

东亚社会发展研究

目 录

- 1 青年倍速观看背后的效率逻辑与时间困境
彭 悦
- 11 算法推荐下青年信息茧房的认知影响与破解路径
蒋 楠，钟文浩
- 18 大学生就业焦虑中的社会比较困境及调适
罗 静
- 28 饭圈文化中的大学生非理性消费及其成因
刘路源
- 39 旅游指南文本中冗余现象研究与翻译对策
陈文峻
- 46 当代青年婚恋观念的转变及其社会成因
邱 宁
- 61 大学生标签化现象的表现、影响与应对
金雨欣，卢 洋，韩 旭

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.001

青年倍速观看背后的效率逻辑与时间困境

彭悦¹

1. 湖北经济学院, 湖北 武汉 430205

摘要: 倍速播放原本是视频平台提供的一项观看辅助功能, 如今已经进入青年日常媒介使用过程。影视剧、纪录片、知识视频、网络课程乃至短视频都可能被置于 1.25 倍、1.5 倍甚至 2 倍速度下观看。倍速观看看似只是个人对播放速度的调整, 其背后却包含明显的效率逻辑。面对数量持续增加的视频内容和有限的个人时间, 青年希望通过提高播放速度降低时间成本, 以较少时间获得更多信息、完成更多观看任务。倍速由此成为一种主动管理时间的方式。但时间效率提高并不必然带来更加从容的媒介生活。当“节省时间”逐渐变成一种稳定习惯后, 观看活动容易从休闲体验转变为需要尽快完成的任务, 节省出来的时间又可能被新的内容填满, 形成“加速—节省—继续加速”的循环。长时间处于快速观看状态, 还可能改变个体对正常播放节奏的感受, 使等待、停顿、铺垫和缓慢叙事越来越难以被接受。本文从青年倍速观看的现实表现出发, 分析其背后的时间稀缺意识、信息获取需求、平台技术条件、内容供给方式和效率价值取向, 重点讨论倍速观看产生的时间节省悖论、闲暇时间效率化、时间感知加速、注意力碎片化以及观看自主性弱化等问题。在此基础上, 文章认为, 对倍速观看既不能简单否定, 也不能把速度完全等同于效率。合理使用倍速功能的关键在于恢复不同观看情境之间的速度差异, 使技术重新服务于内容理解、休闲体验和个体真实需要, 而不是让所有观看活动都服从“更快完成”的单一标准。

关键字: 倍速观看; 青年群体; 效率逻辑; 时间感知; 媒介消费; 时间困境

The Efficiency Logic and Time Dilemma Behind Young People's Speed-Watching Practices

PENG Yue¹

1. Hubei University of Economics, Wuhan 430205, P. R. China

Correspondence to: PENG Yue

Abstract: Speed playback was originally introduced by video platforms as an auxiliary viewing function, but it has now become embedded in the everyday media practices of young people. Films and television dramas, documentaries, knowledge-based videos, online courses, and even short videos may be watched at 1.25×, 1.5×, or even 2× speed. Although speed-watching may appear to be merely an individual adjustment of playback speed, it reflects a clear logic of efficiency. Faced with the continuous growth of video content and limited personal time, young people attempt to reduce time costs by increasing playback speed, so as to obtain more information and complete more viewing tasks within a shorter period. Speed-watching has thus become a way of actively managing time. However, greater time efficiency does not necessarily lead to a more relaxed media experience. When “saving time” gradually develops into a stable habit, viewing activities can shift from leisure

引用格式: 彭悦. 青年倍速观看背后的效率逻辑与时间困境[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 1-10.

experiences into tasks that need to be completed as quickly as possible, while the time saved may soon be filled with new content, creating a cycle of “acceleration—time saving—further acceleration.” Prolonged exposure to accelerated viewing may also change individuals’ perceptions of normal playback speed, making waiting, pauses, narrative buildup, and slower storytelling increasingly difficult to tolerate. Starting from the actual manifestations of speed-watching among young people, this paper analyzes the underlying factors of perceived time scarcity, information acquisition needs, platform technologies, content supply, and efficiency-oriented values. It focuses on the paradox of time saving, the efficiency-oriented transformation of leisure time, accelerated time perception, fragmented attention, and the weakening of viewing autonomy. The paper argues that speed-watching should neither be simply rejected nor should speed be completely equated with efficiency. The key to the rational use of speed playback lies in restoring differences in viewing speed across different contexts, so that technology once again serves content comprehension, leisure experience, and individuals’ actual needs, rather than making all viewing activities subject to the single standard of “finishing faster.”

Key words: speed-watching; young people; efficiency logic; time perception; media consumption; time dilemma

引言

观看视频曾经是一种较为线性的媒介活动。电视节目按照固定时间播出，电影拥有相对稳定的放映时长，观众能够控制的是是否观看，却很难直接改变作品自身的播放节奏。网络视频平台改变了这种关系。暂停、拖动、跳过片头片尾、倍速播放、进度条预览等功能，使观众可以直接参与观看时间的安排。原本由作品和平台决定的播放时间开始部分转移到用户手中，其中倍速播放最能够体现这种变化。一个 60 分钟的视频在 1.5 倍速条件下理论上只需要 40 分钟，在 2 倍速条件下只需要 30 分钟。对时间紧张的用户而言，这种变化十分直接：同样一小时，可以观看更多内容。

青年群体对数字媒介的使用频率较高，视频已经进入学习、娱乐、信息获取和社交等多种生活场景。倍速也不再局限于影视剧。网络课程可以倍速，知识类视频可以倍速，访谈节目可以倍速，综艺节目可以倍速，一些已经节奏较快的短视频同样提供倍速功能。虞嘉雯、刘俊冉指出，青年使用倍速播放与时间稀缺和信息效率需求存在密切联系，倍速在一定程度上成为青年管理视频内容的工具^[1]。这种现象说明，倍速观看不能只被理解为技术功能使用，它还反映了青年如何看待时间、信息和效率。

倍速观看本身并不存在绝对的好坏。面对内容重复、节奏缓慢或者只需要提取局部信息的视频，提高播放速度能够减少不必要的时间消耗。用户根据自身需要改变播放速度，也是媒介技术给予个人的一种选择权。问题在于，当倍速从针对特定内容的工具变成普遍性的观看习惯，“快”便可能从一种选择转变为一种默认标准。此时，观看者关心的不再只是“这个内容适不适合加速”，而会逐渐转向“为什么不能更快”。速度从工具变成评价观看效率的尺度，时间也越来越容易被理解为一种需要不断压缩成本、提高产出的资源。

青年倍速观看值得关注的地方，正是在这种变化之中。表面上，青年通过倍速获得了更强的时间控制能力；更深层的问题却是，这种控制是否真的使人拥有了更多自由时间。如果省下来的十分钟、二十分钟立即被新的观看任务、信息和娱乐内容占用，节约时间就可能并没有减少忙碌，反而扩大了单位时间内需要完成的事情。张奥将倍速播放与时间感知和加速逻辑联系起来，认为对效率的持续追求可能进一步改变个体对时间价值的理解^[2]。因此，对倍速观看的讨论不能停留在“是否应该开倍速”，而需要进入时间观念和日常生活层面，分析青年为什么越来越希望加快观看，以及这种速度追求最终将人带向何种时间状态。

1 青年倍速观看的现实样态

倍速观看最直观的特征是通过技术手段压缩既定内容所需要的播放时间。以一个 60 分钟视频为例，不同播放速度对应的理论观看时间存在明显差异。

表 1 不同播放速度下 60 分钟视频的理论观看时长

播放速度	理论观看时长	相比 1 倍速节省时间
1.0 倍	60 分钟	0 分钟
1.25 倍	48 分钟	12 分钟
1.5 倍	40 分钟	20 分钟
1.75 倍	约 34.3 分钟	约 25.7 分钟
2.0 倍	30 分钟	30 分钟

这种时间压缩很容易形成正向体验。用户第一次发现一个小时的视频能够在四十分钟内看完时，会明确感受到技术带来的便利。尤其是观看知识视频、重复内容较多的视频或者已经了解基本情节的影视内容时，正常播放速度甚至可能被认为“太慢”。倍速功能由此从偶尔使用的工具逐渐进入日常观看习惯。

青年倍速观看还表现出明显的场景差异。观看课程时，倍速可能用于跳过已经掌握的知识；观看影视剧时，倍速可能用于快速推进情节；观看访谈时，用户可能主要关心观点和信息，不太在意语言停顿和表达节奏；观看综艺节目时，部分用户会提高速度以快速获得笑点、冲突或结果。不同场景虽然目的不同，却共享一个基本逻辑，即减少单位内容需要占用的时间。

这种观看方式还经常与拖动进度条、跳过片头片尾、观看剪辑解说、只看高能片段等行为组合出现。用户并不是简单地把视频整体提高到某个速度，而是在不断调整自己与内容之间的时间关系。无关部分直接跳过，信息密度低的内容快速播放，重点部分恢复正常速度，部分画面甚至反复观看。这意味着当代视频观

看越来越不像完整接受一段固定时长的作品，更接近用户根据自身需求重新组织内容时间。

张萍、胡云把青年倍速播放与对时间的竞争和支配联系起来，认为倍速使用体现了青年对观看时间主动控制的需求^[3]。这种解释能够说明倍速为什么容易被青年接受。数字平台提供的内容远远超过个人能够实际消费的数量，视频推荐又持续制造新的观看对象。当“想看的東西”不断增加时，时间不足就会成为稳定感受。用户不能扩大一天的长度，只能压缩每项活动占用的时间。倍速由此成为解决“内容很多、时间有限”矛盾的一种直接方式。

但需要区分的是，倍速观看不等于简单的“快看”。真正值得讨论的是倍速已经逐渐进入青年对媒介时间的理解方式。很多人在没有明确赶时间的情况下也会自然开启 1.25 倍或 1.5 倍速度。当正常速度让人产生“拖沓”“太慢”“浪费时间”的感觉时，倍速已经不只是解决现实时间不足，而开始重新定义什么才是“正常”的观看节奏。

2 倍速观看的社会时间基础

个体对时间的感受并不是完全独立形成的。学习安排、工作节奏、即时通信、平台更新和社会交往都会影响人对“快”和“慢”的判断。当日常生活中的很多活动都强调快速响应和及时完成时，效率观念很容易从学习、工作延伸到娱乐和休闲领域。原本没有明确生产目标的观看行为也开始接受效率评价。

社会加速理论为理解这一问题提供了较为直接的视角。现代生活中的技术进步能够帮助人们用更短时间完成同一件事，但效率工具增加之后，人们并没有必然获得更多空闲。新的活动、新的信息和新的任务也会同步增加。倍速观看正体现了这种矛盾。播放技术缩短了单个视频的观看时间，却没有减少用户接触到的视频总量。平台推荐系统仍会继续提供下一条内容，社交网络仍会产生新的热门话题，视频网站仍会更新新的剧集。技术提高的是单位时间内的处理能力，而不是自动减少个人面对的信息数量。

段婷宇在分析青年影视剧倍速观看时，将

时间角逐、社交身份和媒介技术依赖视为推动倍速的重要因素^[4]。这一点说明,青年观看视频并不总是出于纯粹的个人兴趣。有些热门影视剧具有社交属性,及时了解剧情意味着能够参与朋友之间的话题、网络讨论和社交互动。当观看同时承担获取谈资和跟上流行文化的作用时,观看速度就容易受到外部节奏影响。此时,“看完”可能比“慢慢看”更加重要。

青年媒介时间还具有高度碎片化的特征。等待交通、吃饭间隙、睡前时间、学习休息时间都可能成为视频观看场景。碎片时间看似增加了媒介使用机会,却也加强了对时间长度的敏感。用户会不断计算剩余的十分钟、二十分钟能够看多少内容。倍速功能恰好把这种计算变得可操作。时间不再只是自然流逝的过程,而变成可以被切割、调整和压缩的单位。

王一涵关于青年中长视频媒介时间的研究也表明,媒介使用会影响个体的时间感知,倍速、分屏等功能可能使观看时间进一步碎片化^[5]。从这一角度看,倍速并非孤立行为,它与整个数字媒介环境中的时间组织方式相互联系。用户习惯了即时刷新、快速切换和连续推荐后,等待较长铺垫、保持长时间注意和接受缓慢节奏的能力可能受到影响。倍速只是这种整体时间结构中较为显眼的一种表现。

3 青年倍速观看背后的效率逻辑

3.1 时间稀缺感推动观看效率化

青年使用倍速最直接的理由通常是“节省时间”。这一理由看似简单,却反映出一种重要变化:时间开始被当作需要精确配置的稀缺资源。学习、工作、社交、娱乐和休息都需要占用时间,当多个活动集中在同一天内时,个体会自然产生时间竞争意识。视频观看如果持续几十分钟甚至数小时,就容易被视为能够压缩的部分。

这种时间稀缺有真实基础。日常生活的确存在大量事务,长视频又具有较高的时间占用成本。但时间稀缺感并不完全等于客观时间不足。两个拥有相同空闲时间的人,对时间是否充足可能产生完全不同的判断。当个体形成“单位时间应该完成更多事情”的期待后,即

使没有明确任务,也可能认为慢速观看是一种低效率行为。

倍速在这里提供了一种非常清晰的数字反馈。1.5倍意味着时间被压缩三分之一,2倍意味着理论上能够节省一半时间。这种节省能够被直接计算,也能够立即感知。相比“提高专注力”“减少无效浏览”等比较模糊的时间管理方式,倍速的效果更加明确。用户只需要点击播放速度,就能够看到剩余时长迅速缩短。这种可计算性强化了倍速的吸引力。

问题在于,当观看不断接受效率计算后,人容易把“少花时间”直接理解为“更有效率”。实际上,媒介活动的价值并不完全由完成速度决定。新闻信息、教学内容和影视作品具有不同的观看目标。一段新闻可能只需要快速获取事实,一部电影却可能需要通过镜头停留、音乐、沉默和叙事节奏建立情绪。若所有内容都使用相同的时间效率标准,观看目的本身就会被改变。

3.2 信息过剩使“看完”成为重要目标

数字平台降低了内容获取门槛,也扩大了用户面对的选择数量。传统电视时代,观众能够接触的节目数量相对有限;流媒体和短视频平台则几乎提供无限内容。首页推荐、热门榜单、关注更新、朋友分享和社交媒体讨论不断产生新的观看对象。个体真正面对的问题逐渐从“没有东西可看”变成“想看的东西太多”。

内容过剩容易产生一种新的焦虑:如果按照正常速度观看,就可能错过更多内容。于是,用户开始在内容数量与时间成本之间做选择。倍速观看的作用就在于扩大单位时间的消费容量。一天只有固定的娱乐时间,但通过提高速度,用户可以多看一集电视剧、多完成一个知识视频、多了解一个热门话题。

这里的效率逻辑并不是简单追求时间最短,而是追求“单位时间的信息获得量最大化”。观看逐渐接近信息处理。用户倾向于识别核心内容、过滤低价值部分、快速获得结论。这种方式在知识检索型观看中具有明显价值。如果用户只是为了找到一个操作步骤、一项事实或一个明确答案,没有必要完整体验全部内

容。但当这种信息处理方式进入所有视频类型后,影视作品中的情绪、氛围和细节也可能被当作可以压缩的“非核心信息”。

陈晓语对流媒体倍速观影的分析指出,快速观看可能使观众从完整的审美接受转向对情节和信息的获取^[6]。这种变化说明,倍速不只改变速度,还可能改变“观看是什么”。观看原本可以是一段具有过程价值的活动,而效率逻辑更容易把它理解为从起点到结果的任务。只要知道了结局、获得了知识点或掌握了核心信息,过程便被视为可以缩减的成本。

3.3 从“享受过程”转向“完成内容”

倍速观看中一个容易被忽视的变化,是“完成感”逐渐进入休闲活动。很多人会使用“刷完”“追完”“补完”“看完”描述媒介消费。语言中的“完”体现出较强的任务色彩。剧集数量、课程数量、视频时长都构成可以完成的目标。当待看列表不断积累时,观看甚至会产生类似处理任务清单的感觉。

这并不意味着青年已经失去娱乐能力,而是效率标准正在进入原本强调体验的活动。看一部剧不只是因为观看过程愉快,也可能是为了尽快跟上讨论;看一个知识视频不只是因为好奇,也可能是为了迅速建立“我已经了解这个问题”的感觉;观看经典作品还可能带有完成文化消费清单的意味。

当“完成”成为重要目标,速度自然获得更高价值。正常速度下需要八小时看完的剧集,如果能够压缩到六小时甚至四小时,用户会感觉自己提高了时间利用率。但影视观看与工作任务存在根本差别。工作任务完成后通常能够获得明确结果,休闲活动的意义却很大程度上存在于过程本身。若休闲也被完全任务化,娱乐时间可能仍然保持一种“赶进度”的心理状态。

这种状态解释了一个常见现象:人虽然在休息,却没有真正感到放松。身体离开了学习或工作场景,时间管理的逻辑仍然存在。看剧需要提高效率,刷视频希望迅速找到最有价值的内容,听播客也可能选择倍速。休闲活动越来越多,休闲过程却不一定更加轻松。

3.4 可计算时间制造控制感

倍速观看能够带给用户较强的主动感。固定时长的视频不再意味着必须投入固定时间。用户可以根据剩余时间决定速度,也可以随时改变速度。这种控制并非虚假,它确实扩大了观看自主权。

但技术控制还会产生另一种心理效果,即把复杂的时间问题简化为速度问题。当人感觉“时间不够”时,提高倍速成为最容易执行的解决办法。相比减少观看数量、拒绝部分信息、重新安排休息时间,提高播放速度几乎没有明显心理成本。用户不需要舍弃任何想看的内容,只需要让每项内容占用更少时间。

这也使倍速成为一种具有吸引力的折中方案。想看的内容全部保留,同时希望花费更少时间。从短期看,这个方法确实有效;从长期看,如果省下来的时间继续用于添加更多内容,总需求就可能持续增加。原本的问题是“内容太多”,最后变成“还需要更快”。

效率逻辑最值得警惕的并不是用户喜欢快,而是速度开始承担解决所有时间压力的功能。当个体越来越依赖加速技术处理时间不足,就容易忽略另一种可能:不是所有内容都需要看,不是所有热点都需要跟上,也不是所有空闲时间都必须获得最大信息量。真正的时间自主不仅包括控制播放速度,也包括决定什么值得投入时间、什么可以放弃。

4 青年倍速观看的形成机制

4.1 平台技术降低了加速观看门槛

倍速能够成为普遍行为,一个重要条件是操作足够简单。早期视频播放中,改变速度需要专门软件或复杂设置,现在大多数视频平台直接提供播放速度选项。部分移动端还能够通过长按屏幕临时加速,用户不需要离开观看界面就可以改变节奏。

技术设计并不决定用户一定会倍速,却会改变行为成本。当功能被放置在明显位置、操作只需要一次点击时,尝试倍速几乎没有门槛。用户尝试后如果获得时间节省的正向反馈,就可能持续使用。久而久之,1.25倍或1.5倍可能从“加速”变成个人熟悉的观看速度。

播放速度选择还改变了用户和视频之间的关系。作品不再拥有绝对稳定的节奏。创作者设计的停顿、对白速度和镜头时间,都可以由观众重新调整。技术把部分时间安排权交给用户,这是媒介自主性的提高,也为效率逻辑进入观看过程提供了条件。

4.2 内容供给中的冗余强化倍速需求

倍速流行不能完全归因于用户缺乏耐心。部分视频内容本身存在节奏拖长、信息密度偏低、重复表达较多等问题。影视剧中重复回忆、过长铺垫和情节推进缓慢,会使观众产生跳过或加速的冲动。知识视频如果核心观点有限,却通过大量例子和重复说明延长时长,同样容易推动用户提高速度。

张师迅指出,倍速观看也反映了观众对部分内容质量和叙事效率的不满。虽然倍速会影响艺术体验,但其出现也与内容供给方式有关。仅从用户角度批评倍速容易忽视一个事实:用户并不会对所有作品使用同样速度。情节紧凑、信息密度适当、具有强烈沉浸感的内容往往能够降低用户加速意愿。

这说明倍速观看存在“需求侧效率”与“供给侧节奏”之间的互动。用户习惯加速后,会对内容节奏提出更高要求;创作者发现观众耐心下降后,又可能加快叙事、提高信息密度。双方相互作用,最终使整个媒介环境趋向更快。

4.3 热点更新加快了观看的社交压力

青年观看影视内容还具有明显的社交属性。热门剧集上线后,剧情讨论、二次创作、表情包和话题内容可能迅速传播。没有及时观看的人容易在社交平台提前看到关键剧情,也可能无法参与朋友之间的讨论。

这种情况下,观看不再完全按照个人节奏进行。为了避免“落后”,部分用户会集中追剧或提高播放速度。倍速帮助用户缩短与热门话题之间的时间差。它服务的不只是观看效率,也服务于一种即时参与需求。

段婷婷提到“追剧式社交”对青年倍速行为具有推动作用^[4]。这一现象说明,个人时间并不完全属于个人。当热点文化的有效讨论期不断缩短时,用户会被迫提高信息接收速度。昨

天的热门话题可能很快被新的热点替代,慢慢观看意味着可能错过参与窗口。

4.4 重复使用形成速度习惯

倍速观看还有明显的习惯效应。一个长期以1.5倍速度观看视频的人重新回到1倍速时,往往容易产生“说话太慢”的感觉。实际内容速度并没有降低,变化的是个体已经建立了新的节奏参照。

这种适应能够解释为什么倍速使用容易从特定场景扩散。最初可能只是为了快速完成网络课程,后来开始用于知识视频,再进入影视剧和综艺。用户一旦习惯更高的信息输入速度,正常节奏的等待成本就会提高。

习惯形成后,倍速甚至可能在没有明确效率需求时自动开启。此时,观看速度已经从理性选择变成惯性行为。用户不再询问“这段内容是否需要加速”,而是默认“能倍速就倍速”。技术便利、内容环境、时间压力和个人习惯相互叠加,最终形成稳定的倍速观看模式。

5 倍速观看中的时间困境

5.1 节省时间却没有获得更多时间

倍速观看最明显的矛盾是:技术能够真实节省观看时间,但个体并不一定因此感到时间更加充裕。赵智堃在讨论倍速观看时指出,节省出来的时间可能继续被新的媒介任务填充,使用户进入“加速—焦虑—再加速”的循环。

