6.07	1.79
	从经济上帮助家庭		
	看孩子长大的喜悦		
情感动机	子女在身边的快乐	12.16	1.66
	感受有宝宝的喜悦		
	延续家族香火		
尊严与责任动机	使家庭更重要	14.65	2.55
	增强责任心		
	增加亲属联系		

3. 控制变量

本文控制了人口学因素中的性别、年龄、户口、受教育水平、婚姻状态、在业状况、家庭社会经济状况、健康状况、家庭规模,以及宏观层面的经济发展、人民生活水平、信息化普及率等变量。其中,将人均GDP作为经济发展的表征,人均可支配收入代表人民生活水平^[33],移动互联网用户占比衡量信息化普及率^[34]。相关变量的描述性统计结果见表3。

表3 控制变量描述性统计

变量及取值	变量类型	均值(比例)
年龄	连续变量	31.07
性别(女=0)	虚拟变量	51.45
户口	类别变量	
农业户口		69.47
非农户口		17.48
居民户口		13.04
受教育水平	连续变量	2.04
婚姻状态(未婚=0)	虚拟变量	73.72
在业状况(失业=0)	虚拟变量	97.55
家庭社会经济状况	连续变量	2.79
健康状况	连续变量	3.43
家庭规模	连续变量	4.17
经济发展	连续变量	69892.64
人民生活水平	连续变量	32783.55
信息化普及率	连续变量	0.98

(三)分析策略

本研究使用普通最小二乘法(OLS)作为基础的核心计量模型,同时通过引入年份的虚拟变量控制时间固定效应,并将聚类标准误控制在县域,以处理可能存在的组内相关性。具体模型表达式如下:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \varepsilon_i$$

在异质性检验部分,考虑到分组后两组样本的分布和方差存在差异,本文参考李金昌等的做法^[35],采用费舍尔组合检验(Fisher's Permutation Test)并实施1000次Bootstrap重采样检验组间系数差异。

四、分析结果

(一)网络媒介使用对生育动机的影响

采用普通最小二乘法实证检验网络媒介使用与生育动机之间的关系(见表4),结果表明网络媒介使用对青年生育动机具有显著影响,假设1得到验证。慰藉动机方面,网络媒介使用的深度和广度均在0.1%的显著性水平上对慰藉动机产生负向影响。控制变量方面,年龄、受教育程度和人民生活水平均负向作用于慰藉动机;女性相较于男性、非农户口和居民户口相较于农业户口、有配偶相较于无配偶个体的慰藉动机更低;健康状况、家庭规模则正向影响慰藉动机。情感动机方面,网络媒介使用的深度和广度均在0.1%的显著性水平上正向影响情感动机。控制变量方面,受教育程度越高,情感动机越低;相反,健康状况越好,情感动机越高;与未婚群体相比,已婚青年情感动机更高。尊严与责任动机方面,网络媒介使用的深度和广度均没有显著影响。男性、已婚群体的尊严与责任动机高于女性和未婚者;受教育程度负向影响尊严与责任动机,家庭社会经济状况、健康状况和家庭规模正向影响尊严与责任动机。

表4 网络媒介使用深度与广度对生育动机的影响

被解释变量	生育动机					
	慰藉	情感	尊严与责任	慰藉	情感	尊严与责任
网络媒介使用深度	-0.066*** (0.023)	0.087*** (0.027)	0.012 (0.034)			
网络媒介使用广度				-0.075*** (0.022)	0.098*** (0.021)	0.019 (0.031)
年龄	-0.011* (0.006)	-0.006 (0.006)	-0.011 (0.009)	-0.011* (0.006)	-0.004 (0.005)	-0.010 (0.008)
性别	0.452*** (0.044)	0.041 (0.044)	0.861*** (0.069)	0.466*** (0.044)	0.031 (0.045)	0.871*** (0.068)
户口						
非农户口	-0.183*** (0.070)	0.074 (0.068)	-0.158 (0.097)	-0.183*** (0.069)	0.078 (0.067)	-0.148 (0.095)
居民户口	-0.154** (0.075)	0.074 (0.071)	-0.147 (0.108)	-0.171** (0.074)	0.079 (0.069)	-0.150 (0.108)
受教育程度	-0.419*** (0.029)	-0.052* (0.028)	-0.460*** (0.039)	-0.426*** (0.029)	-0.045* (0.027)	-0.460*** (0.037)