这一矛盾可以通过一个简单情境理解。如果用户原本计划看两集电视剧,每集60分钟,正常播放需要120分钟;采用1.5倍后只需要80分钟,节省40分钟。若用户在剩余40分钟中停止观看并休息,那么倍速确实带来了额外自由时间。若用户看到还有40分钟,于是继续播放第三集,最终实际观看时间仍然接近两小时,那么技术提高的不是空闲时间,而是单位时间内消费内容的数量。

现实中的平台机制更容易推动后一种结果。一个视频结束后,下一条内容立即出现;一季剧看完后,首页仍有新的推荐;社交平台不断提供新的热门信息。用户节省时间以后,很少面对真正的“空白”,而是面对更多可以继

续观看的选择。

问题便从“如何节省时间”转变为“节省下来的时间属于谁”。如果每一次效率提升都被更多内容占据,个体虽然拥有更高处理能力,却不一定获得更多可自由支配的时间。这也是效率逻辑中的核心悖论:做得更快并不等于更轻松。

5.2 闲暇时间被效率标准重新塑造

倍速观看还反映出效率观念从工作领域进入休闲领域。工作讲求效率具有明确理由,因为效率可能与任务完成、劳动成本和产出相关。观看影视作品、听音乐和阅读小说则具有不同性质。这些活动的重要价值在于体验本身,而不是尽快抵达终点。

当休闲活动也不断接受效率评价时,休闲的性质会发生变化。用户会计算两小时能看多少集、一个晚上能刷多少视频、多久可以追完一部剧。原本用来摆脱时间压力的娱乐,开始产生新的进度要求。

张奥认为,倍速播放可能使自由时间受到效率和消费逻辑的影响^[2]。这种变化并不是说使用倍速就意味着失去自由,而是需要注意评价标准发生了什么变化。如果用户根据内容特点自由选择速度,技术扩大的是自主性;如果用户即使在休息时也因为“慢就是浪费”而无法接受正常速度,那么效率已经由选择转变为压力。

闲暇真正重要的地方,并不是完全没有活动,而是不必始终证明时间被有效利用。一个人可以看完整部电影,也可以什么都不做。若任何空白都被理解为浪费,休息就会变成另一种需要管理和优化的任务。倍速观看只是这种变化中一个非常具体的入口。

5.3 时间感知发生持续加速

技术速度长期改变后,人对时间的心理感受也可能改变。正常速度并不是一个纯客观标准,它还受到过去使用习惯影响。长期处于快速信息环境中,人会建立新的节奏预期。对话间的停顿、镜头的长时间停留、内容铺垫甚至正常语速,都可能显得缓慢。

王一涵的研究指出,倍速观看会参与青年

媒介时间感知的建构^[5]。这意味着用户不仅是在加快视频,也可能逐渐形成更快的心理节奏。观看行为结束后,这种对速度的期待未必立即消失。

当速度预期不断提高,等待本身会变得更难接受。视频加载几秒会让人不耐烦,较长文章需要迅速寻找重点,长篇影视剧会倾向于通过解说视频了解剧情。效率需求由此可能扩展为一种更加广泛的时间态度。

这里的问题不是“快”本身,而是速度选择是否仍然存在。如果个体既能够快速获取信息,也能够需要在需要时接受慢节奏,那么速度仍然是工具;如果慢逐渐变得不可忍受,速度就可能反过来限制选择。真正的时间自由并不是永远加速,而是能够根据活动性质调整节奏。

5.4 注意力由持续投入转向快速提取

倍速观看对时间的压缩还会改变注意力使用方式。高速播放意味着单位时间进入的信息量增加,观众必须更快识别语言、画面和情节。如果内容简单,这种方式不会必然造成理解困难;面对结构复杂、信息密度较高或情绪表达细腻的内容时,较快速度就可能降低深度处理空间。

杜奕萱针对128名大学生开展的教学视频实验中,比较了0.5倍、1倍、1.5倍和2倍播放条件。研究结果显示,不同播放速度会影响注意表现和学习满意度,1倍速在相应实验条件下表现出较高的学习满意度^[7]。这一结果提示,播放速度与观看效果之间并不是简单的“越快越好”关系。不同内容、任务和观看目的需要不同速度。

影视内容中的影响更加难以通过“是否看懂剧情”衡量。观众即使开2倍速也可能准确知道人物关系和故事结局,却可能减少对表演细节、镜头语言、音乐和情绪停顿的感受。此时,信息层面的理解仍然存在,体验层面的观看却发生了变化。

陈晓语把这种变化概括为从审美接受向信息获取倾斜^[6]。这一判断值得注意,因为倍速的真正代价可能不是“看不懂”,而是观看目的被简化。如果用户认为影视作品的价值只是剧情信息,那么加速当然非常合理;如果作品的

意义还存在于过程和形式，过度压缩就可能减少原本能够获得的体验。

5.5 从控制技术到依赖速度

倍速最初给用户带来的感受是“我可以控制视频”。但当倍速形成稳定习惯后，控制关系可能发生微妙变化。用户不是因为某个内容需要加速才选择倍速，而是因为无法忍受正常速度才必须加速。

这种状态并不意味着技术直接控制了人，而是使用习惯缩小了个人对不同节奏的适应范围。正常播放速度依然存在，心理上却越来越难以接受。选择看似增加，实际可接受的选择反而减少。

这一点构成倍速观看最深层的时间困境。技术本来用于帮助用户节约时间，最终却可能提高人对时间效率的要求；技术本来扩大个人控制，最后却让个体越来越依赖加速才能维持舒适感。问题不在于倍速功能设计错误，而在于任何效率技术都可能形成新的效率标准。

当1.25倍成为习惯后，1倍显得慢；当1.5倍成为习惯后，1.25倍又可能不够快。如果观看体验不断围绕速度提升，效率标准就没有天然终点。真正需要解决的并不是“找到最合适的最高倍速”，而是重新判断哪些活动本来就不应以最快完成为目标。

6 倍速观看对媒介消费和内容生产的影响

倍速观看不仅影响个体，也会反馈到内容生产端。平台和创作者会根据用户停留时间、完播率、跳出率等指标观察受众行为。当大量用户对铺垫较长、信息密度较低的内容缺乏耐心时，创作者会倾向于调整叙事方式，提高开头吸引力，压缩无效段落，增加冲突和信息点。

这种调整并非完全消极。传统影视和网络视频中确实存在节奏拖沓、重复表达和内容注水问题。倍速、跳过和退出行为能够向创作者传递明确反馈，推动内容提高叙事效率。乔琳也指出，倍速播放不仅改变用户观看习惯，还会进一步影响视频内容生态^[8]。

但如果创作者过度适应速度偏好，也可能出现新的问题。为了防止观众退出，视频需要持续制造刺激；为了让用户迅速理解，内容表达会趋向直接；复杂的铺垫、缓慢的情绪积累和需要耐心理解的内容可能失去竞争优势。内容生产就可能从“让作品具有完整表达”转向“尽量不让观众觉得慢”。

陆振洋在讨论短视频中的“快文化”时指出，快速传播和高频更新能够满足信息获取需求，但也可能带来认知负担和体验单一的问题^[9]。这说明速度文化存在明显的双面性。快能够提高信息流动效率，却不能替代所有媒介形式。真正丰富的内容生态需要同时容纳快速信息和慢速体验。

如果平台所有内容都竞争用户极短的注意力，最终可能形成节奏趋同。影视作品越来越快，知识内容越来越强调结论先行，短视频不断缩短吸引用户所需时间。用户对速度的需求推动内容加速，内容加速又进一步提高用户对速度的期待，两者形成循环。

这种循环还会改变文化消费的评价方式。一部作品是否值得看，越来越容易被转换成“值不值得花这么长时间”。时间成本当然是合理考虑，但如果它成为唯一标准，长篇作品、慢节奏作品和需要沉浸体验的内容就容易处于不利位置。文化产品的价值不能完全按照单位时间获得多少信息来衡量。小说、电影、纪录片乃至一些长谈话的意义，往往恰恰来自不能被快速压缩的过程。

倍速观看带来的文化变化并不是简单的审美下降，也不能归结为青年缺乏耐心。它更像是用户、平台和内容生产之间共同形成的一种速度结构。每个主体都有合理理由追求效率，但当这些效率需求叠加后，整个媒介环境可能越来越难给“慢”留下空间。

7 从效率优先转向情境化观看

7.1 区分信息型观看与体验型观看

解决倍速观看中的时间困境，并不需要取消倍速功能。倍速具有明确实用价值，关键是避免把同一种速度逻辑应用到所有内容。

信息型观看主要目标是获得事实、方法或结论。例如用户观看已经掌握大部分内容的课程、查找操作步骤、回顾熟悉知识时,提高播放速度可以降低时间成本。此时,速度服务于明确的信息任务。

体验型观看则不同。电影、纪录片、访谈和部分文化内容的意义并不只存在于结论中。语言停顿、镜头长度、声音和节奏都是内容的一部分。此类观看如果过度加速,即使仍能获得基本信息,也可能损失体验。

用户真正需要建立的不是“绝对不用倍速”的规则,而是根据观看目的调整速度。倍速应当是情境工具,而不是默认设置。只有保留正常观看和慢速观看的能力,技术选择才是真正的选择。

7.2 减少把观看变成待办任务

青年倍速观看的一部分压力来自不断增长的待看清单。收藏功能、稍后再看、追剧列表能够帮助管理内容,却也容易制造“还有很多没看”的负担。收藏数量越多,用户越可能产生尽快清理内容的需求。

减少时间压力的有效方式不一定是提高速度,也可以减少不必要的观看。信息环境中,大量内容具有重复性。一个热点可能被多个账号重新解释,一项知识可能被不同视频反复包装。如果所有内容都试图跟上,即使使用2倍速也不可能真正看完。

放弃部分内容并不等于信息损失,而是一种更主动的时间管理。时间自主的核心不是把所有内容塞入有限时间,而是根据价值进行选择。当个人能够接受“有些内容不看也没有关系”,倍速就不再承担解决信息过剩的全部压力。

7.3 平台应保留用户的速度自主性

平台在速度设计中应继续保留多档播放选项,让用户根据不同场景自由调整。倍速功能本身不需要被道德化。问题在于平台是否通过连续推荐、自动播放和信息刺激不断扩大用户的观看需求。

平台可以在提供效率工具的同时改善时间提示。例如清晰展示连续观看时长、减少不必

要的自动续播干扰、给予用户关闭推荐和自动播放的选择。目标不是要求用户少看,而是让用户更加清楚自己正在如何使用时间。

对于知识型和教学型视频,还可以提供章节导航、重点标记、文本索引等方式。用户如果只是寻找特定信息,可以直接定位内容,而不是必须依靠高倍速从头快速播放。这样能够把“寻找信息”和“加速观看”区分开,减少倍速承担过多功能。

7.4 内容生产不应完全迎合速度竞争

创作者需要提高内容质量和叙事效率,但“提高效率”不应被理解为无限加快节奏。删除重复内容、减少无意义注水属于内容优化,取消所有停顿和铺垫则可能损害作品表达。

短视频适合快速信息,长视频则能够承担更复杂的分析和体验。不同媒介形式本来就可以拥有不同节奏。如果所有内容都按照最短时间吸引用户,媒介类型之间的差异会逐渐消失。

陆振洋提出快文化和慢文化并非只能相互排斥,两者可以在平台生态中形成一定共存关系^[9]。这一思路对于倍速问题同样适用。用户需要快速获得信息时,应当有高效内容;需要深入理解和休闲体验时,也应当存在能够容纳缓慢节奏的作品。

速度多样性比单纯追求“快”更重要。一个健康的媒介环境不应要求所有内容都慢,也不应把所有内容都推向高速,而应允许用户和创作者根据内容性质形成不同时间节奏。

8 结语

青年倍速观看并不是一个单纯的播放技术问题。它建立在时间稀缺感、信息过剩、平台功能便利、热点更新和效率观念共同作用的基础之上。青年选择倍速具有现实合理性。在有限时间内快速完成课程、筛选信息或者跳过低价值内容,都能够提高媒介使用效率。倍速功能扩大了用户对观看时间的控制,也改变了传统视频只能按照固定节奏接受的状态。

真正需要讨论的是,倍速何时从一种工具变成一种默认时间观念。当“快”逐渐成为观看活动的普遍标准后,休闲也可能进入效率计

算。用户虽然不断节省单个视频所占用的时间，却不一定获得更多真正空闲；单位时间能够消费更多内容，也不代表时间压力自然下降。相反，新的内容会继续填补被节省出来的时间，使个体处在持续加速之中。

倍速还可能改变人对正常节奏的感受。长期适应高速度信息输入后，停顿、铺垫和等待越来越容易被理解为低效。观看从体验过程转向内容提取，注意力从持续投入转向快速抓取重点。此时，真正受到影响的不仅是影视审美，而是个体理解时间的方式。

对倍速观看的合理态度不应是简单回到 1 倍速。技术已经成为日常媒介生活的一部分，强行排斥倍速既不现实，也忽视了它在信息筛选和时间管理中的实际价值。更重要的是重新建立速度与情境之间的联系。需要快速获得信息时可以快，需要理解和体验时也能够慢；能够通过倍速节约时间，也能够允许部分时间不追求最大效率。只有当倍速重新成为可选择的工具，技术带来的时间控制才真正可能转化为更加自由的媒介生活。

参考文献：

- [1] 虞嘉雯, 刘俊冉. 加速的困境：青年短视频“倍速播放”行为的动因与社会影响[J]. 新闻潮, 2025, (11): 12-14.
- [2] 张奥. 效率陷阱：倍速播放中的时间感知与加速逻辑[J]. 新闻传播, 2025, (16): 60-62.
- [3] 张萍, 胡云. 加速社会理论视角下青年群体视频倍速播放研究[J]. 视听, 2024, (12): 109-112.
- [4] 段婷宇. 倍速播放：青年群体影视剧加速观看行为分析[J]. 声屏世界, 2025, (9): 108-110.
- [5] 王一涵. 社会建构视角下的媒介时间——一项基于青年群体中长视频观看的研究[D]. 济南：山东大学, 2025.
- [6] 陈晓语. 流媒体平台倍速观影的审美异化探析[D]. 重庆：西南大学, 2025.
- [7] 杜奕萱. 平面与全景环境下教学视频播放速度对学习效果的影響研究[D]. 南充：西华师范大学, 2025.
- [8] 乔琳. 加快的视界：网络视频倍速播放现象的动因及其影响探究[J]. 西部广播电视, 2024, 45(5): 89-92.
- [9] 陆振洋. 倍速与慢享：短视频生态下的文化张力与共生[J]. 视听, 2026, (7): 107-110.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”（CC BY 4.0）以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章（含商业用途），惟须明确署名原作者及出处，并注明所作修改（如有）。完整协议详见：
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场，与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.002

算法推荐下青年信息茧房的认知影响与破解路径

蒋楠¹, 钟文浩¹

1. 湖南财政经济学院, 湖南 长沙 410205

摘要: 算法推荐已经成为青年接触网络信息的重要方式。平台通过用户点击、停留、点赞、评论、搜索和关注等行为持续识别兴趣偏好,并据此进行个性化内容分发,在降低信息筛选成本的同时,也可能使青年长期处于相似观点、相近情绪和同类内容构成的信息环境之中。信息茧房并非算法单方面作用的结果,而是在平台推荐机制、用户选择偏好、圈层交往方式和商业流量逻辑共同作用下逐渐形成。青年长期处于相对封闭的信息环境,容易出现信息来源单一、既有认知强化、复杂问题简单化、情绪判断替代理性判断以及不同群体之间理解能力下降等问题,但个性化推荐本身并不必然造成认知封闭,其影响取决于信息多样性、用户主动性和平台机制。破解青年信息茧房不能简单取消算法推荐,而应在保留信息匹配效率的基础上,提高异质信息进入推荐系统的机会,增强青年主动搜索、交叉验证和反思自身偏好的能力,同时通过平台责任、公共内容供给、线下社会交往等方式扩大青年接触不同观点和真实社会经验的空间,使算法由持续迎合既有偏好转向支持更加开放的认知形成。

关键词: 算法推荐; 青年群体; 信息茧房; 认知影响; 媒介素养

Cognitive Effects of Information Cocoons on Youth under Algorithmic Recommendation and Strategies for Breaking Them

JIANG Nan¹, ZHONG Wen-hao¹

1. Hunan University of Finance and Economics, Changsha 410205, P. R. China

Correspondence to: ZHONG Wen-hao

Abstract: Algorithmic recommendation has become an important way for young people to access online information. By continuously identifying users' interests and preferences through behaviors such as clicking, viewing duration, liking, commenting, searching, and following, platforms provide personalized content distribution. While this reduces the cost of information screening, it may also keep young users within an information environment composed of similar viewpoints, emotions, and types of content for prolonged periods. Information cocoons are not caused by algorithms alone, but gradually emerge through the combined influence of platform recommendation mechanisms, users' selective preferences, circle-based social interaction, and traffic-oriented commercial logic. Prolonged exposure to relatively closed information environments may lead to limited information sources, reinforcement of existing cognition, oversimplification of complex issues, the replacement of rational judgment by emotional responses, and a reduced ability to understand different social groups. However, personalized recommendation does not inevitably result in cognitive closure, as its effects depend on information diversity, user initiative, and platform mechanisms. Breaking youth information cocoons should not rely on simply abandoning algorithmic recommendation. Instead, while retaining the efficiency of

引用格式: 蒋楠, 钟文浩. 算法推荐下青年信息茧房的认知影响与破解路径[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 11-17.

information matching, platforms should increase opportunities for heterogeneous information to enter recommendation systems. Young users should also strengthen their abilities to search actively, verify information across multiple sources, and reflect on their own preferences. At the same time, platform responsibility, public information provision, and offline social interaction should be strengthened to expand young people's exposure to different viewpoints and real social experiences, so that algorithms can shift from continuously reinforcing existing preferences toward supporting more open forms of cognitive development.

Key words: algorithmic recommendation; youth; information cocoon; cognitive effects; media literacy

引言

短视频、社交媒体、新闻客户端和内容社区已经成为青年获取新闻、知识、娱乐信息和社会议题的重要渠道。与过去依赖编辑选择、栏目分类和用户主动检索的信息获取方式相比,算法推荐能够根据个人历史行为快速筛选内容,减少寻找信息所需要付出的时间。对信息数量庞大、使用场景碎片化的青年而言,这种方式具有明显吸引力。问题在于,推荐系统越了解用户,就越容易持续提供符合既有兴趣和判断的信息。青年在感觉“平台越来越懂自己”的同时,实际接触的信息边界也可能逐渐收缩。林朝霞、韩振华在对高校大学生信息茧房的分析中指出,算法推荐在提供便捷、个性化信息服务的同时,也可能造成信息接触同质化,并对认知、情感和价值判断产生影响^[1]。这一问题并不是简单的“看得少”,而是与青年如何理解社会、判断事实和认识不同群体密切相关。信息茧房也不能被归结为算法技术本身,因为青年仍然具有信息选择能力,平台商业逻辑、用户行为习惯和网络社交结构也持续参与其中。只有把信息茧房放在算法、个体与社会环境互动的过程中考察,才能更准确地理解其认知影响,并寻找具有现实可行性的破解方式。

1 算法推荐下青年信息茧房的形成逻辑

青年信息茧房的形成通常不是一次信息选择造成的,而是一个不断积累和强化的过程。用户第一次点击某类内容时,平台只能获得有限的兴趣信号,但随着观看、搜索、点赞、收

藏、转发等行为增加,系统可以逐渐形成更具体的用户画像。当某类内容获得较长停留时间和较多互动后,相似内容进入推荐页面的概率随之提高。推荐结果又会影响下一轮点击行为,用户行为与算法判断之间由此形成循环。胡金艳等人的研究指出,大学生信息茧房与个体认知偏好、社交网络结构和算法推荐机制之间的共同作用有关^[2]。这说明所谓“茧房”并不是平台单向建造的封闭空间,而更像是用户选择和系统反馈不断配合形成的认知环境。

这一过程首先受到注意力竞争的推动。内容平台需要提高用户停留时间和互动频率,而与用户已有兴趣高度匹配的内容通常更容易获得点击。在商业逻辑下,平台很难持续向用户推荐大量其完全不感兴趣的信息。刘齐平、卢梭、靳延安对数字内容平台的分析显示,同质化内容的流量回报、内容效用和商业价值会影响信息茧房的形成,而具有较高价值的异质化内容则有助于抑制这种趋势^[3]。这意味着真正的问题并不是平台进行了“推荐”,而是评价推荐效果时过度强调点击率、播放完成率和停留时间等短期指标。当用户是否愿意继续观看成为主要标准时,推荐系统自然倾向于不断确认已有兴趣,而不是主动扩展认知边界。

青年自身的信息选择习惯也在强化这一过程。面对数量庞大的网络信息,个体不可能对所有内容进行同等程度的阅读和判断,人们通常更愿意接触熟悉、容易理解并且与自身立场接近的信息。算法只是把这种选择倾向进一步放大。青年如果长期围绕固定兴趣进行搜索、关注固定类型的账号,并且只与观点接近的人进行互动,平台能够获取到的行为数据本身就是单一的。即使推荐机制没有刻意排除其他信息,系统也可能依据这些数据持续作出相似判

断。青年逐渐从“我主动选择某种内容”进入“系统主要向我提供这种内容”的状态，主动偏好最终可能固化为被动的信息边界。

社交关系同样会增强这种封闭性。青年网络交往往常围绕兴趣、身份、审美和生活方式形成相对稳定的圈层。圈层能够带来归属感，也能降低交流成本，但群体成员频繁分享相同类型的信息后，个人会不断获得来自他人的观点确认。此时，算法推荐和社交推荐相互叠加：平台判断用户喜欢某种内容，社交关系又不断强化这种内容的重要性。久而久之，青年可能误把“我经常看到”理解为“社会上大多数人都这样认为”，信息接触频率被错误地转化为社会普遍程度。

信息茧房更准确地说是一种持续收窄的信息接触结构。算法负责提高相似内容到达用户的概率，用户负责用行为数据向算法不断确认偏好，社交圈层负责提供情感认同和群体支持，平台的流量逻辑则为整个循环提供持续动力。当这些因素长期叠加后，青年即使能够自由使用互联网，也可能只是在一个越来越符合自身口味的信息空间内自由移动。

2 信息茧房对青年认知结构的影响

信息茧房最直接的影响是认知材料的减少。人的判断并不是凭空形成的，而是在接触事实、观点、经验和他人解释的过程中逐渐建立。如果长期接触的内容在立场、主题和表达方式上高度相似，青年进行判断时能够调用的信息就会趋于单一。某个社会问题原本可能涉及经济条件、群体差异、制度环境和个体选择等多个因素，但在短视频或高度个性化推荐环境中，它可能被反复解释为某一个简单原因。长期接受这种信息结构后，青年并不一定感觉自己“缺少信息”，反而可能因为不断得到相同结论而形成较强确定感。

情绪内容的持续重复还会改变认知判断的方式。网络信息传播往往偏好能够快速引起愤怒、焦虑、羡慕或恐惧的内容，这些内容更容易推动评论和转发。当算法依据互动程度继续放大类似信息后，用户对某一问题的认知便可能被特定情绪长期包围。高媛媛关于青年情绪茧

房的研究发现，个性化推荐、圈层社交和情绪感染之间存在明显联系，情绪感染会参与茧房的形成过程^[4]。这说明信息茧房并不只是让人“看到同样的观点”，也可能让人反复处于同一种情绪状态。情绪一旦成为信息筛选标准，青年判断社会问题时就更容易优先接受能够回应自身情绪的解释，而忽视需要更多背景知识和耐心分析的信息。

这种现象在外貌、消费和生活方式内容中尤其明显。任雨萱对“ED妹”相关网络内容的研究表明，极端瘦身、进食障碍等内容在平台传播过程中可能借助算法推荐不断聚集，并通过社会比较和自我客体化等过程加重部分青年女性的身材焦虑^[5]。这一案例反映出信息茧房的认知影响并不局限于公共议题。当一种审美形象被高频呈现时，青年可能逐渐高估它在现实社会中的普遍性，并以此重新评价自己。平台展示的是经过算法筛选后的局部样本，但用户看到大量相似内容后，容易把局部样本理解为现实整体。这种认知偏差会进一步影响自我评价、消费选择和生活方式。

信息茧房还可能增强确认偏误。个体原本就容易寻找能够证明自己正确的信息，而算法能够更高效地完成这一过程。青年形成某种初步观点后，只要继续点击支持该观点的内容，系统便可能不断提供新的“证据”。反对意见由于互动减少而逐渐退出推荐页面，用户会越来越来少遇到能够挑战自身判断的信息。许嘉怡在讨论青年价值认同时指出，长期封闭的信息接触可能造成认知视域收窄，并增加群体极化风险^[6]。从认知角度看，真正值得警惕的并不是青年具有明确立场，而是立场失去了被新信息修正的可能。当不同意见一出现就被视为“错误”“敌对”或者“不值得看”，个人认知便从相对稳定转向僵化。

持续依赖推荐还可能造成思维惰性。搜索信息需要提出问题、比较关键词、判断来源和筛选结果，而推荐模式使用户越来越习惯等待内容主动出现。时间久了，“我想知道什么”可能逐渐被“平台给我看什么”替代。董奕静认为，算法持续强化既有观点、遮蔽异质信息，容易造成认知片面化，并使个体在被动接受过程中形成思维惰性^[7]。这类影响并不意味着青

年失去思考能力，而是主动寻找信息的行为频率下降。当遇到复杂议题时，如果长期缺乏跨来源检索和证据比较的习惯，就更容易依据推荐页面中的有限内容快速得出判断。

不过，信息同质化并不意味着任何时候都会产生同样的负面结果。一定程度的个性化推荐能够帮助青年快速进入陌生领域，也能够使专业兴趣、文化爱好和小众知识更容易被发现。胡金艳等人的研究还发现，信息同质度与创造性思维之间并非简单的负向关系，而思辨缺失的影响更加值得重视^[2]。这提示我们，信息茧房问题不能被简化成“相同信息越少越好”。当青年在学习某一专业知识时，持续接触相近主题反而可能形成知识积累。真正需要关注的是这种集中是否排斥外部信息，以及个体是否还保留质疑、比较和离开原有信息空间的能力。

3 青年认知影响由信息窄化走向认知固化的现实表现

信息茧房并不是只存在于理论上的封闭结构，其影响会通过青年日常信息使用行为表现出来。比较常见的一种情况是推荐页面逐渐出现明显的主题重复。用户观看几个求职焦虑、消费降级、亲密关系冲突或外貌管理视频后，短时间内可能连续收到大量相似内容。单个内容并不足以改变个人认知，但高频重复会造成“可得性”上的偏差，即越容易被回忆的信息越容易被认为重要、常见甚至具有代表性。现实生活中比例有限的现象，在推荐页面中经过密集呈现后，可能显得无处不在。

另一种表现是对不同观点的容忍度下降。在开放的信息环境中，人们经常会接触与自己不同的经验和判断，不同意见本身能够提醒个体重新检查自己的推理。信息茧房削弱了这种日常碰撞。当青年长期生活在观点相似的网络圈层中，原本普通的意见差异可能逐渐被理解为价值差异和身份差异。讨论由“这件事应该怎样理解”转向“你属于哪一类人”。一旦观点与身份绑定，改变观点便可能被体验为否定自身群体，因此个人更难接受新的信息。

青年对信息可信度的判断方式也可能受到

影响。信息来源越多元，个体越容易发现不同报道之间的差异，从而产生进一步核实的需要。相反，如果某种说法在同一个信息圈层中被不同账号不断重复，用户容易把重复次数当作可信程度。实际上，这些账号可能引用的是同一来源，也可能只是相互转述。马兰等人的研究显示，信息质量、认知负荷和认知调节等因素都会影响社交 APP 用户的感知和持续使用行为^[8]。当信息数量不断增加而判断时间有限时，用户更可能依靠点赞量、评论倾向、账号熟悉程度等简单线索进行判断。信息茧房由此不仅缩小信息范围，还可能改变青年判断信息真假的方式。

认知固化进一步影响青年理解现实社会的能力。网络平台具有高度可见性，但平台内容并不能等同于完整社会现实。热门议题、极端案例和情绪化表达通常更容易获得传播，而大量普通、复杂和缺乏戏剧性的现实经验并不会形成同等规模的流量。如果青年主要依据推荐内容理解就业、婚恋、教育、阶层流动和代际关系，就可能放大冲突性案例，低估日常生活中的多样性。信息茧房越稳定，个人越容易用少量网络经验解释复杂社会现象。

这一影响还表现为“认知上的熟悉感”替代真正理解。青年反复看到某些概念、网络用语和结论后，可能产生已经掌握相关问题的感觉，但真正面对不同案例时，却未必能够解释其中差异。例如，一些社会议题在网络传播中被高度标签化，不同现象被迅速归入同一个解释框架。标签能够降低理解成本，却也容易遮蔽具体条件。当青年习惯用固定标签解释新事件时，信息茧房已经从外部信息环境进入内部认知方式：即使离开原有平台，个人仍可能主动选择符合既有框架的信息。

需要看到的是，这种认知固化不是不可逆的。青年在现实生活中仍然处于学习、工作、人际交往和社会实践之中，线下经验能够不断对网络认知进行修正。问题在于，如果网络信息消费占据大量时间，而跨圈层交往、深度阅读和现实接触持续减少，修正机制就会变弱。破解信息茧房的重点也就不能只放在“减少推荐”，而应重新建立让青年接触差异、验证信息和修正判断的机会。

4 青年信息茧房难以自行突破的深层原因

青年并非不知道算法推荐可能存在局限，但意识到问题并不意味着能够轻易摆脱。一个重要原因在于信息效率与认知开放之间存在现实张力。青年每天面对的信息数量极大，如果完全依靠主动搜索，时间成本和判断成本都会明显增加。推荐算法能够快速提供符合兴趣的信息，正是因为它解决了信息过载问题。要求用户彻底拒绝推荐机制，既不现实，也可能降低信息获取效率。信息茧房治理真正困难的地方，在于必须在便利和多样性之间寻找平衡。

平台商业机制也使这种平衡不容易形成。用户停留时间、互动次数和内容消费量直接关系到平台流量价值。相比陌生、复杂甚至可能让用户感到不适的信息，符合既有兴趣的内容更容易产生稳定反馈。即使平台知道过度个性化可能导致信息范围收窄，从短期经营角度看，主动向用户增加大量异质内容仍可能降低点击和停留。因此，仅依赖平台主动降低推荐精准度，很难形成长期稳定的“破茧”效果。

用户的心理舒适同样构成重要阻力。与自己观点一致的信息能够降低认知冲突，也更容易带来被理解和被支持的感受。相反，接触不同观点意味着需要重新思考已有判断，有时还会产生不适和焦虑。在网络讨论越来越身份化、情绪化的环境中，一些青年并不是没有机会看到不同观点，而是会主动屏蔽、拉黑或者迅速划走。算法只是记录这些行为，并在下一轮推荐中进一步减少类似内容。于是，技术过滤与心理过滤形成叠加。

不同信息之间的质量差异也使“增加异质信息”并不等于真正扩大认知。低质量的对立观点甚至可能产生反作用。如果平台为了追求所谓信息多元，机械地把完全相反的极端内容推给用户，可能增加争吵和情绪对立，而不是促进理解。破解信息茧房不能只追求观点数量，而需要提高异质信息的质量，使青年能够接触有证据、有解释、有背景的不同观点。

公共信息供给不足也会加剧这一困境。当

优质知识、新闻解释和公共议题内容在传播方式上缺乏吸引力时，娱乐化、情绪化内容更容易占据推荐空间。李铮提出，智能传播环境下主流媒体需要从内容、技术和传播场景等方面改善公共信息供给方式^[9]。这一思路的意义在于，“破茧”不能只要求青年主动克制，也需要让高质量公共信息更容易进入青年日常使用的平台和内容场景。只有当多元信息本身具有可理解性和可接近性，青年才更可能真正接触而不是迅速跳过。

5 算法推荐环境下青年信息茧房的破解路径

破解信息茧房的基础是调整推荐系统的目标，而不是简单降低推荐精度。平台可以在保留兴趣推荐的同时，提高异质信息和公共信息的适当比例，使推荐页面既包含用户熟悉的内容，也保留一定程度的“意外发现”。这种异质信息不能只是随机插入，而应与用户当前兴趣具有一定关联。例如，经常观看某一社会议题内容的用户，可以被推荐不同立场下的解释、背景知识和事实核查，而不是突然收到完全无关的信息。刘齐平等人的研究已经说明，高价值异质内容能够对信息茧房形成抑制作用^[3]。平台评价推荐效果时，也不应只观察点击和停留时间，可以增加信息来源多样性、主题跨度等指标，避免系统为了短期互动率不断压缩用户视野。

算法控制权也需要向用户适当开放。当前很多用户能够选择“不感兴趣”，却很难知道为什么某类内容被频繁推荐，也缺少主动调节推荐结构的功能。平台可以提供更清晰的兴趣标签管理、推荐原因说明和个性化程度调整工具，使青年能够查看并修改系统形成的兴趣画像。真正有效的算法透明并不是公开复杂代码，而是让普通用户理解自己的哪些行为影响了推荐结果，以及怎样改变这种结果。当青年能够主动选择“减少此类内容”“增加不同观点”或“重置部分兴趣标签”时，个人就不再只是算法反馈链条中的被动对象。

青年自身的信息素养建设仍然是破解信息茧房不可替代的一环，但其重点不应停留在一

般性的“提高辨别能力”，而应落实到具体的信息行为。面对涉及公共议题、健康、就业和消费的重要信息，可以形成基本的交叉验证习惯：不只看单个平台，不只依据短视频结论，不把热门评论当作社会整体意见，在形成明确判断前主动寻找原始材料和不同来源。信息茧房真正需要改变的不是个人具有偏好，而是个人失去离开偏好的能力。青年可以保留自己喜欢的内容，同时有意识地关注少量不同领域、不同观点的账号，使日常信息结构保持一定开放性。

深度阅读和公共阅读同样能够发挥作用。郭煜对高校图书馆阅读推广的研究指出，阅读资源和持续性阅读引导能够为大学生拓展信息来源、改善信息素养提供支持^[10]。与算法推荐中的碎片化内容相比，书籍、长篇报道和系统性知识材料能够提供更完整的背景，使青年不至于只依据零散案例理解复杂问题。图书馆、学校公共课程和青年文化空间可以将“破茧”融入阅读活动和议题讨论，通过主题书单、跨学科阅读、公共讨论等方式增加青年接触陌生知识的机会。

线下交往是另一个容易被忽略的破解渠道。信息茧房之所以容易形成，一个重要原因是线上关系可以高度筛选，用户可以长期只与相似者保持互动，而现实生活中的学习、工作和公共活动往往需要面对不同年龄、职业和生活背景的人。刘庆国基于线上线下耦合网络的分析发现，破除群体之间的信息茧房需要持续互动，线上与线下协同能够发挥积极作用^[11]。青年参与志愿服务、社会实践、社团活动和跨专业交流，可以接触与推荐页面不同的真实经验。当网络中形成的固定印象与现实接触发生冲突时，个人才有机会重新审视原有判断。

扩大交往范围并不意味着追求所有人的观点一致。蒋栋的相关研究表明，社会互动结构、个体之间的连接范围与群体观点演化存在联系，扩大交往范围能够改变封闭的信息互动状态^[12]。从这一角度看，破解信息茧房的目标并不是消除差异，而是避免差异群体之间完全失去信息交换。一个开放的信息环境应当允许青年保持不同兴趣和价值判断，同时能够看到其

他群体为什么形成不同结论。认知开放并不要求放弃立场，而是保留理解和修正立场的可能性。

公共内容生产也需要适应算法环境。传统的公共信息如果仍然依靠单一发布方式，很难自然进入青年的推荐页面。主流媒体、教育机构和公共文化机构需要理解平台传播逻辑，在保证内容准确性的基础上改善表达形式，使专业内容能够进入短视频、社区话题和互动场景。与此同时，应避免为了争夺流量而完全模仿情绪化内容，否则公共信息虽然获得了传播，却可能进一步强化标签化认知。公共内容真正承担的“破茧”功能，应当是补充背景、解释复杂性和连接不同经验。

生成式人工智能的发展又给信息茧房带来了新的变化。过去用户主要在平台推荐中被动接触相似内容，如今人与生成式人工智能持续对话时，系统也可能根据前文语境不断提供与用户预设相一致的回答。上超望等人指出，生成式人工智能环境下的信息茧房可能经历认知同化、生成固化和行为强化等过程，并强调通过技术优化、画像调整和内容供给等方式打破反馈闭环^[13]。这意味着青年在使用生成式人工智能获取信息时，也需要主动要求不同角度、反方证据和不确定性说明，避免把持续对话变成对自身观点的不断确认。

青年信息茧房最终需要通过平台、个人和社会环境共同破解。平台需要改变只以即时互动为中心的推荐逻辑，为多元信息保留进入空间；青年需要恢复主动搜索、交叉验证和跨圈交流的习惯；学校、媒体、图书馆以及其他公共文化主体则需要提供能够真正进入青年日常生活的高质量信息。算法推荐不会退出数字生活，个性化信息服务也没有必要被完全否定。需要改变的是信息效率不断提高而认知空间持续缩小的趋势，使青年既能够享受算法带来的便利，又能够保持接触陌生经验、理解不同观点和重新修正自身判断的能力。

参考文献：

- [1] 林朝霞, 韩振华. 高校大学生信息茧房生成机理与破解策略探析——基于算法推荐机制[J]. 今传媒, 2026, 34(8): 35-40.
- [2] 胡金艳, 张君, 祝兑艳, 尹晓燕. 破茧成蝶: 人机共生时代大学生信息茧房的形成机制及突围之策[J]. 中国教育信息化, 2026, 32(7): 61-73.
- [3] 刘齐平, 卢梭, 靳延安. 数字内容平台的用户信息茧房生成机制与治理分析[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2026, 23(8): 115-123.
- [4] 高媛媛. 青年群体情绪茧房形成影响因素研究[D]. 扬州大学, 2025.
- [5] 任雨萱. “ED 妹”信息茧房对青年女性身材焦虑的影响研究[D]. 湖南理工大学, 2026.
- [6] 许嘉怡. “信息茧房”对青年价值认同的影响与对策研究[D]. 重庆交通大学, 2026.
- [7] 董奕静. “信息茧房”效应对大学生思想政治教育知情意行维度的影响及优化策略研究[D]. 四川外国语大学, 2026.
- [8] 马兰, 甄晓晴, 姜森皓铭, 鞠伟. “信息茧房”对社交 APP 用户的持续使用交互研究[J]. 包装工程, 2026, 47(14): 269-285.
- [9] 李琤. AI 时代主流媒体破解“信息茧房”的思考与实践建议[J]. 传播与版权, 2026, (14): 87-90.
- [10] 郭煜. “破茧”视域下的高校图书馆阅读推广研究——以上海地区为例[D]. 上海师范大学, 2026.
- [11] 刘庆国. 基于多因素影响下的耦合网络信息茧房破解方法研究[D]. 扬州大学, 2025.
- [12] 蒋栋. 基于社会学习理论和迁移机制的观点动力学研究[D]. 北京邮电大学, 2025.
- [13] 上超望, 赵玉林, 郑玉敏, 蒙江. GenAI 时代的教育信息茧房效应: 产生过程、作用机理与破解路径[J]. 现代教育技术, 2026, 36(8): 5-14.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0)以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.003

大学生就业焦虑中的社会比较困境及调适

罗静¹

1. 杭州师范大学, 浙江 杭州 311121

摘要: 就业是大学生完成学校教育并进入社会生活的重要转换环节。岗位数量、职业发展、收入水平、工作稳定性以及未来成长空间具有不同程度的不确定性, 使就业焦虑逐渐成为大学生求职过程中较为常见的心理体验。大学生就业焦虑并不完全来源于就业机会本身, 社会比较同样在其中发挥着重要作用。求职过程中, 大学生会借助同伴的求职进度、实习经历、录用结果、薪资水平和职业去向判断自身位置。适度比较能够提供信息参照, 帮助个体了解就业市场, 但当比较对象长期集中于优势群体、评价标准不断提高、平台信息呈现过度突出成功样本时, 社会比较容易由职业判断工具转化为焦虑放大机制。特别是在社交媒体持续展示求职成果的情况下, 个体容易形成“他人普遍比自己进展更快”的印象, 并将阶段性就业差距进一步解释为能力不足和未来发展受限。大学生就业中的社会比较困境主要表现为求职进度比较、能力经历比较、职业层级比较以及平台化上行比较, 其形成又受到就业不确定性、单一成功标准、自我评价失衡和数字媒介传播等因素影响。缓解这一困境不能简单要求大学生停止比较, 而应调整比较对象、比较标准和结果解释方式, 同时通过职业目标重构、求职行动强化、高校就业支持、家庭沟通优化和平台信息治理, 使社会比较重新回到信息获取和经验学习的位置, 从而降低其对就业焦虑的持续放大。

关键字: 大学生; 就业焦虑; 社会比较; 上行比较; 就业选择; 心理调适

Social Comparison Dilemmas and Adjustment in College Students' Employment Anxiety

LUO Jing¹

1. Hangzhou Normal University, Hangzhou 311121, P. R. China

Correspondence to: LUO Jing

Abstract: Employment is an important transitional stage through which college students complete their school education and enter social life. The uncertainty surrounding job opportunities, career development, income levels, job stability, and future growth prospects has made employment anxiety an increasingly common psychological experience among college students during the job-seeking process. College students' employment anxiety does not arise solely from employment opportunities themselves; social comparison also plays an important role. During the job search, college students often assess their own position by referring to their peers' job-seeking progress, internship experiences, employment offers, salary levels, and career destinations. Moderate comparison can provide useful reference information and help individuals understand the labor market. However, when comparison is persistently directed toward more advantaged groups, evaluation standards continue to rise, and online platforms disproportionately highlight successful cases, social comparison

引用格式: 罗静. 大学生就业焦虑中的社会比较困境及调适[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 18-27.

can shift from a tool for career judgment to a mechanism that amplifies anxiety. In particular, the continuous display of job-seeking achievements on social media may create the impression that “others are generally progressing faster,” leading individuals to interpret temporary employment gaps as evidence of inadequate ability or limited future development. The social comparison dilemmas involved in college students’ employment anxiety are mainly reflected in comparisons of job-seeking progress, abilities and experiences, occupational status, and upward comparison on digital platforms. These dilemmas are further shaped by employment uncertainty, homogeneous standards of success, distorted self-evaluation, and digital media communication. Alleviating this problem should not simply require college students to stop comparing themselves with others. Instead, it is necessary to adjust the targets, standards, and interpretation of comparison, while promoting career goal reconstruction, more effective job-seeking actions, university employment support, improved family communication, and better platform information governance. In this way, social comparison can return to its function of information acquisition and experiential learning, thereby reducing its persistent amplification of employment anxiety.