(续表)

被解释变量	生育动机					
	慰藉	情感	尊严与责任	慰藉	情感	尊严与责任
婚姻状况	-0.101* (0.059)	0.290*** (0.062)	0.214** (0.089)	-0.105* (0.058)	0.274*** (0.062)	0.201** (0.088)
在业状况	-0.013 (0.143)	0.183 (0.161)	0.192 (0.218)	0.014 (0.143)	0.167 (0.159)	0.241 (0.214)
家庭社会经济状况	0.240*** (0.026)	0.033 (0.026)	0.314*** (0.040)	0.235*** (0.025)	0.034 (0.026)	0.319*** (0.039)
健康状况	0.103*** (0.024)	0.065*** (0.024)	0.170*** (0.034)	0.100*** (0.024)	0.072*** (0.023)	0.170*** (0.032)
家庭规模	0.060*** (0.012)	0.008 (0.011)	0.063*** (0.018)	0.058*** (0.012)	0.005 (0.011)	0.058*** (0.018)
经济发展	0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)
人民生活水平	-0.000** (0.000)	-0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)	-0.000** (0.000)	0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)
信息化普及率	0.937** (0.388)	0.258 (0.380)	0.269 (0.539)	0.966** (0.389)	0.236 (0.383)	0.231 (0.546)
常数项	76.657 (84.046)	-248.384*** (83.552)	77.057 (121.062)	62.563 (83.589)	-260.881*** (83.031)	42.840 (122.408)
固定效应	时间固定效应			时间固定效应		
聚类标准误	县域			县域		
样本量	5877	5877	5877	6080	6080	6080

注:* $p < 0.1$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$,下同。

为了进一步分析不同网络媒介内容对生育动机的影响,本文将网络媒介分为微信、朋友圈分享、网络游戏、网上购物、短视频和网络学习6类应用或用途,分别探究其与生育动机间的关系。其中,由于主要解释变量性质的不同,将模型分为两组。第一组模型的主要解释变量为虚拟变量微信使用情况与连续变量朋友圈分享频率(见表5)。第二组模型的主要解释变量均为类别变量,取值为“从不”“有时”“每天”三类(见表6)。

结果表明,在慰藉动机方面,网络游戏、网上购物和网络学习在不同程度上降低慰藉动机,而短视频则提高慰藉动机。与从不观看短视频的青年相比,每天观看短视频的行为将使慰藉动机提高0.158个单位。微信使用和朋友圈分享频率对慰藉动机没有显著影响。在情感动机方面,网络游戏、网上购物、短视频和网络学习均对情感动机起到正向作用。随着朋友圈分享频率的提高,个体生育的情感动机也随之提高。然而,使用微信对其影响不显著。在尊严与责任动机方面,仅观看短视频对该动机存在显著影响。与从不观看短视频的青年相比,每天观看短视频的行为将使尊严与责任动机提高0.392个单位。假设2得到验证。

表5 微信和朋友圈使用对生育动机的影响

	慰藉动机	情感动机	尊严与责任动机
微信	-0.272 (0.347)	0.412 (0.349)	0.153 (0.535)

(续表)

	慰藉动机	情感动机	尊严与责任动机
朋友圈	0.009 (0.013)	0.026** (0.012)	0.005 (0.021)
控制变量	已控制	已控制	已控制
固定效应	时间固定效应	时间固定效应	时间固定效应
聚类标准误	县级	县级	县级
样本量	6080	6080	6080