Key words: college students; employment anxiety; social comparison; upward comparison; employment choice; psychological adjustment

引言

就业不仅意味着获得一份工作，也意味着大学生开始脱离较为稳定的校园评价体系，进入标准更加复杂、结果更加不确定的职业竞争场域。课程学习中，成绩、学分和考试结果通常具有较明确的衡量标准，而就业过程中的岗位匹配、招聘偏好、职业发展和录用机会往往受到专业、学历、能力、地区、行业变化以及用人单位需求等多种因素影响。大学生很难通过一个固定指标判断自己是否“准备充分”，也很难准确预测最终求职结果。就业由此成为一个持续判断、不断选择和反复调整的过程。这种不确定性容易引发焦虑。有资料指出，就业相关不确定性已经成为青年压力的重要来源之一，青年担心的不仅是能否找到工作，还包括能否获得具有成长空间的职业、未来技能是否会被替代以及当前选择能否支撑长期发展^[1]。这说明，就业焦虑已经从单纯的“找不到工作”扩展为对职业质量、发展前景和未来稳定性的综合担忧。

大学生并不会在完全封闭的状态下判断这些问题。当缺乏明确标准时，同龄人自然成为最容易获得的参照。谁已经获得录用通知，谁进入了知名企业，谁的实习经历更加丰富，谁正在准备公务员考试，谁的起薪更高，这些信

息都会成为个体理解就业形势和评估自身位置的重要依据。部分研究发现，外部舆论、自我认知、家庭期待和同辈比较会共同影响高校毕业生就业焦虑^[2]。社会比较因此并不是求职之外附加出现的现象，而是大学生认识就业竞争和判断自身能力的一种常见方式。

比较本身并不必然带来负面结果。通过观察同伴的求职经验，学生可以了解招聘流程、岗位要求和能力差距，也可以获得新的就业信息。问题出现在比较逐渐失去信息功能，而转向结果排名。当个体不断关注比自己进展更快的人，把对方的优势看成自己必须达到的标准，并以是否超过他人作为职业评价依据时，社会比较便容易成为焦虑来源。已有研究发现，大学生会在求职过程中围绕求职进展、薪资待遇和职业机会开展社会比较，消极社会比较态度与就业焦虑之间存在明显联系^[3]。

社交媒体进一步提高了这种比较的频率。过去，大学生主要和班级、宿舍或专业内部的同学比较，如今平台可以让个体随时看到来自不同学校、不同专业甚至不同地区的求职经历。比较范围扩大以后，个体接触到的“优秀对象”几乎没有上限。就业焦虑中的社会比较问题因此不只是心理意义上的个体差异，也与信息传播方式、就业评价标准和职业认知结构密切相关。

1 大学生就业焦虑与社会比较的基本联系

就业焦虑是一种围绕就业机会、职业选择和就业结果形成的压力体验。它既包含对求职失败的担忧,也包括对能力不足、职业方向模糊、收入不符合预期以及未来发展受限的担忧。适度焦虑能够推动大学生关注就业信息、提前准备简历和提升技能,但当焦虑持续时间过长、强度不断提高时,就容易影响正常判断,甚至导致拖延、回避和盲目求职。

大学生就业焦虑具有较强的比较属性。就业市场不像考试那样存在统一评分标准,个体很难仅凭自身感受判断就业竞争力。即使学校提供行业信息和招聘数据,学生在实际求职中仍然会把身边人的就业情况作为更直观的参照。一个学生是否认为自己求职进度过慢,往往并不是根据整个毕业生群体的平均情况得出的,而是受到周围同学状态影响。如果宿舍中已有多人拿到录用通知,剩余学生的焦虑通常会明显增强;如果周围同学普遍仍在准备,个体则不一定会把相同的求职进度理解为落后。

这种现象与社会比较的基本逻辑有关。当客观标准不足时,个体倾向于借助他人认识自己。在就业阶段,这一行为具有一定合理性。通过观察同专业学生的去向,可以判断某类岗位的实际门槛;通过了解他人的面试经验,可以发现自身准备不足;通过比较不同职业路径,也可以帮助个体调整原有预期。社会比较能够在信息不充分的就业市场中提供一种简便的判断方式。

但社会比较具有方向差异。与求职进展更好、职业结果更理想的人比较,属于较典型的上行比较。这类比较可能带来激励,也可能带来压力。当个体认为双方差距能够通过学习和行动缩小时,他人的成功经验容易转化为行动动力;当个体认为差距来自不可改变的学历、家庭资源、学校层次或者天赋时,上行比较更容易形成无力感。刘前前关于社会比较态度与就业焦虑的研究发现,积极社会比较态度与就业焦虑呈负相关,而消极社会比较态度与就业焦虑呈正相关^[3]。这一结果说明,决定焦虑程度

的关键并不只是是否进行了比较,还包括个体如何理解差距。看到同学获得较好工作,有人会进一步分析其准备方式,有人则直接得出“我不如他”的结论。前者仍然把比较当作信息,后者则把比较结果转化为自我评价。

大学生就业中的社会比较还容易出现范围扩大。开始时可能只是比较“有没有找到工作”,之后逐渐延伸到单位性质、收入、城市、稳定性、晋升空间、工作强度乃至未来生活方式。比较指标越多,个体越容易发现自己在某些方面“不如别人”。即使已经获得满意岗位,也可能因为看到同学工资更高、平台更大而重新产生焦虑。这说明,就业焦虑中的社会比较困境并不是一个简单的竞争问题。它实际上涉及比较标准、比较方向、自我评价以及信息环境之间的共同作用。真正值得关注的,不是大学生为什么会比较,而是为什么正常的信息参照会逐渐转变为持续的自我否定。

2 大学生就业社会比较的现实表现

2.1 求职进度与能力比较

求职进度是大学生最容易感知的比较内容。毕业季具有明显时间节点,秋招、考研、国考、事业单位招聘和春招在不同时间展开,大学生的准备节奏也并不相同。有人很早确定进入企业,有人长期准备公务员考试,也有人直到毕业前才明确职业方向。从职业发展的角度看,这些差异本身并不意味着优劣,但在同伴比较中,却很容易被转化为“谁更早有结果”的排序。当班级或宿舍中有人较早获得录用通知时,尚未获得结果的学生会明显提高对自身进度的关注。原本正常的等待和准备容易被解释为“落后”。尤其在秋招后期,朋友圈中不断出现“签约”“上岸”“收到 offer”等信息时,尚未就业的学生很难完全忽略这些变化。

求职进度比较的突出问题在于,它默认所有人应当按照相似节奏完成就业。事实上,不同行业招聘周期存在较大差异,一些岗位在秋季集中招聘,一些岗位在春季释放机会,还有部分职业需要等待考试结果。如果忽略这些差异,仅依据他人进度判断自身状态,就容易产生人为制造的时间焦虑。

能力比较则进一步扩大了焦虑范围。就业阶段,学生开始集中关注实习经历、技能证书、竞赛项目、外语水平、软件使用能力和学生工作经历。这些内容都可能成为求职优势,但如果个体不断把他人最强的一项能力与自己的薄弱环节比较,就会产生明显的不平衡感。一个同学可能实习经历丰富,另一个同学英语水平较高,还有一个同学掌握数据分析工具。如果个体把这些人的优势同时放在自己身上,就会形成一个现实中并不存在的“完美求职者”。与这样一个虚构对象比较,自身自然始终处于不足状态。这种比较还容易引起无效加码。看到同学考取某项证书,便立即报名相同考试;看到他人参加实习,又担心自己的经历太少;看到别人学习人工智能工具,就认为自己已经落后。最终,能力提升不再围绕目标岗位展开,而是被“别人拥有什么”所支配。

生成式人工智能的发展使这种能力焦虑更加明显。已有研究指出,大学生一方面能够利用人工智能提升学习和工作效率,另一方面也会担心自动化对传统岗位形成替代,并由此产生新的就业压力^[4]。当技术变化与同伴比较叠加时,个体容易产生“别人已经掌握新技能,而我还没有”的紧迫感。

2.2 就业结果与职业层级比较

就业结果是社会比较最集中的阶段。当求职过程逐渐结束后,比较内容从“谁先找到工作”转向“谁的工作更好”。单位性质、企业知名度、工资水平、工作城市、编制情况、岗位稳定性和职业发展空间都会成为新的参照。

就业结果比较具有较强可见性。工资、单位名称和城市容易被明确表达,而工作内容是否适合、个人是否真正满意、长期发展是否稳定却不容易通过简单信息展示。结果比较因此倾向于围绕少数显性指标展开。这种比较方式会把复杂职业选择压缩为层级排序。例如,知名企业可能自动被理解为优于普通企业,一线城市岗位被认为优于普通城市,高起薪岗位被认为优于低起薪岗位。事实上,职业质量并不能通过单一指标判断。工作内容、行业发展、个人兴趣、家庭需求和生活成本都会影响岗位价值。

当外部评价标准过于集中时,大学生容易把“别人认为好的工作”当成自己必须追求的目标。已经获得岗位的人也可能因为同伴工资更高而对当前工作产生怀疑。原本已经完成的就业决策重新进入比较过程,焦虑并没有因为找到工作而结束。张薇关于小红书平台就业焦虑的研究发现,平台使用过程中,上行社会比较会显著加剧就业焦虑^[5]。这一现象说明,就业结果一旦进入公开展示空间,其比较影响就可能超过现实中的熟人关系。学生看到的不再只是身边几个人的去向,而是大量经过筛选的成功案例。

就业结果比较还会进一步延伸到职业层级想象。有些学生把第一份工作视为长期社会位置的象征,认为如果毕业时没有进入理想平台,以后便很难改变。这种判断容易夸大初次就业的重要性。职业发展本身具有流动性,岗位转换、继续学习和技能积累都可能改变个人轨迹。如果把一次就业结果等同于长期职业命运,比较压力自然会被进一步放大。

2.3 社交媒体中的放大式比较

社交媒体已经成为大学生获取就业信息的重要渠道。招聘经验、简历模板、面试技巧、行业分析和岗位分享都可以降低信息成本,但平台同样改变了社会比较的方式。传统比较通常发生在相对固定的熟人圈子中,个体能够了解对方的学校背景、家庭条件和真实经历。社交媒体扩大了比较范围,却削弱了背景信息。一个学生可能看到某用户“毕业即进入高薪岗位”,却不知道对方拥有怎样的实习资源、专业背景和求职积累。缺少这些条件信息时,个体容易只比较最终结果。姚君的研究发现,大学生在社交媒体中反复接触他人的职业成就信息,会明显增加上行社会比较,而理想化展示可能进一步扭曲个体的自我评价^[6]。平台内容本身也具有选择性。普通求职经历缺乏传播吸引力,而高薪、名企、逆袭和“快速上岸”更容易获得关注。因此,用户看到的就业世界并不是现实就业结构的完整呈现,而是经过筛选后的高亮样本。

这种样本偏差容易制造一种错觉:似乎大多数人都已经获得理想工作,只有自己停滞不前。事实上,公开分享者本身就可能集中于更

愿意展示结果的人群。个体如果忽略这一点，就会将平台上的高频成功案例误认为普遍状态。

算法推荐进一步增强了这种效果。当用户频繁点击就业焦虑、名企 offer、考公和高薪内容时，平台往往继续推送相似信息。焦虑越高，用户越关注相关内容；关注越多，看到的成功样本越集中；样本越集中，又越容易产生新的焦虑。社会比较由偶发行为变成持续的信息循环。社交媒体并非只能产生负面影响。曾炜璐的研究也发现，社交媒体可以帮助求职者获取信息、积累社会资本并增强对就业风险的控制感^[7]。这说明真正需要区分的不是“是否使用社交媒体”，而是怎样使用。以岗位信息、行业知识和求职技巧为目的的工具型使用，与不断浏览他人成果的比较型使用，其心理结果并不相同。

3 社会比较转化为大学生就业焦虑的作用过程

3.1 就业不确定性推动比较依赖

就业社会比较之所以能够持续存在，与就业本身具有较强不确定性密切相关。大学生无法提前确定某个岗位是否录用，也很难准确判断自己的能力是否符合用人单位要求。外部标准越模糊，个体越容易依赖同伴经验。

温馨在就业焦虑相关研究中指出，就业不确定性和自我期望失衡是焦虑的重要触发因素^[8]。这种不确定性会促使学生不断搜寻信息，而同龄人的求职结果又是最容易理解和获得的参照。

问题在于，同伴信息只能代表个体情况。某位同学连续获得多个面试机会，并不能说明所有人都应当有相同进度；某个专业的学生进入热门行业，也不能说明其他人必须复制这一选择。大学生如果缺少对行业、岗位和个人条件的区分，就容易把偶然案例理解为普遍规律。

就业不确定性还会提高个体对负面信息的敏感度。求职受挫之后，学生更容易注意那些已经获得成功的人。原本只是普通同伴信息，在焦虑状态下会被解释为“别人都比我顺

利”。这种选择性关注进一步增强比较依赖。比较又无法真正消除不确定性。相反，比较对象越多，个体接触到的职业选择越复杂。有人建议考公，有人强调高薪企业，有人选择读研，还有人认为应尽早工作。面对相互冲突的选择，学生可能获得了更多信息，却没有形成更明确的方向。

由此形成一个循环：就业不确定性促使个体寻找比较对象，比较结果又制造更多选择和差距感，新的差距感继续强化不确定性。就业焦虑便不再只由外部岗位竞争造成，而是在信息搜寻过程中不断累积。

3.2 上行比较引发自我评价失衡

社会比较真正转化为焦虑，关键发生在差距解释环节。看到别人表现更好并不必然导致焦虑，只有当个体把这种差距转化为自身能力和价值判断时，比较才容易形成持续负担。上行比较最容易引起这种变化。大学生通常不会长期与就业结果较差的人比较，因为这类信息对提升职业判断帮助有限。相反，优秀同伴具有更强吸引力。问题是，比较对象越优秀，个人越容易发现自身不足。

如果这种不足被理解为某项技能需要加强，比较仍然具有积极意义；如果被解释为“我整体上不如别人”，焦虑便容易出现。陈歆、叶平玉的研究发现，上行社会比较会通过负面评价恐惧和反刍思维等心理过程影响就业焦虑^[9]。这意味着，一次比较结果可能并不会很快结束，而会被个体持续回想。比如，一次面试失败之后，学生不断想起同学已经获得录用，开始推测别人会如何评价自己，再进一步怀疑自身能力。原本是一次具体事件，最终被扩展为整体性自我否定。

就业比较中的自我评价失衡还表现为标准不断提高。最初，学生可能只希望找到专业相关工作；当周围同学进入知名企业后，目标开始变成进入大平台；看到别人薪资更高后，又继续提高收入预期。目标并非根据个人能力和需求调整，而是随着比较对象变化不断上移。

这种变化容易产生“永远不够”的感受。因为任何一个群体中都存在更优秀的人，而社交媒体又可以不断扩大比较范围。只要评价标

准主要由外部比较决定，个体就很难获得稳定满足。

社会情感能力研究表明，自我认知和自我管理能力提升有助于缓解就业焦虑，而过度依赖他人评价可能增加焦虑^[10]。这提示我们，社会比较困境的核心并不是竞争本身，而是自我评价过度外部化。个体越依赖他人结果确认自身价值，就越容易被比较牵动。

3.3 反复比较形成焦虑循环

社会比较对就业焦虑的影响并不是一次性的。它更容易表现为“比较—焦虑—再次比较”的循环。当学生发现自己求职进度落后时，焦虑会促使其寻找更多就业信息，希望确定自身位置。但在信息搜寻过程中，又会看到更多优势样本。新的比较进一步增强差距感，焦虑程度随之提高。焦虑越高，个体越想通过信息确认情况，由此不断重复。这一循环还可能改变求职行为。部分学生会进入过度行动状态，大量投递简历、同时准备多类考试、不断报名证书，希望尽快缩小差距。另一些学生则可能因为持续失败而选择回避，不敢投递理想岗位，也不愿与已经就业的同学交流。比较压力如果不能转化为具体行动，就容易转向情绪消耗。学生花费大量时间查看别人进展，却没有真正修改简历、研究岗位和练习面试。表面上看一直关注就业，实际上却缺少有效求职行为。

家庭评价也可能加重这一循环。潘架丹的研究发现，职业相关父母支持与大学生就业焦虑存在联系，职业决策自我效能在其中具有重要作用^[11]。如果家庭提供的是信息、理解和现实帮助，学生更容易形成行动信心；如果家庭主要通过“别人已经找到工作”来施加压力，则会进一步强化比较感。就业焦虑中的社会比较不应只被理解为个体心理问题。它实际上是一套循环机制：就业不确定性推动比较，比较造成自我评价波动，焦虑又反过来增加信息搜寻和比较频率。要真正缓解这一问题，必须打断其中至少一个环节。

4 社会比较困境对大学生就业行为的影响

社会比较造成的影响并不局限于情绪。持续焦虑还会改变大学生的职业判断方式和实际求职行为。最明显的表现是职业目标不断摇摆。大学生原本可能已经形成较明确方向，但在看到同伴进入其他行业或获得更好结果后，容易重新怀疑原有选择。看到同学考上公务员，就认为稳定才是最重要的；看到朋友进入互联网企业，又觉得高收入和成长速度更值得追求；看到他人继续深造，又担心自己学历不够。职业目标由此不断变化。这种变化表面上看是“灵活调整”，实际上可能缺乏稳定核心。合理调整应建立在新信息和自我认识基础上，而比较驱动的调整更多来源于对落后的担忧。目标频繁变化会导致准备分散，同一时期同时准备公务员考试、企业招聘和研究生考试，最终每条路径都投入不足。

生涯适应力对就业具有重要意义。王璇的研究强调，在职业变化加快的情况下，个体需要形成较强的生涯适应能力^[12]。但适应并不等于不断追随他人，而是能够在环境变化中保持对自身目标和资源的判断。社会比较过强时，学生更容易把外部变化理解为必须立即跟随的信号，反而削弱职业选择的连续性。

社会比较还会导致求职行动过度或不足。部分学生因为担心落后，会大量投递并不适合自己的岗位，希望尽快获得结果。投递数量虽然增加，但准备质量下降，面试失败又进一步强化焦虑。还有些学生不断参加培训、购买课程、考取证书，只是因为看到别人也在做类似准备。这类行动没有围绕具体职业目标展开，最终可能增加时间和经济成本。

另一类学生则会逐渐回避。连续比较之后，如果个体认为差距难以缩小，就可能不愿申请竞争较强的岗位，甚至拖延简历投递。害怕失败和害怕被比较共同存在，使学生把“不行动”当成避免失败评价的方法。秦晶晶关于就业焦虑干预的研究表明，通过认知行为方式帮助个体调整不合理就业认知，同时结合模拟面试和技能训练，可以改善就业焦虑和求职信心^[13]。这说明，焦虑调适不能只停留在心理安慰，而应当同时恢复有效行动。

社会比较还可能让大学生低估自身资源。个体在上行比较中更容易注意缺少什么，却忽

视已经具备的能力。一个学生可能专业基础较好、沟通能力较强,但看到别人拥有名企实习后,便认为自己缺乏竞争力。长期如此,自我评价逐渐围绕不足展开。这种资源低估会影响实际求职表现。学生可能在简历中无法清晰表达优势,面试时缺少自信,甚至主动降低岗位选择。真正限制就业结果的,不一定是能力本身,而可能是个体已经形成了“自己不够好”的稳定判断。

社会比较还会推动职业选择外部化。当一个岗位是否值得选择,主要取决于社会评价,而不是个人适配程度时,职业决策容易偏离自身需求。一些学生会放弃普通但适合自己的工作,持续追求更受认可的岗位。即使最终获得外部评价较好的工作,如果工作内容与个人兴趣和能力不匹配,入职后仍可能产生新的适应压力。这说明,社会比较困境的影响具有连续性。它不仅影响“找工作时是否焦虑”,还可能进入职业选择本身,使大学生在短期排名和长期发展之间失去平衡。

5 社会比较困境持续存在的深层原因

大学生明知过度比较会增加焦虑,却仍然很难停止,其中一个重要原因是就业评价标准过于集中。现实职业具有多样性,但公开讨论中经常把高收入、知名企业、稳定编制和核心城市视为成功象征。这些指标容易理解,也便于比较,于是逐渐成为大学生判断就业结果的重要依据。

职业真正是否适合一个人,还与工作内容、兴趣、生活成本、家庭责任、组织文化和成长空间有关。这些因素较难被简单展示,因此在社会比较中经常被忽视。就业评价越依赖少数显性指标,学生越容易把复杂选择压缩为等级排序。

学校就业宣传也可能无意中强化这种倾向。优秀毕业生案例具有激励作用,但如果案例长期集中于名企、考公和高薪岗位,就容易形成单一成功想象。普通就业、基层就业和职业转换经验如果缺少展示,学生便可能误以为

只有少数路径值得认可。

社会比较持续存在,还与就业信息过量有关。当前大学生获取信息的门槛很低,真正困难的是筛选和判断。平台中每天都可以看到大量就业经验,信息看似丰富,却可能相互冲突。一条内容告诉学生必须尽早实习,另一条强调学历提升;有人建议考公,有人又认为企业发展空间更大。学生如果没有稳定职业目标,就很容易被不同信息反复影响。曾炜璐的研究指出,社交媒体使用本身并不必然加剧就业焦虑,如果能够帮助个体积累社会资本和增强风险控制感,也可能发挥积极作用^[7]。这意味着,问题不在信息数量本身,而在个体是否具备筛选信息的能力。家庭和朋辈支持的评价化,也是社会比较难以退出的重要原因。父母关注就业本身具有合理性,但如果支持不断以比较形式出现,就容易转化为压力。“别人已经签约”“某某工资更高”“为什么同学都找到工作了”这类表达虽然可能出于关心,却会让学生感到就业不仅是个人问题,也关系到家庭评价。

朋辈关系同样具有双重作用。毕业季,同学能够提供招聘信息、面试经验和情绪支持,但同伴也是最直接比较对象。当就业结果成为日常交流中心时,尚未获得结果的人可能逐渐减少参与,主动回避群聊和聚会。原本可以帮助求职的社会支持因此反而减弱。王智玲关于社会支持、心理资本与就业焦虑的研究发现,较高社会支持和心理资本与较低就业焦虑存在一定联系^[14]。这一结果说明,有效支持应当增加资源感和控制感,而不是增加被评价感。

另一个深层原因是大学生职业身份尚未完全稳定。很多学生直到毕业前仍在探索适合自己的职业方向。当个人评价标准不清晰时,外部标准就会自然进入决策。别人选择什么、别人认为什么好,很容易成为替代答案。这种替代能够暂时降低决策成本,却会使职业选择缺少主体性。宋威关于青年就业焦虑的研究提出,缓解就业焦虑需要强化青年主体性和就业能力^[15]。从社会比较角度看,主体性的核心并不是拒绝外界信息,而是能够在借鉴他人经验之后仍然形成自己的职业判断。大学生社会比较困境长期存在,实际上反映出三个方面的问题:外部成功标准较为集中,信息环境不断强化优

势样本，而个体自身职业标准尚未稳定。只改变其中一个方面，通常难以彻底缓解焦虑。

6 大学生就业社会比较困境的调适路径

6.1 重构社会比较认知与职业评价标准

缓解社会比较困境，并不意味着要求大学生完全停止比较。就业本身需要参照，没有比较也很难了解行业位置。真正需要调整的是比较方式。大学生应当把“排名式比较”转化为“信息式比较”。看到同学获得理想岗位后，关注重点不应只是对方结果更好，而应进一步判断其中哪些经验值得借鉴。比如，对方是否提前积累相关实习，是否掌握某类技能，是否在面试准备中使用了有效方法。只要比较能够转化为具体信息，其焦虑作用就会明显降低。