表6 网络游戏、网上购物、短视频使用和网络学习对生育动机的影响

	慰藉动机	情感动机	尊严与责任动机
网络游戏			
有时	- 0.048 (0.071)	0.173*** (0.060)	0.081 (0.088)
每天	- 0.155* (0.079)	0.288*** (0.079)	0.064 (0.119)
网上购物			
有时	- 0.211*** (0.055)	0.145*** (0.051)	- 0.081 (0.073)
每天	- 0.256*** (0.098)	0.237** (0.109)	- 0.022 (0.162)
短视频			
有时	0.026 (0.074)	0.125* (0.068)	0.158 (0.102)
每天	0.158** (0.066)	0.256*** (0.063)	0.392*** (0.102)
网络学习			
有时	- 0.117* (0.063)	0.089* (0.052)	- 0.088 (0.087)
每天	- 0.160** (0.074)	0.021 (0.072)	- 0.082 (0.115)
控制变量	已控制	已控制	已控制
固定效应	时间固定效应	时间固定效应	时间固定效应
聚类标准误	县级	县级	县级
样本量	6080	6080	6080

(二)稳健性检验

进一步通过三种方法进行稳健性检验(见表7)。首先,将聚类标准误从县级更改为省级;其次,使用双向固定效应模型,在模型中同时控制了时间和省级固定效应;最后,将最小二乘法更换为多层线性模型,个体和村居分别为模型中的第一、二层次。结果表明,网络媒介使用深

度和广度对生育的慰藉动机均产生负向影响,对情感动机产生正向影响,与主回归结果一致,说明前述回归结果的稳健性良好。

表7 稳健性检验

主要解释变量	生育动机	处理方法		
		省级聚类标准误	双向固定效应	多层线性模型(村居层次)
网络媒介使用深度	慰藉	- 0.070*** (0.022)	- 0.060*** (0.023)	- 0.069*** (0.021)
	情感	0.085** (0.032)	0.088*** (0.027)	0.093*** (0.020)
	尊严与责任	0.010 (0.022)	0.088*** (0.027)	- 0.003 (0.030)
网络媒介使用广度	慰藉	- 0.071** (0.029)	- 0.068*** (0.022)	- 0.079*** (0.018)
	情感	0.099*** (0.025)	0.100*** (0.021)	0.080*** (0.018)
	尊严与责任	0.023 (0.031)	0.020 (0.031)	0.007 (0.026)

(三)异质性分析

网络媒介使用深度、广度对生育动机的影响因个体的社会经济状况和婚姻状态不同而不同。根据知识沟理论,社会经济地位不同的群体对大众传媒信息的获取和处理能力不同^[36]。因此,在不同社会经济状况的群体中,网络媒介使用对于个人生育动机的影响可能也存在差异。个体观念更易受亲友信息的影响^[37],因此网络媒介使用对不同婚姻状态个体生育动机的影响可能存在差异。本文考察了网络媒介使用深度和广度影响育龄青年生育动机的群体异质性(见表8)。其中,对社会经济状况变量进行了二分类处理,将“下”与“中下”合并为“低社会经济状况”类别,将“中”“中上”与“上”合并为“高社会经济状况”类别。结果显示,网络媒介使用深度和广度对慰藉动机的负面影响在不同社会经济状况群体中的差异不显著,对情感动机的正向影响在低社会经济状况群体中更强烈。在婚姻状态方面,网络媒介使用深度对慰藉动机的负向影响仅存在于已婚青年群体中,使用广度对情感动机的正向作用在未婚青年群体中更为强烈。