比较对象也需要适当调整。如果长期只关注远高于自身条件的人，差距感会持续扩大。更合理的选择是选择背景、专业和求职方向相对接近的人作为参照。这样获得的信息更具有实际意义，也更容易转化为行动。

就业评价标准还应从单一结果转向多维判断。大学生可以根据自身需求对收入、兴趣、成长空间、稳定性、城市选择、工作强度和家庭因素进行排序。不同人可以拥有不同职业优先级，不需要使用统一成功标准。如果一个人更重视家庭陪伴，那么离家较近的普通岗位可能比一线城市高薪岗位更适合；如果一个人更重视专业成长，那么初期收入不高但学习空间较大的岗位也可能是合理选择。只有个人职业标准逐渐稳定，社会比较才不会轻易改变已有判断。

还需要调整对第一次就业的认识。大学毕业后的第一份工作具有重要意义，但并不是长期职业命运的最终决定。把一次就业结果无限延伸到未来，会人为提高求职压力。职业发展本身具有流动性，个体可以通过岗位转换、技能积累和继续学习改变职业轨迹。对比较结果的解释应从“我是否比别人成功”转向“这些信息是否帮助我更清楚地认识自己”。只要社会比较重新服务于职业判断，而不是承担自我价值评价功能，其负面影响就能得到明显控制。

6.2 将比较压力转化为具体求职行动

就业焦虑最容易在缺少行动反馈时持续扩大。一个学生如果每天都在关注别人是否找到工作，却不知道下一步该做什么，就会不断依赖社会比较判断状态。缓解这种状态，需要把抽象焦虑转换为具体任务。求职可以拆分为职业方向确认、岗位筛选、简历修改、技能补充、面试准备和结果复盘。每一个阶段都应形成可观察的行动目标。例如，与其不断担心“别人投得比我多”，不如设定每天筛选一定数量真正匹配的岗位；与其关注别人拿到多少 offer，不如复盘自己最近几次面试中存在的问题；与其看到别人拥有更多证书就产生焦虑，不如先判断目标岗位是否真正需要这些证书。

行动反馈可以逐渐取代比较反馈。简历修改后是否提高面试率，模拟面试后表达是否更顺畅，这些信息比“别人进度如何”更能帮助个体判断自身变化。学校就业指导也应强化这种行动导向。单纯强调“就业形势严峻”“要尽快行动”容易增加焦虑，却不能提供解决方案。更有效的方式是增加简历诊断、模拟面试、职业访谈和岗位分析等具体服务。对已经出现明显焦虑的学生，可以将心理支持和就业指导结合起来。秦晶晶的研究表明，认知调整和求职技能训练结合具有一定积极效果^[13]。这意味着，就业焦虑不能只通过“放松情绪”处理，也需要帮助学生恢复实际控制感。

高校还可以建立更细致的分类支持。职业方向不清晰的学生需要职业探索，求职技能不足的学生需要训练，反复失败的学生需要复盘和心理支持，比较压力较强的学生则需要认知调整。不同问题如果都用同一套就业讲座解决，很难真正发挥作用。当个体重新获得行动节奏后，社会比较的重要性会自然下降。因为个人判断就业进度的依据开始来自实际任务完成情况，而不再完全来自他人结果。

6.3 完善高校、家庭与平台支持机制

大学生就业社会比较不是单纯的个人问题，因此调适也不能只要求学生改变心态。学校、家庭和网络平台都参与了就业信息和评价标准的形成，需要共同降低不必要的比较压力。高校就业宣传应适当减少单一结果导向。优秀

毕业生案例可以继续使用,但应增加求职过程、失败经历和职业调整内容。如果案例中只剩下最终单位、薪资和荣誉,就容易强化“成功就业都很顺利”的错觉。就业经验分享也可以从结果展示转向过程交流。让已经就业的学生讲述如何确定职业方向、如何处理求职失败以及为什么选择当前岗位,比单纯展示 offer 更具有实际价值。学校还可以建设朋辈互助机制。毕业生之间并不只是竞争关系,也可以共享岗位信息和面试经验。通过行业交流群、职业发展小组等方式,可以把横向比较逐渐转化为资源合作。

家庭支持则需要减少比较式沟通。父母关心子女就业是正常的,但反复引用亲友子女的就业结果通常不会直接提高求职能力。更有效的支持是帮助学生分析现实条件、提供必要资源,并允许其根据自身特点调整职业目标。潘架丹的研究已经表明,职业相关父母支持与就业焦虑之间存在联系^[1]。真正有效的家庭支持,应让大学生感受到“即使暂时没有结果,也可以继续调整”,而不是不断强化“别人已经成功”的紧迫感。

社交媒体平台同样需要提高就业内容治理质量。涉及薪资、就业率和岗位前景的信息如果缺乏来源,容易制造不必要恐慌。平台可以对明显夸大的“失业焦虑”“学历贬值”“某专业彻底没出路”等内容加强审核,并提升真实就业信息和公共就业服务内容的可见度。大学生自身也需要形成平台使用边界。可以主动区分工具型使用与比较型使用。查找岗位、学习面试技巧属于工具型使用,而连续浏览“别

人拿了多少 offer”“同龄人年薪多少”则更容易进入比较循环。当某类内容持续引起明显焦虑时,减少接触并不是逃避,而是主动调整信息环境。求职阶段需要的是能够支持行动的信息,而不是持续制造差距感的信息。

社会支持和心理资本建设也应进入高校就业服务。王智玲的研究表明,社会支持与心理资本提升能够对就业焦虑产生积极影响^[4]。学校可以在毕业季开展针对求职压力、失败体验和比较焦虑的心理服务,让学生在问题尚未发展为明显心理困扰之前获得帮助。

就业焦虑中的社会比较困境具有较强现实基础。大学生需要通过他人认识就业市场,因此社会比较本身无法也不应被完全消除。真正需要改变的是比较的方向、频率和功能。当比较主要服务于信息获取和经验学习时,它能够帮助个体认识自身位置;当比较演变为持续排名,并直接决定自我价值时,就容易成为焦虑放大机制。

大学生需要逐渐形成独立的职业评价标准,把社会比较从“我是否比别人差”转向“我能从中获得什么信息”。高校需要减少单一成功案例造成的结果压力,家庭需要从比较式评价转向支持式沟通,平台也需要提高就业信息的真实性和完整性。只有当个体能够用稳定目标和真实行动替代反复比较,才能逐渐降低就业焦虑对职业选择的干扰,使社会比较重新成为一种有限、理性且有实际价值的职业参照。

参考文献:

- [1] 胡媛媛. 青年就业焦虑从何而来[J]. 群众, 2026, (11): 19-20.
- [2] 高欣言, 陈洪涛, 陆昊辰. 高校毕业生就业焦虑缓解路径研究——以 A 大学文学院为例[J]. 大众文艺, 2026, (8): 167-169.
- [3] 刘前前. 社会比较态度、积极幻想与大学生就业焦虑的关系及干预研究[D]. 曲阜师范大学, 2026.
- [4] Tinotenda Shelton Nyatsanga. 生成式人工智能的使用及其对大学生就业焦虑的影响研究[D]. 山东财经大学, 2026.
- [5] 张薇. 小红书平台硕士研究生就业焦虑的社会比较分析[D]. 浙江传媒学院, 2025.
- [6] 姚君. 社交媒体上行社会比较对大学生就业焦虑的作用机制及实证研究[D]. 江西师范大学, 2025.

- [7] 曾炜璐. 社交媒体使用对文科硕士生就业焦虑的影响[D]. 湖南理工学院, 2025.
- [8] 温馨. 高校大学生思政教育与就业焦虑的心理分析及干预策略[J]. 公关世界, 2026, (12): 64-66.
- [9] 陈歆, 叶平玉. 上行社会比较对民办高校大学生就业焦虑的影响: 歧视知觉、负面评价恐惧与反刍思维的链式中介作用[J]. 心理月刊, 2026, 21(10): 104-108.
- [10] 栾赛娜, 王思怡. 社会情感能力对大学生就业焦虑的影响[J]. 大学, 2026, (19): 190-196.
- [11] 潘架丹. 职业相关父母支持对大学生就业焦虑的影响机制: 职业决策自我效能感的中介作用[J]. 教育观察, 2026, 15(20): 78-81.
- [12] 王璇. 生涯建构理论视角下大学生就业焦虑缓解的作用机理研究[J]. 公关世界, 2026, (10): 79-81.
- [13] 秦晶晶. 认知行为疗法介入研究生就业焦虑心理调适的小组干预研究[D]. 兰州大学, 2025.
- [14] 王智玲. 高职生领悟社会支持、心理资本与就业焦虑的关系及干预研究[D]. 云南师范大学, 2025.
- [15] 宋威. 当代青年就业焦虑及其疏导路径研究[D]. 西安理工大学, 2025.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0)以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.004

饭圈文化中的大学生非理性消费及其成因

刘路源¹

1. 青岛大学, 山东 青岛 266061

摘要: 饭圈文化已经从单纯围绕明星形成的兴趣聚集, 逐渐发展为包含身份认同、情感互动、群体协作、数据生产和消费实践的青年亚文化形态。大学生具有较强的网络参与意愿和文化消费需求, 也是饭圈活动中较为活跃的群体。购买专辑及周边、参与代言产品消费、生日应援、集资打榜等行为本身属于粉丝表达情感和参与文化活动的方式, 但当消费脱离实际经济能力, 受到群体任务、身份竞争、情感压力和流量规则持续推动时, 便容易表现出重复购买、超前消费、炫耀性消费、任务化消费和情绪性消费等非理性倾向。大学生饭圈非理性消费并非单一的个人自制力问题, 而是个体认同需要、情感投入、同伴比较、群体规范、平台算法和商业资本共同作用的结果。饭圈将情感表达转化为可计算的销量、排名和数据, 使消费逐渐具有证明忠诚、确认成员身份和参与群体竞争的功能。对此, 需要在尊重青年兴趣和正常文化消费的基础上, 重新划定情感表达与消费义务之间的边界, 通过提升个体消费自主性、弱化饭圈内部消费等级、规范平台流量机制、约束诱导性营销并加强高校媒介与消费教育, 减少情感被过度商业化利用的空间, 使追星重新回到兴趣、审美和正常文化参与的范围之内。

关键字: 饭圈文化; 大学生; 非理性消费; 情感消费; 群体认同; 平台资本

Irrational Consumption Among College Students in Fan Culture and Its Causes

LIU Lu-yuan¹

1. Qingdao University, Qingdao 266061, P. R. China

Correspondence to: LIU Lu-yuan

Abstract: Fan culture has gradually evolved from a simple interest-based community centered on celebrities into a form of youth subculture involving identity construction, emotional interaction, group collaboration, data production, and consumption practices. College students have strong willingness to participate in online activities and relatively high demand for cultural consumption, making them an active group within fan communities. Purchasing albums and merchandise, buying celebrity-endorsed products, participating in birthday support projects, crowdfunding, and ranking activities are themselves ways for fans to express emotions and engage in cultural participation. However, when consumption exceeds actual financial capacity and is continuously driven by group tasks, identity competition, emotional pressure, and traffic-oriented rules, it may easily develop into irrational forms such as repeated purchases, excessive or advance consumption, conspicuous consumption, task-oriented consumption, and emotion-driven consumption. Irrational consumption among college students in fan culture is not simply a matter of weak self-control, but the result of the combined influence of identity needs, emotional investment, peer comparison, group norms, platform algorithms, and commercial

引用格式: 刘路源. 饭圈文化中的大学生非理性消费及其成因[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 28-38.

capital. Fan communities transform emotional expression into measurable indicators such as sales, rankings, and data, causing consumption to gradually become a means of demonstrating loyalty, confirming group membership, and participating in collective competition. In response, it is necessary to respect young people's interests and normal cultural consumption while redefining the boundary between emotional expression and consumption obligations. Efforts should be made to strengthen individual autonomy in consumption, weaken consumption-based hierarchies within fan communities, regulate platform traffic mechanisms, restrain inducive marketing practices, and improve media and consumption education in universities. These measures can reduce the excessive commercialization of emotions and return celebrity fandom to the sphere of personal interest, aesthetic appreciation, and normal cultural participation.

Key words: fan culture; college students; irrational consumption; emotional consumption; group identity; platform capital

引言

互联网平台改变了传统粉丝与明星之间相对松散的联系。粉丝能够通过微博、短视频平台、社交社区、粉丝群和超话等渠道持续获得明星信息，也可以围绕共同喜好形成稳定的网络社群。追星由个人化的娱乐活动逐渐转化为具有明确群体边界、专属话语、内部规则和协作方式的文化实践。已有研究将当下饭圈文化概括为组织性、合作性、狂热化、商业化和消费性并存的青年亚文化形态，大学生则是其中具有较高网络活跃度和参与度的群体之一^[1]。饭圈进入大学生日常生活之后，影响的已不仅是娱乐选择，还可能进入社交关系、时间分配、价值判断和消费决策过程。有研究在讨论饭圈文化对大学生价值观的影响时，也将非理性消费列为较为突出的问题之一^[2]。

需要区分的是，粉丝消费并不天然等同于非理性消费。大学生购买演唱会门票、正版专辑、影视会员、明星代言产品或者具有纪念价值的周边商品，只要消费出于自主意愿，支出与个人经济能力相适应，并没有明显干扰正常学习与生活，就属于正常的文化消费。真正值得关注的是消费决策如何发生变化。当“喜欢”逐渐被解释为“必须购买”，“支持”被转化为销量和金额，“粉丝资格”与购买数量绑定，个体消费便可能失去原有的自主性。此时，商品的使用价值和审美价值不再是决定购买的主要依据，消费越来越承担证明忠诚、维护偶像数据和完成群体任务的功能。

大学生饭圈非理性消费具有明显的关系性。很多消费并不是在个人与商品之间独立完成，而是在粉丝与偶像、粉丝与粉丝、粉丝与平台以及粉丝与商业机构之间发生。一个大学生可能并不真正需要十张内容完全相同的专辑，却会因为销量竞争而重复购买；可能并不喜欢某种代言商品，却因群体号召而下单；也可能原本只准备进行小额消费，但在排行榜、限时销量和其他粉丝晒单的刺激下不断追加支出。这说明，分析饭圈消费不能只把注意力放在“大学生为什么控制不住自己”这一层面，还需要观察个体身处的饭圈关系网络如何不断改变消费的意义。

1 饭圈文化中的消费逻辑与大学生参与特征

饭圈消费与一般商品消费存在明显差异。普通消费通常以满足实际需要为主要目的，消费者会根据商品价格、质量、实用程度和自身收入决定是否购买。饭圈消费则加入了明显的情感价值和符号价值。同一张专辑、同一个玩偶或者同一款明星代言商品，对于普通消费者而言只是具体商品，但对于粉丝而言，它可能同时代表对偶像的支持、个人追星经历以及成员身份。乔佳琪指出，饭圈情感消费建立在粉丝与偶像之间的情感连接基础上，在商业资本介入之后，呈现消费群体圈层化、消费行为网络化和消费模式多元化等特点^[3]。这意味着饭圈中的商品已经不只是物质对象，也成为情感

表达的媒介。

大学生进入饭圈后，并不一定立即形成高额消费。多数情况下，其参与过程具有逐步加深的特点。最初可能只是观看作品、关注社交账号、浏览相关内容，之后逐渐加入粉丝群、超话和其他社群，开始学习饭圈语言和规则。当群体关系逐渐稳定后，个体容易从内容观看者转变为活动参与者，再从活动参与者转向承担数据、宣传和消费任务的成员。在这个过程中，消费的意义也会发生变化。早期购买行为更多服务于个人喜好，进入群体内部之后，购买数量可能开始与“贡献程度”“粉丝等级”和“忠诚程度”联系起来。

大学生具有一定消费自主权，但多数人尚未形成稳定收入，这使其饭圈消费具有明显矛盾。一方面，他们已经能够独立使用移动支付、信用消费和网络购物，日常消费决策受到家庭直接控制的程度降低；另一方面，其生活费仍主要来源于家庭，可自由支配资金有限。当饭圈要求的消费频率和金额超过实际支付能力时，情感投入与经济能力之间便容易产生冲突。部分学生会减少餐饮、学习、社交等其他日常支出为追星让路，也有人通过分期、借款或预支以后生活费完成消费。

饭圈中的消费对象也具有明显扩张性。粉丝消费早已不限于购买明星直接参与创作的文化产品，而可能覆盖代言商品、杂志、品牌联名、演唱会、见面会、线下大屏、生日应援、纪念周边等多种形式。消费对象越广，粉丝就越容易持续处于新的购买场景之中。当不同品牌、平台和粉丝组织共同制造“限时”“限量”“冲销量”“破纪录”等消费理由后，原本偶发的文化消费可能转变为连续性的消费任务。非理性消费正是在这种情感意义不断增加、消费场景不断扩张和群体评价持续介入的过程中逐渐产生。

2 大学生饭圈非理性消费的主要表现

2.1 超出实际经济能力的过度消费

判断饭圈消费是否理性，不能简单依据消

费金额大小。同样花费一千元，对于经济能力不同的人具有完全不同的意义。较为合理的判断标准应当关注消费是否明显超过可支配能力，是否挤压基本生活和学习支出，以及消费者是否能够承担相应后果。大学生缺少稳定劳动收入，因此在饭圈中持续进行高频消费，更容易形成收入能力与消费欲望之间的不平衡。

这种过度消费有时并不会表现为一次性的大额支出，而是大量小额消费不断累积。几十元的电子刊、几十至几百元的专辑、会员、周边、代言产品和应援集资分别看并不突出，但当明星商业活动密集、饭圈不断组织新项目时，消费总额可能明显增加。小额支付又降低了个体对消费成本的敏感程度，使学生更容易产生“这次金额不大”的判断。连续多次的小额购买最终可能造成与一次性大额消费相近的经济压力。

更值得注意的是，有些大学生会通过压缩基本生活消费维持追星支出。例如减少正常社交活动、降低日常饮食标准、推迟购买学习用品等。此时，饭圈消费已经改变了个人资源配置顺序。问题并不在于文化娱乐消费本身，而在于个体把证明对偶像的支持置于现实生活需要之前。当这种消费成为稳定习惯时，其非理性程度便不再只体现在某一次购物决定，而会进入长期消费结构。

2.2 重复购买与数据化消费

普通商品消费通常在需求得到满足后自然停止，但饭圈中的部分商品并不遵循这一逻辑。一名消费者只需要一张专辑即可获得音乐内容，却可能为了增加销量重复购买十张、数十张内容相同的产品。一份杂志能够满足阅读需要，却可能因销售成绩与明星商业价值联系起来而出现多份购买。此时，购买数量已经不再由实际使用需求决定，而由数据目标决定。

饭圈内部常把销量、销售额、榜单排名和代言转化率视为明星“实绩”的重要组成部分。明星之间的竞争被转换成可比较的数据后，粉丝也被带入数据竞争。商品由使用对象变成制造数据的工具。章秀英、范梦婷在分析饭圈影响机制时注意到，“白嫖可耻”“开除粉籍”等话语会通过群体压力对青少年粉丝行为

进行规制,并与情感依赖、从众心理和群体极化共同作用^[4]。当“不购买”被解释为“不支持”,甚至被赋予道德上的负面意义时,消费选择便容易从个人权利变成成员义务。

数据化消费的特殊之处在于,它没有清晰的满足点。满足个人需要通常存在边界,但“销量越高越好”“排名越前越好”不存在自然终点。即便已经购买多份商品,只要竞争对象的数据继续增长,粉丝就可能再次产生追加购买的压力。这样一来,消费是否停止,不再取决于消费者是否已经得到商品,而取决于外部竞争何时结束。个人消费因此被嵌入不断变化的数据竞赛。

2.3 群体任务驱动下的被动消费

饭圈具有较强组织能力,部分粉丝群、后援会和数据群会围绕明星活动形成明确分工。有人负责制作内容,有人负责宣传转发,有人参与控评,还有人承担购买和应援任务。大学生一旦进入这种组织结构,消费便可能获得任务属性。杨燕在对高职大学生饭圈现象的调查中指出,资本与媒介平台的介入、偶像影响以及粉头组织号召力都是影响大学生饭圈行为的重要因素^[5]。这一发现说明,大学生消费不能仅从个人兴趣解释,粉丝组织在其中具有重要作用。

任务型消费与完全强制购买不同。多数情况下,没有人能够直接要求某个大学生必须支付多少钱,但社群内部会通过公布目标、实时通报进度、展示其他成员购买记录等方式营造压力。当群里不断出现“还差多少”“大家再努力一下”“学生党少买一点也要参与”等信息时,个体很容易产生不参与就会拖累集体的感觉。消费于是带上了责任色彩。

这种压力对于高度认同饭圈身份的学生影响更明显。粉丝担心被看作不够忠诚,也担心自己享受了群体提供的信息、资源和社交关系却没有作出相应贡献。在这种心理下,即使没人明确强迫,个体仍然可能主动增加消费。表面上看,付款行为由本人完成,但真正决定消费的因素已经包含明显的群体规范。

2.4 炫耀性消费与身份竞争

饭圈消费还具有身份展示功能。购买数量、

参加线下活动次数、收藏稀缺周边以及为偶像投入的金额,都可能成为粉丝展示资历的方式。当大量消费记录被公开展示后,消费能力容易被转换成群体中的话语权。花钱更多的人可能被认为“更爱偶像”“更有资格发表意见”,从而形成隐性的消费等级。

这种炫耀并不一定表现为直接展示财富。有时粉丝展示的是自己为偶像付出的程度,例如连续购买多少份专辑、去了多少场演出、参与多少次应援。表面上展示的是情感,实际仍需要经济支出作为证明。消费由此成为可见的忠诚符号。对于处于身份探索阶段的大学生而言,这种评价体系可能具有较强吸引力,因为群体认同可能带来归属感和存在感。

当不同成员通过消费争取认可时,饭圈内部容易形成比较效应。一个学生原本认为购买两张专辑已经足够,但看到其他同龄粉丝购买十张、二十张以后,可能重新评价自己的投入水平。消费标准不是由个人收入决定,而在成员比较中持续上升。最终,消费更多的人不断提高群体参照标准,经济能力较弱的成员也可能被迫跟随。