表8 异质性分析

主要解释变量	生育动机	社会经济状况			婚姻状态		
		低	高	费舍尔检验	未婚	已婚	费舍尔检验
网络媒介使用深度	慰藉	- 0.065* (0.038)	- 0.075*** (0.029)	0.010	- 0.008 (0.046)	- 0.086*** (0.027)	0.078*
	情感	0.146*** (0.047)	0.056* (0.029)	0.090*	0.122** (0.055)	0.070** (0.028)	0.052
	尊严与责任	0.020 (0.060)	0.006 (0.042)	0.014	0.027 (0.072)	0.002 (0.040)	0.025

(续表)

主要 解释变量	生育动机	社会经济状况			婚姻状态		
		低	高	费舍尔检验	未婚	已婚	费舍尔检验
网络媒介 使用广度	慰藉	-0.093** (0.043)	-0.055** (0.025)	-0.038	-0.096** (0.039)	-0.068** (0.026)	-0.028
	情感	0.150*** (0.040)	0.081*** (0.023)	0.070*	0.154*** (0.040)	0.072*** (0.024)	0.082**
	尊严 与责任	0.053 (0.060)	0.018 (0.034)	0.035	0.043 (0.062)	0.004 (0.035)	0.039

五、总结与讨论

本文基于宏观层面《中国统计年鉴》与微观层面的2020—2022年中国家庭追踪调查数据匹配构成的混合截面数据,从慰藉、情感和尊严与责任等三个维度出发,探究了网络媒介使用深度和广度对育龄青年群体生育动机的影响及其异质性,分析了不同网络媒介内容对育龄青年群体生育动机的差异化影响,主要结论如下。

首先,网络媒介使用的深度与广度对育龄青年群体的慰藉动机产生显著负向影响,对情感动机产生显著正向影响,对尊严与责任动机影响不显著。其中,媒介使用对慰藉动机的负向效应机制可以从三个方面进行解释。一是平台中部分信息对养育成本的夸大计算和可视化会降低个体对孩子经济收益的心理预期;二是数字经济发展带来的就业机会和网络提供的丰富信息提升了人们的经济收入水平,降低了个体生育动机中的经济性和寻求老年时依靠的功利性;三是由于使用互联网具有经济门槛和技能门槛,能够深度使用互联网的青年群体可能更具经济优势,对生育的经济补偿诉求较低,媒介使用会进一步降低其慰藉动机。网络媒介使用对情感动机的正向影响更有可能与信息传播路径中正向话语的作用有关,即用户通过可爱孩子的视频和图片唤醒对孩子的本能渴望。已育有子女的家长在创建账户分享孩子日常生活的过程中也能感知到孩子为其带来的情感价值,进而提升其生育二孩、三孩的情感动机^[38]。

其次,不同网络媒介内容对生育动机的影响也具有差异性。对于慰藉动机,网上购物、网络游戏和网络学习行为均产生负向影响,而观看短视频则产生正向影响;对于情感动机,使用朋友圈分享、网络游戏、网上购物和观看短视频等行为共同构成情感动机的增益网络;观看短视频对责任与尊严动机产生正向影响。从慰藉动机的影响机制来看,网上购物与网络游戏降低慰藉动机的机制可能在于其对金钱观、消费观的影响^[39],例如高频率的电子消费会降低个体的货币支付敏感度,并形成消费主义认知框架,间接降低其对育儿成本的接受度。同时,高频率的网上购物行为表明使用者很可能有更宽裕的时间和消费能力,因此生育决策中的慰藉诉求占比更低。相较之下,网络学习主要通过知识赋能带来个体人力资本的提高,客观上降低生育行为的经济目的。从情感动机的影响机制来看,既有研究提出的数字消费与游戏的情感替代效应与本研究发现的情感动机增益效应相悖。这或许是由于网络购物与游戏所提供的正面情绪处于相对较浅的层次,无法弥补甚至可能更加突出个体人际关系的深层空虚,且有可能加