2.5 情绪性消费和冲动追加

饭圈具有较高的信息更新速度。明星获得奖项、遭遇争议、作品上线、生日纪念、品牌官宣等事件都可能迅速转化为消费场景。当粉丝处在兴奋、焦虑、愤怒或保护欲较强的情绪中时,对消费成本的判断容易暂时弱化。例如明星受到负面评价后,一些粉丝会将购买商品解释为“用行动支持”;榜单竞争落后时,焦虑感也可能推动临时追加购买。

情绪性消费最大的特点是决策时间被明显压缩。正常消费可以经过比较和考虑,饭圈消费却经常与限时活动、实时榜单和群体动员同时出现。粉丝没有充分时间判断商品是否需要,也难以冷静计算连续购买造成的总支出。在即时支付和移动购物环境中,从产生情绪到完成付款可能只需要几分钟。情绪一旦被直接连接到支付行为,消费理性便更容易受到削弱。

3 大学生饭圈非理性消费的个体心

理成因

3.1 自我认同需要使消费承担身份确认功能

大学阶段是个体逐渐形成稳定自我认识的重要时期。专业选择、未来职业、人际关系和个人能力都可能处在变化之中，一部分学生会通过兴趣群体寻找更加明确的身份定位。饭圈能够提供一快速而清晰的身份标签。个体不需要经历复杂的现实协商，只需要表达对某一明星的喜爱，就可以进入由共同兴趣构成的群体，并获得明确的“我们”意识。

身份认同本身并不会必然导致过度消费，问题在于饭圈将身份与消费贡献联系之后，消费便获得了自我证明功能。一个学生可能不是为了商品而付款，而是为了确认“我是一个合格的粉丝”。一旦这种身份成为自我评价的重要来源，减少消费就可能被体验为身份下降。消费者即使已经意识到购买行为缺少实际意义，也可能因为担心失去身份认同而继续投入。

大学生日常生活中还存在学业竞争、就业压力和社交不确定性。与现实中的身份获得相比，饭圈中的身份评价更加直接。购买、签到、转发、打榜等行为能够立刻得到反馈，个体容易感受到明确的参与价值。这种即时确定感具有较强吸引力。越是在现实生活中缺乏成就反馈的人，越可能通过可量化的饭圈贡献获得补偿。消费因此不只是花钱，而成为确认自我价值的一条快捷路径。

3.2 情感投射强化消费合理化

明星与普通商品最大的不同在于其具有人格化特征。粉丝可以持续观看明星的作品、采访、直播和社交动态，在长期媒介接触中形成类似熟悉关系的情感体验。虽然双方通常并不存在真实的私人关系，但粉丝可能对明星产生较强的情绪投入。偶像取得成绩时产生自豪，遭遇争议时感到委屈，商业成绩下降时产生焦虑。明星处境因此容易被纳入粉丝个人情感世界。

当消费与这种情感绑定后，价格判断容易发生改变。消费者购买普通商品时会思考“值不值”，而粉丝可能更多考虑“能不能帮到他”。一旦商品购买被解释为帮助偶像，经济

行为便容易获得道德和情感上的合理性。即使商品本身缺少使用价值，粉丝也可能认为消费达到了“支持”的目的。

情感投入还可能形成沉没成本。已经投入大量时间和金钱的粉丝更难突然停止，因为停止意味着此前投入似乎失去了意义。于是，过去的投入不但没有促使个体控制支出，反而成为继续支出的理由。追星时间越长、购买越多，越容易产生“已经坚持这么久，不能在关键时候退出”的心理。这种不断用新的投入证明过去投入正确的方式，使消费形成持续循环。

3.3 网络社会排斥与自我不确定感推动炫耀性消费

饭圈并非始终提供积极的归属体验。群体内部同样存在评价、比较和排斥。当成员的观点、消费能力或参与程度与群体主流标准不同，就可能感受到被忽视、质疑甚至排斥。张瀚月围绕饭圈群体开展的研究收集了 716 份有效样本，并进一步进行了 128 人的实验研究。结果显示，饭圈中的网络社会排斥与炫耀性消费呈显著正相关，自我不确定感在其中发挥中介作用；相较依存型自我建构，独立型自我建构能够一定程度降低排斥所带来的自我不确定感和炫耀性消费倾向^[6]。

这一结果能够解释部分看似矛盾的消费行为。按常理，被群体排斥的人可能选择退出，但在高度依赖群体认同的情况下，个体反而可能增加消费，希望重新证明自己的成员资格。消费于是具有关系修复作用。购买更多商品、参与更多集资、公开展示消费记录，都可能成为向群体表达“我依然属于这里”的方式。

这种机制说明，非理性消费并不总是由快乐推动，焦虑同样能够成为强烈的消费动力。如果大学生把圈内认可视为重要的自我评价来源，就更容易因为群体反馈改变消费选择。真正需要增强的并不是简单的“忍住不花钱”，而是减少自我价值对圈层评价的依赖。当个体拥有更加稳定和多元的身份来源时，单一饭圈关系对消费行为的控制力才会下降。

3.4 即时满足削弱长期消费判断

移动支付和网络购物使饭圈消费几乎不再具有明显的支付阻力。过去购买商品需要到线

下付款,消费者能够直观感受到现金减少;如今只需点击几次即可完成支付。尤其在使用生活费、电子余额或分期支付时,消费带来的现实损失感可能被延后。

饭圈活动本身又具有较强即时反馈。付款之后可以立刻截图晒单,获得其他成员点赞和称赞;销量数字上升也能带来短暂满足。这种即时回报与经济成本之间存在时间差。消费带来的群体认可立即出现,而生活费不足的压力可能几天甚至几周后才明显。人更容易受到即时奖励影响,从而低估未来成本。

李莉、胡俊欢在分析 Z 世代饭圈青年时,将个人因素、资本逐利、网络媒介和外部环境共同视为影响其思想行为的重要因素^[7]。这也说明,大学生消费失衡不能简单归因于年龄或个人品质。数字媒介对信息、情绪和支付过程的高度整合,使消费冲动能够更快转化为现实行为。理性判断并没有消失,而是常常来不及充分发挥作用。

4 饭圈群体互动中的消费压力

4.1 从个人喜好到集体目标的转换

饭圈与普通兴趣群体的重要区别,在于其具有较强的目标动员能力。明星新作品上线、品牌官宣、榜单竞争等事件发生后,粉丝组织会迅速形成明确任务。在这种情况下,“我要不要购买”很容易被转换为“我们能不能完成目标”。个人消费进入集体行动后,原本根据个人需要作出的决定就会受到群体目标影响。

群体目标能够产生责任分散之外的另一种效应,即责任集中。粉丝会认为每个人都应该贡献一点,如果自己不参加,任务便会落到别人身上。“别人都在努力”成为推动个体消费的重要理由。饭圈中常见的进度统计进一步强化这种责任感。目标越具体、剩余差距越可见,成员越容易感到必须立即行动。

这也是为什么一些学生即使知道商品并不需要,仍然愿意支付。其购买对象表面上是商品,实际参与的是集体行动。消费结果也不再通过个人满意程度评价,而通过群体目标是否实现评价。只要销量达到目标,即便买来的大量商品最终闲置,粉丝仍可能认为消费“值

得”。

4.2 群体规范将消费转化为忠诚标准

任何稳定群体都会形成一定规范。健康兴趣社群的规范主要用于维持基本秩序,但部分饭圈规范会逐渐进入成员私人消费领域。例如将购买称作“做贡献”,将不消费称作“白嫖”,或者用购买数量判断粉丝是否具有发言资格。此类语言看似只是圈内表达,却能够持续改变成员对消费行为的理解。

当“花钱”与“忠诚”绑定后,不消费就不再是中性的个人选择。成员可能担心被怀疑立场,甚至主动隐藏自身经济困难。一些学生明明无法承担额外支出,也不愿公开说明原因,因为解释经济能力本身就可能带来尴尬。为了维持群体形象,他们可能继续参与超出能力的消费。

饭圈群体的边界又会进一步强化这种规范。陈昶、王涛、刘军虽然主要讨论未成年人网络饭圈行为,但其研究对饭圈群体机制的分析具有一定启示意义,即网络陌生关系可以形成“有组织”的集体行动,共情和群体互动还可能产生明显的羊群效应^[8]。在大学生饭圈消费中,相似的集体行动逻辑同样值得注意。个体未必经过充分思考,只要看到大量成员采取同一行动,就容易把这种行为理解为正确选择。

4.3 同伴比较推动消费标准不断提高

饭圈消费具有较强可见性。粉丝晒单、展示购买数量和分享线下活动经历,使个人消费行为能够被群体持续观察。可见性带来了比较。原本没有明确标准的“支持偶像”,逐渐被转化为可以比较的数量。

这种比较容易出现向上倾向。个体通常不会用圈内最低消费水平作为标准,而容易注意那些投入最多、参与度最高的核心粉丝。高消费成员不断展示自己的投入之后,会无形中提高整个群体的参照线。一个月投入几百元原本可能已经超出某个学生的预算,但在看到他人投入数千元后,会产生“自己其实花得不多”的错觉。

更复杂的是,饭圈消费竞争往往以情感名义出现。当两个明星之间存在榜单竞争时,粉

丝之间的比较会迅速变成群体之间的竞争。购买更多不仅是在证明个人忠诚,也被认为是在维护整个群体的尊严。在这种情况下,控制消费容易被解释成集体行动中的退缩,理性选择反而需要面对更高的心理成本。

4.4 群体极化放大原有消费倾向

饭圈成员往往长期接触与自身立场相似的信息。在封闭程度较高的群聊和社区中,成员不断相互确认“应该支持”“销量很重要”“这次不能输”等观点。原本温和的追星态度可能在持续互动中逐渐强化。当群体内部缺少不同意见时,成员更容易把高强度消费当作正常行为。

群体极化并不意味着所有人都会走向极端,而是群体讨论可能使原有倾向朝更强烈方向发展。一个原本愿意适度购买的人,在不断看到“大家都在冲”的信息之后,可能提高预算;原本认为量力而行的人,也可能担心自己表达不同意见破坏群体气氛而选择沉默。最终,群体公开表达出来的态度比多数成员最初真实想法更激进。

这种机制还解释了为什么单纯提醒大学生“理性追星”常常效果有限。个体即使接受理性消费观念,只要重新进入高度同质化的饭圈信息环境,仍然会受到群体规范影响。治理非理性消费不能只依赖个体自律,还需要减少群体内部通过羞辱、道德绑架和身份排斥推动消费的空间。

5 平台技术与商业资本对消费的推动

5.1 流量逻辑把情感转化为可量化竞争

数字平台为饭圈提供了组织空间,也重新定义了粉丝支持明星的方式。过去的支持主要表现为观看作品和购买文化产品,平台时代则出现阅读量、播放量、点赞量、转发量、热搜位置和成绩等大量指标。明星的公众影响被转化为连续更新的数据,粉丝也因此获得了持续参与竞争的任务。

朱茜从文化工业批判视角指出,在互联网

技术、非理性价值观和唯流量资本逻辑共同影响下,饭圈文化表现出数据劳动、情感经济和泛娱乐化等特征^[9]。数据之所以能够推动消费,是因为它让竞争结果变得极为直观。数字差距能够被实时看到,排名变化不断刺激粉丝采取行动。当购买商品能够直接增加某项“实绩”时,消费便被纳入流量生产。

数据还有一种重要影响,即把情感变成可以比较的数字。原本无法测量的“喜欢程度”开始通过销量、购买数量和活动参与度表示。越是依赖数字评价,粉丝越容易产生一种错觉:只要投入更多金钱,就能够证明更深的感情。这正是情感被商品化的重要环节。

5.2 商业资本不断创造新的消费理由

饭圈能够持续产生消费,并不只是因为粉丝愿意购买,还因为商业机构具有不断创造消费场景的能力。明星代言、品牌联名、限定包装、随机小卡和不同版本商品等设计,可以使相同或相近的商品获得多次购买理由。粉丝并不是简单购买商品功能,而是在购买与偶像发生象征性联系的机会。

汤俪瑾、戴妍妮认为,饭圈生产乱象与以资本增值为价值导向的生产逻辑密切相关,其中既表现为生产目的唯流量化和生产方式数字化,也表现为数据崇拜和物化关系^[10]。这一分析揭示了饭圈非理性消费背后的结构性问题:商业体系并不只是被动满足已有需求,还会主动扩大需求。

例如,同一内容可以通过不同封面、不同赠品、不同销售渠道反复包装;随机附赠机制又会利用收集心理推动重复购买。消费者想获得某张特定卡片,可能需要购买多份相同商品。此时,重复消费并非完全由粉丝自发产生,而是由产品设计主动制造。若再叠加限时销售和群体竞争,理性比较的空间就会进一步缩小。

5.3 平台算法形成持续刺激的消费环境

算法推荐使用户接触的信息越来越符合既有兴趣。当大学生频繁浏览明星相关内容后,平台会继续推荐演出、代言、周边和粉丝讨论。对于深度饭圈成员而言,日常信息流中可能长期存在与偶像相关的消费刺激。消费广告与普通粉丝内容之间的界线也并不总是清晰,商品

信息往往通过测评、开箱、晒图和话题讨论自然进入社交内容。

这种持续曝光会改变消费判断。一个人偶尔看到某款商品时可能没有购买欲望，但连续多次看到其他粉丝展示，便容易产生熟悉感和拥有欲。算法还会把用户推向相似兴趣群体，使不同观点越来越少。量力消费、减少重复购买等声音可能逐渐退出个人信息环境，留下的更多是“必须支持”和“大家都买了”。

邵梦荷在体育饭圈研究中将粉丝的参与概括为生产型、维护型、转化型和消费型等多种情感劳动，并指出平台算法和流量逻辑能够使粉丝情感投入转化为具有传播价值和商业价值的数字资产^[11]。这一机制同样能够帮助理解娱乐饭圈消费。粉丝表面上是在自主表达情感，但表达方式往往已经被平台所提供的指标和功能提前规定。

5.4 情感商业化模糊了自愿消费与隐性强制的边界

饭圈商业机制最复杂的地方在于，它很少直接强迫消费者购买。商家可以说“购买完全自愿”，粉丝组织也可以强调“量力而行”，但整个传播环境却持续向成员传达另一种信息：真正的支持需要行动，行动最好能够转化为数据，而最直接的数据通常来自消费。

这种机制形成了一种隐性的消费强制。它没有明确命令，也不存在传统意义上的强迫交易，却通过情感、身份和群体关系提高拒绝消费的心理成本。大学生即使形式上拥有选择权，也可能因为担心偶像成绩下降、担心群体评价或害怕错过限定机会而难以真正自由地选择“不买”。

由此看，饭圈非理性消费并非“资本诱导”和“粉丝冲动”两个彼此独立的过程。商业资本提供可消费的情感符号，平台提供流量和数据结构，粉丝组织负责将数据目标转化为群体任务，最终由个体承担经济成本。各环节相互配合，才形成持续性较强的消费机制。

6 大学生饭圈非理性消费的现实影响

饭圈非理性消费最直接的影响是个人经济压力。大学生可支配资金有限，持续追星支出容易挤占正常生活费用。若进一步使用分期、网络信贷或向他人借款，原本只是娱乐消费的问题还可能转化为债务风险。消费带来的满足通常持续时间较短，而后续经济压力会进入现实生活，影响正常学习、社交和生活安排。

更深层的影响在于消费自主性下降。当大学生逐渐习惯根据群体任务、排名变化和他人评价决定是否购买，就可能弱化独立判断能力。商品是否需要、价格是否合理不再是核心问题，最重要的反而变成“别人怎么看”和“偶像是否需要”。长期处在这种环境中，消费者容易把外部标准内化为自己的消费标准。

非理性消费还可能强化功利化的情感表达。如果对偶像的支持必须依靠购买数量证明，感情本身就被转化为金钱尺度。消费能力较弱的粉丝会因为投入较少而被边缘化，高消费成员则可能因此获得更高群体地位。周晗、储著源在讨论饭圈精神异化时指出，消费主义、功利主义等因素可能进入饭圈文化并影响青少年世界观、人生观和价值观^[12]。值得警惕的并不是青年喜欢明星，而是人与人的关系、情感和文化参与都逐渐被货币投入衡量。

饭圈消费与网络冲突之间也可能发生连接。购买数据常被用于证明明星影响力，一旦不同群体围绕销售成绩展开竞争，消费便容易从私人行为转向群体对抗。高路对 Z 世代饭圈生态的研究发现，部分粉丝在权利边界、法律规则、网络欺凌风险和自我保护等方面存在认识不足^[13]。当消费竞争与互撕、攻击结合后，粉丝可能为了维护已经投入大量金钱的偶像形象而更加难以接受不同评价，进一步加剧群体极化。

非理性消费还会产生明显的时间成本。抢购、做数据、统计销量、等待开售、参加集资和持续关注榜单都需要投入时间。对于大学生而言，真正稀缺的资源并不只有金钱，还包括学习和成长时间。如果追星活动持续占据注意力，最终损失可能远远超过实际消费金额。因此，对饭圈非理性消费的判断不应只计算花了多少钱，还要观察它是否已经过度占用个人生活资源。

7 大学生饭圈消费的理性引导与治理

7.1 从限制消费转向提升消费自主性

减少饭圈非理性消费，不能简单要求大学生彻底停止追星。正常兴趣具有情绪调节、社交互动和文化参与价值，如果治理只强调禁止，很容易引起抵触，也难以真正改变消费机制。更可行的方向是恢复个体对消费的控制，使“买不买、买多少”重新成为个人根据能力和需要作出的选择。

大学生可以建立相对明确的娱乐预算，将追星支出纳入个人月度消费，而不是在每次活动出现后临时决定。预算的意义不是规定统一金额，而是提前设置边界。完成预算后，即使饭圈出现新的任务，也不继续追加。对于重复购买、随机商品和应援集资，还应形成延迟决定习惯，避免在情绪最强烈时立即付款。

更重要的是把“粉丝身份”与“消费贡献”分开。喜欢作品、欣赏艺人和参加兴趣讨论本身已经构成粉丝参与，不应将购买数量作为忠诚判断标准。只有当个体承认“不消费也是一种正常选择”，饭圈中的情感表达才可能真正恢复自主。

7.2 高校应加强贴近真实网络生活的消费与媒介教育

大学生的消费行为已经高度网络化，但消费教育如果仍然停留在“勤俭节约”“不要冲动消费”等抽象要求，难以回应饭圈中的具体情境。高校可以把算法推荐、网络群体压力、情感营销、随机商品机制、网络借贷和个人信息保护等内容纳入相关教育，使学生理解消费决策如何被数字环境影响。

张志泉、郭志娇在讨论饭圈治理时提出，应发挥网络空间、课堂和朋辈群体等多方面作用，提升大学生社会责任感、法治意识、道德素质和网络信息素养^[14]。对饭圈消费而言，朋辈教育尤其重要。与简单说教相比，由学生围绕真实消费场景讨论“为什么明知不需要仍然购买”“为什么不敢拒绝群体任务”，更容易识别隐藏在消费背后的社交压力。

学校也应避免将追星大学生标签化。追星并不代表缺乏理性，出现高额消费也并非简单的思想问题。只有将消费行为放回具体的心理和社交环境，教育才可能真正发挥作用。对于已经出现明显经济困难或网络借贷风险的学生，还需要提供必要的心理和生活支持，防止问题进一步扩大。

7.3 平台应减少以数据竞争刺激消费的机制

平台是饭圈活动的重要基础设施，也应承担相应责任。治理不能只处理极端互撕和网络攻击，还需要关注流量指标如何推动消费。对于容易引发粉丝大规模重复购买和非理性竞争的榜单、排名和销售展示，可以减少过度实时化和竞争化设计，避免持续制造紧迫感。

平台还应提高商业信息识别度。明星代言、品牌推广和商业合作应当具有清晰标识，避免商业传播与普通粉丝内容过度混杂。对明显以羞辱、煽动或道德绑架方式组织消费的账号和群体，应完善投诉和处置机制。平台如果一方面从饭圈流量中获得收益，另一方面把全部责任推给粉丝个人，就无法真正解决非理性消费问题。

算法治理同样重要。用户频繁浏览明星内容，并不意味着平台应该无限增加商业推荐。对未形成稳定收入的年轻用户，尤其需要降低高频消费诱导。平台完全可以在技术层面增加重复购买提示、理性消费提醒和未成年人保护机制，使算法不只服务点击和交易，也承担基本的风险控制功能。

7.4 商业机构和粉丝组织需要退出情感绑架式营销

明星经纪机构、品牌和其他商业主体应当重新审视通过粉丝情感推动销售的边界。正常利用明星影响力进行商业宣传并无问题，但若刻意把销量与明星资源、地位甚至粉丝忠诚绑定，就容易把普通商品交易转化为情感压力。

随机赠品、多版本销售和限时刺激等营销方式也需要更加透明。商业机构应当避免通过人为制造稀缺诱导大量重复购买，更不应利用粉丝群体之间的竞争放大销售。对涉及大额集资和集中购买的活动，还应加强资金透明和流程规范，降低财产风险。

粉丝组织同样需要形成基本自治规则。群体可以组织作品宣传和兴趣活动,但不应公布成员消费排名,更不应使用“白嫖”“不配做粉丝”等话语羞辱低消费成员。是否购买以及购买多少属于成员个人决定,不应成为粉籍审查的依据。饭圈内部只有主动降低消费等级制度,才能从源头减轻大学生的同伴压力。

7.5 建立多主体协同的常态化治理方式

饭圈消费问题跨越网络平台、文化产业、青年教育和消费者权益等多个领域,只依靠单一主体难以取得稳定效果。毛奕峰、王岩在讨论饭圈乱象治理时提出,应增强制度供给并凝聚多方力量,推动治理制度化和法治化^[15]。对于非理性消费,同样需要形成平台、学校、家庭、行业和消费者共同参与的治理结构。

这种治理不应把所有高消费都简单认定为问题,也不能把所有责任归结为资本或粉丝。真正需要规制的是那些明显利用情感依赖、群体排斥和数据竞争削弱消费者自主选择的机制。正常的文化消费应受到尊重,具有明显操纵性和风险性的商业模式则应被限制。

家庭在其中也可以发挥作用,但大学生已经具有较强自主意识,简单查看消费记录或强制停止追星往往容易激化矛盾。相比控制,更重要的是帮助其建立稳定的金钱观,使生活费、学习支出、娱乐消费和储蓄之间形成清晰关系。当个人拥有稳定消费边界,外部饭圈压力才不

容易直接转化为支付行为。

8 结语

大学生饭圈非理性消费并不是追星行为自然产生的结果,也不能简单理解为青年缺乏自控。饭圈文化改变了消费的社会意义,使商品购买同时承担情感表达、身份确认、群体参与和数据竞争等功能。大学生在缺少稳定收入的情况下,一旦把消费视为证明忠诚和维持群体归属的必要方式,便容易出现重复购买、过度支出、炫耀性消费、任务化消费和情绪性消费。

这类消费的形成具有明显的多重机制。个体希望获得认同和情感满足,饭圈群体通过内部规范和同伴比较强化消费责任,平台利用流量指标和算法推荐持续制造竞争场景,商业资本则不断将粉丝情感转化为新的商品和消费理由。各因素相互连接,使部分看似自主的消费实际上受到明显的外部推动。

饭圈文化本身并不必然与理性消费相冲突。问题的关键在于情感是否必须通过金钱证明,个人是否拥有拒绝消费的真实空间。只有弱化“消费越多越忠诚”的饭圈评价方式,让平台和商业主体减少对群体竞争和情绪焦虑的利用,同时提高大学生对消费、算法和群体压力的识别能力,追星才能更多回到文化欣赏、兴趣交流和正常娱乐的范围之内。

参考文献:

- [1] 汪嘉莹. 当代大学生“饭圈”文化及其引导路径研究[D]. 南京信息工程大学, 2025.
- [2] 孟凡瑞. “饭圈文化”影响下大学生价值观的教育引导研究[D]. 中共黑龙江省委党校, 2025.
- [3] 乔佳琪. “饭圈”情感消费的文化透视与纠治路径[J]. 新媒体研究, 2024, 10(8): 87-92+104.
- [4] 章秀英, 范梦婷. “饭圈”对青少年价值观成长的影响机制及治理对策[J]. 西南交通大学学报(社会科学版), 2022, 23(5): 68-76.
- [5] 杨燕. 高职大学生饭圈现象及其引导研究[D]. 三峡大学, 2025.
- [6] 张瀚月. “饭圈”网络社会排斥与炫耀性消费的关系——自我不确定感的中介作用和自我建构的调节作用[D]. 四川师范大学, 2026.
- [7] 李莉, 胡俊欢. Z世代“饭圈”青年的思想行为分析与引导机制[J]. 鹿城学刊, 2025, 37(1): 39-42.
- [8] 陈昶, 王涛, 刘军. 未成年人网络“饭圈”欺凌的行为逻辑与规制路径[J]. 预防青少年犯罪研究, 2026, (3): 36-44.

- [9] 朱茜. 文化工业批判视角下“饭圈”文化的探索[J]. 现代营销, 2023, (21): 10-12.
- [10] 汤俪瑾, 戴妍妮. 马克思资本逻辑批判理论视域下“饭圈”生产乱象的批判[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2023, 35(2): 112-120.
- [11] 邵梦荷. 社交媒体时代我国体育饭圈粉丝的情感劳动研究——以国乒饭圈为例[D]. 武汉体育学院, 2026.
- [12] 周晗, 储著源. “饭圈”精神异化的表征、本质与破解路径[J]. 荆楚学刊, 2023, 24(4): 13-18.
- [13] 高路. “Z 世代”法治思维塑造的困境与纾解——基于“饭圈”生态的叙事分析[J]. 理论导刊, 2024, (3): 88-94.
- [14] 张志泉, 郭志娇. “饭圈”治理中的思想政治教育价值及其实现[J]. 宁波大学学报(教育科学版), 2023, 45(5): 10-16.
- [15] 毛奕峰, 王岩. “饭圈”乱象及其意识形态批判[J]. 中国青年社会科学, 2022, 41(5): 52-59.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0) 以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.005

旅游指南文本中冗余现象研究与翻译对策

陈文峻¹

1. 西安工程大学, 陕西 西安 710000

摘要: 旅游指南是兼具信息指引、审美渲染与文化传播功能的复合文本, 其英译质量直接影响海外游客的出行体验与地方文旅的国际传播效果。现有旅游翻译研究多笼统探讨冗余信息的删减策略, 较少结合文本功能差异进行差异化冗余调控。本文以中文单语旅游指南为研究语料, 依据文本功能将其划分为实用信息、景观介绍、文化民俗三大板块, 分析各板块冗余表现特征, 并提出适配性处理策略: 实用信息板块以信息精简为核心, 删除无效语义冗余; 景观介绍板块以语义整合为路径, 保留核心审美价值; 文化民俗板块以适度增补为手段, 实现文化冗余动态平衡。研究发现, 依据文本功能进行冗余处理, 能够更精准地平衡旅游文本的实用价值与文化传播功能, 为同类旅游指南文本的翻译优化提供可操作的方法参照。

关键词: 旅游翻译; 冗余信息; 冗余调控

A Study of Redundancy in Tourist Guide Texts and Translation Strategies

CHEN Wen-jun¹

1. Xi'an Polytechnic University, Xi'an 710000, P. R. China

Correspondence to: CHEN Wen-jun

Abstract: Tourist guides are composite texts that combine the functions of information guidance, aesthetic presentation, and cultural communication, and the quality of their English translation directly affects the travel experience of overseas tourists and the international communication effect of local culture and tourism. Existing studies on tourism translation mostly discuss the deletion strategies for redundant information in general terms, with relatively little attention paid to differentiated redundancy regulation based on differences in textual functions. This paper takes Chinese monolingual tourist guides as the research corpus and divides them into three major sections according to textual functions: practical information, landscape introduction, and culture and folk customs. It analyzes the characteristics of redundancy in each section and proposes corresponding treatment strategies: the practical information section focuses on information simplification and removes ineffective semantic redundancy; the landscape introduction section adopts semantic integration while retaining core aesthetic value; and the culture and folk customs section uses appropriate addition to achieve a dynamic balance of cultural redundancy. The study finds that redundancy treatment based on textual functions can more precisely balance the practical value and cultural communication function of tourism texts and provide an operable methodological reference for the translation optimization of similar tourist guide texts.

Key words: tourism translation; redundant information; redundancy regulation

引用格式: 陈文峻. 旅游指南文本中冗余现象研究与翻译对策[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 39-45.

1 研究背景与目的

在中华文化“走出去”与地方文旅国际化发展的双重背景下,旅游指南作为海外游客获取目的地信息的核心载体,其英译质量直接关系到文旅信息的传递效率与地域文化的传播效果。中文旅游文本受传统表达习惯与叙事风格影响,普遍存在语义铺陈、修饰叠加等现象,形成大量语言层面的语义冗余^[1];与此同时,文本中高度地域化的宗教习俗、方言俗语等文化内容,对海外读者而言又存在显著的文化信息冗余不足,即文化缺省^[2]。

然而,多数研究都将旅游文本视为单一整体加以处理,忽略了旅游指南文本内部不同板块的功能差异^[3]。例如,交通指引与民俗介绍的核心目标不同,读者对信息密度与冗余度的容忍度也存在本质区别,通用策略难以适配所有场景。功能翻译理论认为,翻译策略的选择须服务于文本的预期功能,文本功能是决定翻译方法的核心依据^[4-6]。基于这一逻辑,本文以中文单语旅游指南文本为研究语料,依据文本功能对旅游指南文本进行板块划分,分析不同板块的冗余表现与处理目标并给出相应的翻译策略,旨在为旅游文本冗余信息的调控提供理论参照与实践范例。

2 核心理论内涵与文本功能

2.1 冗余信息论与功能翻译理论的核心内涵

冗余信息理论源于 Shannon (1948) 提出的信息论,后经 Nida (1964) 引入翻译研究,强调冗余调整在实现翻译“动态对等”中的关键作用^[4]。廖七一 (1996) 将信息论应用于翻译研究,提出翻译过程中存在“冗余度平衡”与“冗余失衡”现象^[7]。田艳 (2001) 则进一步区分了语法冗余与语义冗余,强调冗余在增强语言理解、维持语篇连贯性方面的功能^[8]。王金波、王燕 (2002) 进一步指出,汉英翻译中常因语言结构差异导致冗余失衡,需通过增译、省译等手段进行调节^[9]。尹洪山、胡刚 (2006) 进一步提出“迁移性冗余”概念,认为翻译作为一种涉及双语的信息转换过程,尤其会受到语言迁移的影响,译入语中往往带有来自母语的迁移性冗

余信息^[10]。在旅游翻译领域,贾文波 (2004) 基于文本功能理论,强调旅游翻译应以目标读者为导向,通过省略、重构、文化加注等策略实现冗余平衡^[11],其在《应用翻译功能论》一书中进一步系统阐释了功能导向下的应用翻译策略体系^[12]。叶苗 (2009) 基于关联理论的基本观点,认为译者有较大的自主性和自由度,只要能提供最佳语境效果,寻求译文与读者的最佳关联,保证和促进交际的成功,不管采用何种翻译策略都是合理的,并结合旅游翻译实践将它们概括为扩充法、缩简法、整编法和替换法,从关联理论的视角探讨其语用效果^[13]。

功能翻译理论则诞生于 20 世纪 70 年代的德国,其核心范式是 Vermeer 提出的“目的论”,强调翻译是一种有目的的跨文化交际行为,翻译的预期功能决定了翻译的策略与方法。Reiss 在此基础上提出文本类型学,依据 Bühler 的语言功能模式将文本划分为三大功能类型:信息型文本,核心功能是传递客观事实与信息,翻译以内容准确、表达清晰为标准;表情型文本,核心功能是传递情感与审美体验,翻译以保留原文风格与艺术效果为目标;操作型文本,核心功能是感召读者、引发行为反应,翻译以实现预期读者反应为导向^[4-6]。Nord (2001) 在此基础上补充了“功能加忠诚”原则,指出功能适配不能脱离对原文作者与目标读者的双重忠诚,译文需在功能目标与原文内核之间取得平衡^[5]。这一理论框架为旅游文本的差异化翻译提供了清晰的评判标准:策略的优劣不取决于字面对等程度,而取决于是否有效实现了对应板块的预期功能。

2.2 文本功能与冗余容忍度的对应逻辑

冗余信息本质上是“超出信息传递最低需求的语言成分”,但冗余的“有效”与“无效”并非绝对,而是取决于文本的功能目标与读者的认知语境^[14]。同一语言成分在某一板块是无效冗余,在另一板块可能是实现功能的必要成分。因此,文本的主导功能决定了其对冗余信息的容忍度,也决定了冗余处理的核心目标。

具体而言,信息功能主导的文本,核心诉求是信息传递效率,对语义冗余的容忍度最低,无信息增量的重复与铺陈均属无效冗余,应予以删减;表情功能主导的文本,核心诉求是审

美与情感传递,对修饰性冗余有中等容忍度,需在精简与文采之间取得平衡;操作功能与文化传播功能主导的文本,核心诉求是读者理解与行为感召,对异域文化读者而言,原文默认共享的文化背景属于信息不足,即负冗余^[2],因此对解释性文化冗余的容忍度最高,需主动增补以实现有效交际。旅游指南文本是典型的复合功能文本,旅游材料属于以感召功能为主的特殊文本,但不同板块的主导功能存在显著差异,因此不能用统一的“去冗余”标准处理所有内容,而应依据板块功能进行差异化调控。

3 旅游指南文本的功能板块划分与冗余表现

结合中文单语旅游指南文本的内容特征与功能定位,依据 Reiss 的文本类型理论,可将旅游指南文本划分为三大功能板块,各板块的冗余表现呈现出鲜明差异。

3.1 实用信息板块:信息功能主导,语义冗余突出

实用信息板块涵盖交通路线、游览时长、地理位置、票价信息、住宿指引等服务于游客出行决策的内容,主导功能是信息传递,核心要求是准确、简洁、高效。该板块的冗余主要表现为语言层面的语义冗余,具体包括三类:一是名词重复指称,同一地名、事物名在短段落内反复出现^[1];二是动词近义并列,连续使用语义相近的动作动词进行铺陈;三是范畴词与修饰词叠加,添加无实质信息的限定成分。汉语中的范畴词,如“情况”、“行为”等,是对句子前部内容的概括性复现,在汉译英时需予以删除^[5]。这类冗余源于汉语流水句的表达习惯与“意合”特征,在中文语境中可增强语势,但直译成英文会造成句式累赘、核心信息分散,降低游客的信息获取效率。

3.2 景观介绍板块:信息与表情复合功能,修饰词冗余显著

景观介绍板块涵盖景点风貌、建筑特色、环境氛围、美食口感等内容,既要传递客观的景观信息,又要通过描写渲染氛围、激发游客的游览兴趣,兼具信息功能与操作功能。该板

块的冗余集中表现为修饰词冗余,即大量近义形容词、四字格短语并列叠加,对同一对象进行多角度重复描写。由于中西方语言和文化的差异,汉、英旅游语篇在写作手法上存在很多差异。汉语中的修饰词可以表现作者的感情色彩、明确传达思想内涵,但在英语中有些修饰词不仅没有起到积极作用,反而使得句子冗余和句意不够通顺。英语旅游语篇主张“客主分离”,没有汉语里那些过于渲染的意象。汉语语篇语言冗余现象比较突出,大量使用四字格的重复结构,而英语语篇则更注重简练性、客观性^[13]。因此,若过度直译修饰词会显得浮夸空洞,削弱信息可信度。且此类冗余不能一概删除,否则会丢失原文的审美质感与吸引力,需进行语义整合与核心提炼。

3.3 文化民俗板块:操作与文化传播复合功能,双向冗余并存

文化民俗板块涵盖宗教习俗、方言俗语、民间信仰、非遗活动等地域文化内容,主导功能是文化传播与情感感召,目标是让海外游客理解并认同闽南文化的独特价值。该板块的冗余呈现双向特征:一方面,语言层面可能存在叙事铺陈造成的语义冗余;另一方面,更突出的问题是文化信息冗余不足^[16]。异域文化读者往往因缺乏对该文化的了解而无法进行成功的理解 and 交流,因此必须加入一定的冗余成分进行充分“稀释”,达到新的负载与容量的平衡^[2]。源文本基于中文读者的文化共识,对部分文化专有概念不作背景解释,对海外读者而言形成文化缺省,属于信息传递中的“负冗余”,会对游客的导致理解障碍。该板块不能单纯“去冗余”,反而需要主动增补适度的文化解释性冗余,填补读者的认知空白^[17]。

4 冗余信息处理策略

针对三大板块的功能定位与冗余特征,需采取差异化的处理策略,在实现板块核心功能的前提下,达成信息效率与文化传递的平衡。

4.1 实用信息板块:信息精简,删除无效语义冗余

实用信息板块以信息效率为第一准则,冗余容忍度最低。处理原则是保留核心事实信息,

删除所有无信息增量的重复指称、近义词与范畴词,通过名词省译、动词合并、句式重构等方式,让译文紧凑清晰,方便游客快速抓取关键信息。

案例 1: 名词重复指称精简

原文: 故宫, 又称紫禁城, 是明清两代的皇家宫殿。故宫位于北京中轴线的中心。故宫占地面积约 72 万平方米, 建筑面积约 15 万平方米。故宫有大小宫殿七十多座, 房屋九千余间。故宫的宫殿建筑是中国古代建筑艺术的精华。故宫内的文物藏品也极为丰富, 故宫是世界上现存规模最大、保存最完整的木质结构古建筑群。

译文: The Forbidden City, also known as the Palace Museum, was the imperial palace of the Ming and Qing dynasties. The Forbidden City is located at the center of Beijing's central axis. The Forbidden City covers an area of about 720,000 square meters, with a floor space of about 150,000 square meters. It has over seventy halls and more than nine thousand rooms. The palace buildings of the Forbidden City are the essence of ancient Chinese architectural art. The cultural relics housed within are also extremely rich, and the Forbidden City is the largest and best-preserved ancient wooden architectural complex in the world.

分析: 原文中核心名词“故宫”在六句话里反复出现了六次, 这种高密度重复在中文旅游文本中很常见, 目的是强化景点印象、消除指代歧义并保持短句并列的稳固结构。英语旅游文体则通常忌讳相同名词的短距离频繁复现, 更倾向使用代词、所有格或近义替换^[1]。为兼顾忠实与流畅, 本译文没有机械照搬六次“the Forbidden City”, 也没有全部替换为代词, 而是采取了折中策略: 在前三句和末句保留四次完整全称以体现原文的强调语气和庄重感, 中间第四句改用代词“it”使行文自然, 第五句用“The palace buildings”作为变换措辞并辅以“of the Forbidden City”明确归属, 从而在尊重英语表达习惯的同时, 保留了原文反复点明主题的宣传效果和整体节奏。

案例 2: 实用指引信息精简

原文: 景区内建有完善的登山步道设施和观光索道设施, 方便游客上下山。

译文: The scenic area is equipped with well-maintained hiking trails and cable cars, facilitating visitors' ascent and descent.

分析: 此处原文出现两处“设施”属于范畴词冗余。在中文旅游文本中, 出于双音节韵律需求或公文表达习惯, 常在具体名词后附加“设施”、“工作”、“情况”等上位范畴词, 构成具体词加范畴词的语义结构。“步道”与“索道”本身已明确指代具体事物, “设施”所承载的语义已被前者完全覆盖, 删去后信息传递不受任何影响。译文仅以“hiking trails and cable cars”直译核心名词, 省略两处“facilities”, 去除无效语义重复, 使表达更简洁凝练, 符合英语旅游文本重信息清晰、避用词冗余的行文规范, 在确保信息完整传达的前提下实现表达的最优化。

4.2 景观介绍板块: 语义整合, 保留核心审美价值

景观介绍板块兼具信息传递与审美感召功能, 冗余容忍度中等。处理原则是不追求逐字删减, 而是对重叠的修饰语义进行整合提炼, 保留最具辨识度的核心意象与风格特质, 既避免译文浮夸累赘, 又不丢失原文的感染力与吸引力。

案例 3: 修饰词语义整合

原文: 在这个疏朗有度、新旧对话、仿若画廊般的空间里, 喝茶这件正事常不如拍照来得重要。

译文: In this thoughtfully designed space, the act of drinking tea is often upstaged by the urge to take photographs.

分析: 原文用“疏朗有度、新旧对话、仿若画廊般”三个并列短语描写空间特质, 分别从布局、风格、整体比喻三个维度展开, 语义高度重叠, 属于典型的修饰词铺陈冗余。若逐字直译为“spacious and well-arranged, blending old and new, like a gallery”, 会显得冗长堆砌, 不符合英文描写文本的平实风格。译文将三个修饰语整合为“thoughtfully designed”, 提炼出“设

计精巧、兼具质感”的核心内涵，删除重复的渲染性成分，既完整传递空间的品质感，又保持英文表达的简洁自然，避免修饰冗余，对文本信息功能与表达功能进行平衡。

案例 4：修饰词语义整合

原文：崑山风景名胜区境内地质结构奇特，山、水、林、洞、谷、巷浑然一体，以典型、完整、罕见的丹霞地貌景观为主景，是我国乃至世界稀有的大面积丹霞地貌景观区。

译文：With its unique geological structure and an integrated landscape of mountains, waters, forests, caves, valleys and lanes, Langshan Scenic Area features exceptional Danxia landforms and ranks as one of the few large Danxia landform regions in China and even the world.

译者注：原文中“典型、完整、罕见”三个形容词并列修饰核心对象“丹霞地貌景观”，三者均指向地貌的稀缺价值与代表性，语义高度重合且互为补充，中文读来严谨流畅，实则属于强化宣传效果的近义形容词堆叠，无独立信息增量。英译时未逐词对应译为“typical, complete and rare”，而是合并为单个形容词“exceptional”，既完整覆盖“稀缺、出众、具有代表性”的核心内涵，又契合英文旅游文本简洁克制的修饰习惯，避免多形容词堆砌造成的冗余感与中式英语痕迹，同时在后文以“one of the few”呼应“罕见”的限定语义，确保忠实传递原文信息。

4.3 文化民俗板块：适度增补，实现文化冗余动态平衡

文化民俗板块以文化有效传播为核心目标，对解释性冗余的容忍度较高。处理原则是保留核心文化符号，主动增补适度的文化背景信息，将原文中默认共享的隐性文化信息转化为目标读者可理解的显性信息，填补文化缺省，实现文化冗余的动态平衡。

案例 5：宗教仪式文化缺省补足

原文：这里历来是泉州道教活动的中心，每年各大庙观都要到元妙观举行“晋表”、“领旨”仪式。

译文：It has long been the center of Taoist

activities in Quanzhou. Annually, temples across the city gather at Yuanmiao Temple to conduct the Jinbiao and Lingzhi rituals — ceremonies involving the submission of memorials to the celestial realm and the receiving of divine decrees.

分析：“晋表”、“领旨”是道教专有仪式术语，中文读者可凭借文化背景大致理解其内涵，但对海外读者而言属于完全的文化空缺，若仅音译则完全无法传递信息，属于典型的文化信息冗余不足。在跨文化交流的翻译中，面对不同的文化背景及由此产生的文化信息冗余，译者可采用代替法、直接加注等方式补全文化冗余信息^[16]。译文采用音译加文内释译的策略，先用拼音保留术语的文化独特性，再通过破折号增补仪式的核心内涵。在跨文化交流的翻译中，面对不同的文化背景及由此产生的文化信息冗余，译者可采用代替法、直接加注等方式补全文化冗余信息。本案例增补的解释性文字属于主动添加的有效文化冗余，既没有破坏原文的语句结构，又帮助读者快速理解仪式功能，有效实现了道教文化的对外传递。

案例 6：方言俗语文化隐义显化

原文：做人“站着像东西塔，躺着像洛阳桥”。

译文：A local saying praises steadfast character with the iconic landmarks of Quanzhou: “Stand as firm as the East and West Pagodas, lie as enduring as the Luoyang Bridge.”