削弱其现实社交疏离,反而激活个体对亲子情感联结的补偿性需求,这也为解释情感动机的复杂机制提供了新视角。在多种网络媒介内容中,观看短视频对多维生育动机均具有正面作用。短视频平台内容题材的广泛性有助于孕育多元化的生育叙事,为个体提供超越传统话语的表达空间。其平民化、去中心的表达方式在一定程度上削弱了传统媒体中“家长式”生育观念的权威性与强制性。同时,短视频所具有的碎片化传播特征,使生育价值更易于渗透进日常生活情境之中,从而潜移默化地影响个体的生育观念与行为意向。这些因素共同构成了短视频可能提升个体生育动机的内在机制。

最后,异质性分析发现,与社会经济状况更高的个体相比,网络媒介使用深度与广度对低社会经济状况个体的情感动机产生更加显著的正向效应。这种群体差异可能与情感资本的差异化分布有关,社会经济状况高的个体比社会经济状况低的个体拥有的情感资本更丰厚^[40],对孩子的情感需求更低,因而其生育的情感动机受网络媒介使用的正向影响更低。网络媒介使用深度对慰藉动机的负向影响主要出现在已婚青年群体中,而在未婚青年中并不显著。相比之下,网络媒介使用广度对情感动机的正向作用在未婚青年中表现得更为显著。这一差异可能源于多样化的媒介接触增强了未婚青年对未来亲子关系的情感想象与期待,从而在情感层面激发其生育意愿。

总体而言,本文从多个维度剖析了育龄青年群体的网络媒介使用与其生育动机之间的复杂关系,为研究当下中国的低生育率问题提供了经验支持与政策启示。在现代化治理语境下,政府应当着力构建更加具有包容性的制度框架,借助数字媒介的浸润效应引导公众,尤其是育龄青年群体,使其逐步形成生育友好共识。面对信息传播生态中青年认知的动态调适特性,政府也需要精准把握生育议题背后复杂的情感驱动机制,尝试构建多维公共话语场域,摒弃单向度的价值宣导,运用共情传播策略激发青年的情感共振,形成政策目标与公众认同之间的良性互动,从而推动实现我国人口高质量发展。

[参 考 文 献]

- [1] 郭 未:《人口视野下的中国式现代化:概念延展与政策尺度》,载《南开学报(哲学社会科学版)》,2024年第6期。
- [2] 郭 未:《独弦不成曲:“全面两孩”后时代生育政策中的“自我”与“他者”》,载《西南民族大学学报(人文社科版)》,2017年第6期。
- [3] 第55次《中国互联网络发展状况统计报告》, <https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>
- [4] 郭 未 蔡正广:《流动育龄女性的生育时间成本感知与生育意愿》,载《浙江工商大学学报》,2024年第5期。
- [5] Hoffman, L. W., Thornton, A., Manis, J. D.. The Value of Children to Parents in the United States. *Journal of Population*, 1978, (2).
- [6] Miller, W. B.. Childbearing Motivations, Desires, and Intentions: A Theoretical Framework. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 1994, (2).
- [7] Miller, W. B.. Childbearing Motivations and Its Measurement. *Journal of Biosocial Science*, 1995, (4).
- [8] 刘爱玉:《流动人口生育意愿的变迁及其影响》,载《江苏行政学院学报》,2008年第5期。
- [9][32] Nauck, B., Klaus, D.. The Varying Value of Children: Empirical Results from Eleven Societies in Asia, Africa and Europe. *Current Sociology*, 2007, (4).

- [10] Van De Kaa, D. J.. Europe's Second Demographic Transition. Population Bulletin, 1987, (1).
- [11] 宋健 胡波:《中国育龄人群的生育动机与生育意愿》,载《人口与经济》,2022年第6期。
- [12] 陈滔 胡安宁:《个体主义还是家庭主义?——不同生育动机对生育行为的影响效应分析》,载《江苏社会科学》,2020年第2期。
- [13] Behjati - Ardakani, Z., Navabakhsh, M., Hosseini, S. H.. Sociological Study on the Transformation of Fertility and Child-bearing Concept in Iran. Journal of Reproduction & Infertility, 2017, (1).
- [14] 沈奕斐:《谁在你家:中国“个体家庭”的选择》,上海:上海三联书店,2019,第609、590、600、592页。
- [15] 陈岱云 武卫华:《人口生育观念嬗变与社会发展》,载《求索》,2008年第11期。
- [16] 卿石松:《生育意愿的代际传递:父母观念和行为的影响》,载《中国人口科学》,2022年第5期。
- [17] 邢朝国:《“既想生”又“不想生”——对未育青年生育矛盾心态的探索性研究》,载《中国青年研究》,2020年第7期。
- [18] 黄静 李春丽:《住房对家庭多孩生育的影响研究》,载《公共行政评论》,2022年第4期。
- [19] 盛禾 李建新:《生育动机的世代与性别差异分析——基于CFPS2020数据》,载《社会》,2023年第3期。
- [20] 邹禧乾 赖凯声:《Z世代适婚青年生育观念类型及其影响因素研究——基于潜在类别分析方法》,载《中国青年社会科学》,2024年第1期。
- [21][31][37] 黎黎 熊宣 曹珊雨:《“摇摆”的生育意愿:育龄女性生育认知与信息传播的互动与博弈》,载《新闻与写作》,2023年第11期。
- [22] 申琦 蔡耀辉:《计算生育:“小红书”平台都市女性生育话题的“爱与哀愁”》,载《妇女研究论丛》,2024年第5期。
- [23] Brase, G. L., Brase, S. L.. Emotional Regulation of Fertility Decision Making: What Is the Nature and Structure of “Baby Fever”? Emotion, 2012, (5).
- [24] 陈卫民 王佑茹:《生育动机在互联网使用对生育意愿影响中的中介作用分析》,载《人口研究》,2024年第2期。
- [25] Koeppe, M. J., Gunn, R. N., Lawrence, A. D., et al.. Evidence for Striatal Dopamine Release during a Video Game. Nature, 1998, (6682).
- [26] 黄少华 朱丹红:《青少年网络游戏心流体验与游戏成瘾的关系》,载《中国青年社会科学》,2021年第1期。
- [27] 曹东勃 王平乐:《当代中国二次元文化的缘起与流变》,载《文化纵横》,2020年第1期。
- [28] 王宁 于滢:《虚实之间:乙女游戏玩家的游戏体验》,载《中国青年研究》,2025年第2期。
- [29] 王璇 李磊:《有界广义互惠与社会认同:社交网络游戏对大学生群体亲社会行为机制研究》,载《国际新闻界》,2019年第6期。
- [30] 陈卫民 万佳乐 李超伟:《上网为什么会影响个人生育意愿?》,载《人口研究》,2022年第3期。
- [33] 赵桂芝 郭雁飞:《中国地方财政高质量发展定量测评与多维解析》,载《统计与信息论坛》,2023年第10期。
- [34] 张晋晋 韩克勇:《黄河流域数字经济发展对农民收入的影响》,载《西北农林科技大学学报(社会科学版)》,2025年第1期。
- [35] 李金昌 连港慧 徐蔼婷:《“双碳”愿景下企业绿色转型的破局之道——数字化驱动绿色化的实证研究》,载《数量经济技术经济研究》,2023年第9期。
- [36] 郭未 王若霖:《人口与社会流动视野下的社会经济地位感知与公安部门信任》,载《治理研究》,2024年第6期。
- [38] Yang, X.. The Role of Social Media in Shaping Fertility Intentions among Young Women in East Asian Cultures. Advances in Education, Humanities and Social Science Research, 2024, (1).
- [39] 张波:《新媒介:作为消费经济的三个面向》,载《消费经济》,2014年第3期。
- [40] 刘雨:《社会分层与情感不平等再生产——兼论学生情感公平及其实现》,载《湖北社会科学》,2018年第2期。

(特约编辑:张 宪)