分析：这句泉州俗语依托本地地标承载精神内涵，中文读者能自然关联“坚固、稳重、可靠”的寓意；海外读者若不了解东西塔、洛阳桥的文化象征，仅能读懂字面的景物对比，无法感知其人格评价的核心内涵，属于文化隐义冗余不足。要使异域文化读者理解这些有意义的文化信息，就必须加入一定的冗余成分，进行充分的“稀释”或者拉长信息，达到新的负载与容量的平衡^[2]。译文首先增补“a local saying praises steadfast character”的功能说明，明确俗语的使用场景与核心寓意；再通过“as firm as”、“as enduring as”显化地标对应的品格特质。通过适度的语境增补与语义显化，让海外读者既能感知俗语的地域文化特色，又能准确理解

其精神内涵,实现了文化传播与情感感召的双重功能。

5 冗余处理的统一原则总结

译文进行文本信息的差异化处理并非无边界的随意调整,而应遵循功能翻译理论的核心准则,在差异化中保持统一的评判标尺。

5.1 功能优先原则

冗余处理的所有操作都必须服务于板块的主导功能。判断冗余是否需要删减或增补,核心标准是“是否有助于板块功能的实现”:对实用信息板块,降低阅读成本、提升信息效率是第一要务;对文化民俗板块,保障文化可理解性、实现传播效果是核心目标。不能为了追求形式上的“简洁”而损害文化传递,也不能为了刻意保留文化信息而造成实用信息晦涩。

5.2 读者导向原则

冗余的“有效”与“无效”始终以目标读者的认知语境为参照。海外普通游客是旅游指南的核心受众,其对中文语义铺陈的容忍度低,对国内文化背景的认知储备少。因此,语言层面的语义冗余大多属于无效冗余,应予以精简;而文化层面的背景信息大多属于必要信息,应适度增补,最终让读者以合理的认知成本完成信息获取与文化理解。

5.3 忠诚原则

冗余调控必须坚守对原文的忠诚底线^[5]。精简不能删减原文的核心事实与关键信息,不能改变原文的基本立场与态度;增补不能添加无依据的主观内容,不能过度演绎文化内涵。所有调整都应在原文信息框架内进行,以准确传递原文核心内容为前提,追求功能对等而非字面对等。

6 结语

旅游指南文本不是功能单一的整体,而是由不同主导功能板块构成的复合文本体系。不同板块对冗余信息的容忍度不同,处理逻辑也存在本质差异:实用信息板块以信息效率为核心,侧重删除无效语义冗余;景观介绍板块以审美平衡为核心,侧重整合修饰语义;文化民俗板块以文化传递为核心,侧重补足文化信息缺省。分板块进行冗余处理能更好地平衡旅游文本的实用性与文化性,既提升海外游客的信息获取体验,又保障地域文化的有效对外传播,可为同类文旅外译文本的质量优化提供可借鉴的操作框架。因此,未来研究可进一步拓展语料范围,验证分板块策略在不同地域、不同类型旅游文本中的普适性,进一步完善文旅翻译的功能化理论体系。

参考文献:

- [1] 王雪明. 汉语中“冗余”现象及其在英译中的处理——以2022年《政府工作报告》英译本为例[J]. 民族翻译, 2022(04): 5-12.
- [2] 许磊. 文化信息冗余与翻译[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2003(01): 147-150.
- [3] 柳萍. 汉英旅游翻译中冗余信息的处理方法研究[D]. 浙江师范大学, 2010.
- [4] Nida E. Toward a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating[J]. 1964. DOI:10.2307/411603.
- [5] Nord, C. Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
- [6] Reiss, K. Translation Criticism: The Potentials & Limitations[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004.
- [7] 廖七一. 论翻译中的冗余信息[J]. 外国语(上海外国语大学学报), 1996(06): 47-51.
- [8] 田艳. 冗余信息与增译和省译[J]. 中国翻译, 2001(05): 31-33.

- [9] 王金波, 王燕. 从信息论的角度看汉英翻译的冗余现象[J]. 中国科技翻译, 2002(04): 1-4+12.
- [10] 尹洪山, 胡刚. 汉英翻译的迁移性冗余[J]. 中国科技翻译, 2006(02): 12-15+22.
- [11] 贾文波. 文本功能对应用翻译的策略主导[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2004, 10(03): 377-380.
- [12] 贾文波. 应用翻译功能论[M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 2004.
- [13] 叶苗. 关联论视角下的旅游资料变译策略[J]. 上海翻译, 2009(3): 28-31.
- [14] 王平兴. 关于汉英翻译“迁移性冗余”的一些思考[J]. 中国翻译, 2011, 32(05): 79-83.
- [15] 陈云云. 英汉翻译中词汇冗余过度现象探究[J]. 海外英语, 2022(12): 44-46.
- [16] 王婷. 文化冗余信息及其翻译[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2005(04): 62-64.
- [17] 黄丝. 《译艺》中汉译英冗余信息的处理[J]. 山西青年, 2018(14): 101-102.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0)以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.006

当代青年婚恋观念的转变及其社会成因

邱宁¹

1. 山西大学, 山西 太原 030006

摘要: 婚恋观念是青年群体价值取向和生活态度的重要体现, 也与家庭关系、社会结构及文化环境密切相关。当代青年对恋爱、婚姻和家庭的认识正在发生变化, 婚恋选择逐渐由传统的家庭责任导向转向更加重视个人意愿、情感体验和生活质量的多元取向。青年在择偶过程中更加关注人格契合、情绪价值和关系平等, 对婚姻的经济基础、家庭责任及潜在风险也表现出更强的现实考量。婚恋观念的转变并非单纯由个人偏好引起, 而是经济压力、教育水平、性别角色变化、代际关系调整以及数字媒介传播等多种社会因素共同作用的结果。婚恋自主意识的增强拓展了青年的生活选择空间, 但择偶标准理想化、婚恋风险预期上升、代际期待冲突和亲密关系建立困难等问题也逐渐显现。本文从青年婚恋观念的主要变化入手, 分析经济生活、家庭关系、性别观念和网络文化对婚恋选择的影响, 进一步讨论婚恋自主与现实约束之间的矛盾, 并从社会支持、家庭沟通、婚恋教育及媒介环境等方面提出改善路径, 以期为理解当代青年婚恋行为及其社会成因提供参考。

关键词: 青年婚恋观念; 婚恋选择; 社会成因; 代际关系; 数字媒介

The Transformation of Contemporary Youth's Views on Marriage and Romantic Relationships and Its Social Causes

QIU Ning¹

1. Shanxi University, Taiyuan 030006, P. R. China

Correspondence to: QIU Ning

Abstract: Views on marriage and romantic relationships reflect the values and attitudes toward life held by young people and are closely related to family relationships, social structures, and cultural environments. Contemporary young people are changing the way they understand love, marriage, and family. Their choices are gradually shifting from a traditional focus on family responsibilities toward more diverse preferences that emphasize personal wishes, emotional experiences, and quality of life. When choosing a partner, young people increasingly value personality compatibility, emotional support, and equality in relationships. They also pay greater attention to the economic foundations of marriage, family responsibilities, and potential risks. These changes are not simply the result of individual preferences but are shaped by various social factors, including economic pressures, educational attainment, changing gender roles, intergenerational relationships, and digital media. Greater independence in marriage and relationship decisions has expanded young people's choices. However, several problems have also emerged, including unrealistic expectations of potential partners, growing concerns about marital risks, conflicts between generations, and difficulties in establishing intimate relationships. This paper examines the major changes in young people's views on marriage and romantic

引用格式: 邱宁. 当代青年婚恋观念的转变及其社会成因[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 46-60.

relationships and analyzes how economic conditions, family relationships, gender attitudes, and online culture influence their choices. It also discusses the tensions between personal autonomy and practical constraints. Based on these discussions, the paper proposes possible approaches to improving social support, family communication, relationship education, and the digital media environment. The aim is to provide a better understanding of contemporary youth's marriage and relationship choices and the social factors behind these changes.

Key words: youth's views on marriage and romantic relationships; partner selection; social causes; intergenerational relationships; digital media

引言

婚恋是个人生活中的重要组成部分，也是连接个体、家庭与社会的基本社会关系。人们如何理解爱情、选择伴侣、决定结婚时间以及安排婚后生活，不仅受到个人情感和性格特点的影响，也与所处社会的经济条件、文化观念和家庭环境有关。在传统婚恋观念中，婚姻通常被视为人生发展的重要阶段，适龄结婚、组建家庭和生育子女具有较强的社会规范性。家庭往往深度参与子女的婚恋选择，经济条件、家庭背景和社会评价也是衡量婚姻是否合适的重要依据。对于个人而言，婚姻不仅意味着建立亲密关系，还承担着家庭延续、生活互助和社会责任等功能。

当代青年的婚恋选择呈现出更加复杂的面貌。部分青年仍然希望通过婚姻建立稳定的家庭关系，但不再将结婚视为必须在特定年龄完成的人生任务。一些青年更加重视恋爱中的情感交流和人格尊重，希望在经济独立、职业发展较为稳定后再考虑婚姻。也有青年虽然具有恋爱和结婚意愿，却因工作压力、住房负担、择偶期待和社会交往机会不足而推迟实际行动。婚恋观念与婚恋行为之间出现的差距，反映出青年个人选择与社会现实条件之间的复杂关系。

全国结婚登记数据能够在一定程度上反映婚姻行为的现实变化。根据民政部公布的统计资料，2023 年全国结婚登记 768.0 万对，2024 年下降至 610.6 万对，2025 年回升至 676.5 万对^{[1][2]}。具体情况见表 1。

表 1 2023—2025 年全国结婚登记情况

年份	结婚登记数量（万对）	同比变化
2023 年	768.0	—
2024 年	610.6	-20.5%
2025 年	676.5	+10.8%

数据来源：民政部《2024 年民政事业发展统计公报》《2025 年民政事业发展统计公报》。同比变化为公布数据对应的年度变化，2023 年不列同比值。

从表 1 可以看出，近三年结婚登记数量并非持续单方向下降，而是出现了较为明显的波动。2024 年结婚登记数量较 2023 年减少 157.4 万对，2025 年则较上年增加 65.9 万对。结婚登记规模既受到适婚人口数量、人口年龄结构的影响，也与婚姻登记政策、经济生活条件和个人婚姻安排有关，不能直接将登记数量变化等同于青年结婚意愿的变化。但这些数据说明，婚姻行为具有一定的阶段性特征，理解青年婚恋观念需要把个人选择放在具体社会条件中考察。

计迎春等对当代青年婚恋观的研究指出，青年对婚姻的理解已不再完全遵循传统的婚育规范，恋爱与婚姻之间的联系发生调整，经济独立、情感需求和性别平等逐渐成为影响婚恋选择的重要因素^[3]。这一变化说明，婚恋观念既包含个人对幸福生活的理解，也反映出社会结构变化对私人生活的影响。仅仅将晚婚、不婚或婚恋意愿下降解释为青年缺乏责任感，难以准确把握问题的本质。同样，将婚恋自主意识增强简单理解为传统家庭观念的衰退，也容易

忽视青年对于稳定关系和婚姻质量的实际期待。

从社会学角度看,青年婚恋观念的变化涉及个人自主性、家庭责任、社会规范和现实生活条件之间的重新协调。青年并非完全摆脱了家庭和社会的影响,而是在更多生活选择出现后,需要自行判断情感需求、职业发展、经济能力和家庭期待的关系。理解婚恋观念的变化,不仅要关注青年如何评价婚姻,也需要分析他们为何形成这些评价,以及现实社会条件如何影响其婚恋选择。

1 青年婚恋观念的内涵与社会特征

1.1 婚恋观念的基本内涵

婚恋观念是个体对恋爱、择偶、婚姻及家庭生活形成的基本认识和价值判断,主要包括恋爱动机、择偶标准、婚姻态度、婚姻责任意识以及对家庭生活的期待等内容。它既体现个人对亲密关系的需求,也受到社会文化和家庭教育的长期影响。不同社会环境下,人们对于婚姻的理解并不完全相同。即使处于同一时代,不同性别、教育背景、经济条件和成长经历的青年,也可能表现出不同的婚恋态度。

恋爱观与婚姻观之间具有密切联系,但二者并不完全一致。恋爱观更加关注情感吸引、关系建立和相处体验,婚姻观则涉及长期承诺、经济安排、家庭分工及生活责任。一个人重视爱情,并不意味着其必然希望立即结婚;对婚姻持谨慎态度,也不一定代表排斥亲密关系。将恋爱与结婚意愿直接等同,容易忽视青年婚恋选择中存在的不同层次。

择偶观同样是婚恋观念的重要组成部分。传统择偶标准往往重视家庭背景、职业稳定性和经济条件,这些因素至今仍有现实意义。但在现代社会中,性格合适、沟通能力、生活习惯、情感支持和价值观一致性也成为伴侣选择的重要参考。择偶标准由相对单一的条件判断转向更加综合的评价,表明青年对亲密关系的理解更加重视个人体验和双方互动。

婚恋观念还具有一定的社会规范属性。个人虽然可以自主选择是否恋爱、何时结婚,但这种选择仍然可能受到家庭期待、社会评价和

同伴行为的影响。例如,同龄朋友陆续结婚可能使尚未结婚的青年产生时间压力,父母对于婚姻稳定性的重视也可能影响子女的伴侣选择。婚恋观念并不是完全独立于社会环境的个人想法,而是在个人意愿与外部规范之间逐渐形成的生活判断。

1.2 当代青年婚恋观念的社会特征

当代青年婚恋观念最明显的特点是多元化。婚姻不再被所有人视为具有统一时间要求的人生安排,不同青年对恋爱、结婚和生育的态度存在较大差异。有些人希望较早进入稳定关系,有些人倾向于在职业发展后结婚,还有一些人更愿意保持单身生活。婚恋选择的多样化,意味着社会中逐渐出现不同于传统家庭形成路径的生活方式。

石金群等基于中国大学生追踪调查数据发现,当代大学生在恋爱、婚姻和生育观念上呈现多元化特点,择偶中存在一定的同质匹配倾向,对婚后生育必要性的认同有所弱化,同时普遍重视家庭中的性别平等^[4]。这些发现表明,青年婚恋观念的变化并不是简单地表现为结婚意愿增强或减弱,而是涉及伴侣选择、家庭责任和婚后生活安排等多个方面。

婚恋自主意识增强是另一个重要特征。青年更加希望根据自己的情感体验和生活规划作出决定,对外部干预的接受程度相对有限。父母的建议仍然具有影响,但是否接受建议、如何处理意见分歧,越来越取决于青年自身的判断。婚恋关系由家庭主导向个人自主选择转变,使青年获得了更多决定生活方式的空间。

婚恋理性化与情感化同时存在,也是当代青年婚恋观念的重要特点。青年希望在亲密关系中获得理解、尊重和情绪支持,但进入婚姻时又会认真考虑收入、住房、职业稳定性和家庭责任。这两种取向并不矛盾。情感需求决定了青年希望建立怎样的关系,现实判断则影响其是否愿意以及何时进入婚姻。对于许多青年而言,理想的婚姻既需要情感基础,也需要能够维持共同生活的现实条件。

需要注意的是,青年群体内部具有明显差异。高校学生、初入职场的青年和已经具有稳定职业的青年,所面临的婚恋问题并不相同。

城乡生活条件、家庭经济状况和性别角色期待也会影响婚恋决策。因此,讨论当代青年婚恋观念时,不能将网络上的某一种流行态度视为所有青年的共同立场,更不能依据个别极端案例判断整个群体的婚恋价值取向。

2 当代青年婚恋观念的主要转变

2.1 从适龄结婚转向自主安排婚姻时间

传统婚恋观念对结婚时间具有较强的社会期待。完成学业、参加工作、结婚生子通常被视为相对连续的人生阶段,适龄结婚不仅是个人选择,也与家庭评价和社会认可密切相关。在这种观念影响下,婚姻往往具有一定的时间约束,超过社会普遍认可的结婚年龄可能受到来自家庭和周围环境的关注。

当代青年对婚姻时间的安排更加灵活。结婚不再必然与年龄直接对应,而是与个人发展状态、经济条件和情感关系成熟程度联系在一起。青年可能因为继续接受教育、调整职业方向、积累生活经验或尚未遇到合适伴侣而推迟结婚。在他们看来,达到某一年龄并不自动意味着具备进入婚姻的条件,婚姻应当建立在个人愿意承担责任且双方关系相对稳定的基础上。

平均初婚年龄的变化能够为这一现象提供现实参照。根据人口普查相关资料,2010年全国平均初婚年龄为24.89岁,2020年提高至28.67岁,十年间推迟3.78岁。不同性别的初婚年龄也出现了明显变化,具体情况见表2^[5]。

表2 2010年与2020年全国平均初婚年龄变化

性别	2010 年 (岁)	2020 年 (岁)	变 化 (岁)
男性	25.75	29.38	+3.63
女性	24.00	27.95	+3.95
总体	24.89	28.67	+3.78

数据来源:《中国人口普查年鉴—2020》及2010年人口普查相关统计资料。

从表2可以看出,男性平均初婚年龄十年间提高3.63岁,女性提高3.95岁,女性初婚年龄的推迟幅度略高于男性。这一变化反映出婚姻在个人生活安排中的时间位置发生了调整。较长的教育经历、职业发展需求以及婚姻经济条件的变化,都可能影响青年进入婚姻的时间。需要注意的是,初婚年龄属于婚姻行为指标,不能直接证明某一种婚恋观念已经成为社会主流,但能够说明传统婚姻时间安排正在发生变化。

婚姻时间安排的调整,意味着婚姻由具有较强时间规范的社会任务,逐渐转变为需要综合判断的个人生活选择。青年更加重视婚姻是否能够改善生活质量,而不只是关注是否完成结婚这一人生阶段。与此相关,部分青年开始区分恋爱需求与结婚需求,认为恋爱可以提供情感陪伴,但婚姻还需要面对家庭责任、经济安排和长期共同生活等问题。

冯解忧指出,部分青年在考虑婚恋关系时,会提前评估未来可能出现的风险,对婚姻中的不确定性保持较高敏感度^[6]。这种风险意识有助于减少缺乏准备的婚姻决策,但当风险预判过度时,也可能使青年因担心未来问题而迟迟不愿进入亲密关系。婚恋时间安排的变化因而既体现自主意识增强,也反映出现实不确定性对个人生活规划的影响。

2.2 从外部条件导向转向情感质量与综合匹配

择偶标准的变化是青年婚恋观念转变的重要表现。传统婚恋选择较多考虑家庭背景、收入水平、职业条件和社会评价,个人情感虽然受到重视,但往往需要与家庭利益和现实条件相协调。当代青年并未完全放弃对物质条件的要求,而是在择偶过程中更加重视双方能否建立稳定、平等和相互理解的情感关系。

情绪价值成为青年婚恋讨论中的一个常见概念。它主要表现为伴侣能够提供理解、支持、尊重和情感回应。在日常生活压力较大的情况下,青年希望亲密关系不仅承担共同生活的功能,还能够成为获得心理支持的重要来源。例如,当一方遇到工作挫折时,另一方能否给予理解;当双方出现意见分歧时,是否能够通过沟通解决问题;面对家庭责任时,双方是否愿

意共同承担。这些因素越来越多地被纳入婚恋关系的评价范围。

与单纯强调外在条件相比,重视情感质量有助于建立更加稳定的亲密关系。但情感需求提高也可能带来新的问题。部分青年希望伴侣同时具备经济能力、情绪稳定、沟通能力、价值观一致和较高生活品质等多方面优势。当择偶标准过于理想化时,现实中的个体很难完全满足所有期待,青年可能陷入不断比较和反复选择的状态。

边艺晨在对青年婚恋观念的讨论中指出,情感质量、人格契合和共同成长逐渐受到重视,而就业、住房、彩礼及家庭期待仍然影响婚恋选择^[7]。这表明情感标准与现实条件并不是相互替代的关系。青年在追求理想伴侣的过程中,依然需要面对物质生活和家庭责任。真正的变化并非从重视经济转向完全重视感情,而是婚恋评价由外在条件主导转向情感与现实条件的综合衡量。

2.3 从家庭主导转向个人自主与平等协商

婚恋关系不仅涉及两个人,也与双方家庭密切相关。在传统家庭结构中,父母对于子女的婚姻选择具有较大的影响力,家庭经济条件、亲属关系及社会评价都可能成为决定婚姻的重要因素。部分婚姻安排更多考虑家庭整体利益,个人情感需要服从家庭期望。

当代青年更加重视婚恋决策中的自主权。恋爱对象的选择、婚姻时间的安排以及婚后生活方式,逐渐被视为个人应当拥有决定权的事务。青年可以听取父母意见,但希望婚姻最终建立在双方自愿和相互认同的基础上。婚恋自主意识增强,也使青年更加重视婚姻中的人格平等,反对仅凭性别或传统家庭地位决定双方责任。

婚后家庭分工的变化尤其能够体现这种观念调整。传统家庭中存在较为固定的性别角色期待,男性通常被要求承担主要经济责任,女性则被期待投入更多家庭照料劳动。当代青年对于这种分工方式的接受程度出现变化。越来越多的人希望夫妻根据职业状况、个人能力和家庭实际需求协商安排工作、家务与育儿责任,而不是简单按照性别划分。

不过,婚恋自主并不意味着家庭影响完全消失。父母可能仍然关心子女伴侣的职业、收入、家庭背景和结婚时间,青年也会考虑家庭经济支持和亲属关系对婚姻生活的影响。婚恋决策由家庭主导转向个人自主的过程中,家庭与个人之间需要建立新的协商关系。如果父母仍然坚持以传统标准评价婚姻,而青年将个人选择视为不可干预的私人事务,双方就容易出现矛盾。

2.4 从婚姻责任优先转向个人发展与婚姻质量并重

在传统观念中,结婚和组建家庭通常意味着进入更加稳定的社会角色。个人需要承担配偶、父母及家庭成员的责任,家庭利益往往被赋予较高优先地位。当代青年仍然认可婚姻责任的重要性,但更加关注婚姻能否与个人职业发展、生活兴趣和自我实现相协调。

接受高等教育的时间延长以及女性就业参与,使许多青年在进入婚姻前已经形成相对明确的职业规划和生活目标。婚姻不再被视为必须优先于个人发展的安排。青年可能希望先获得稳定收入,再考虑购房和结婚,也可能希望婚后继续保持职业发展和个人生活空间。在这种观念下,理想婚姻不应要求某一方完全放弃自身发展,而应通过双方协商实现家庭责任与个人目标的平衡。

这种转变具有积极意义。它使婚姻关系更加重视个体尊严和共同成长,有助于减少单方面牺牲所造成的不平等。但婚姻本身具有长期合作性质,需要双方在时间、经济和情感方面持续投入。当个人发展目标与家庭责任发生冲突时,如果双方缺乏共同承担责任的意识,也可能引起关系紧张。青年婚恋观念的转变并不是婚姻责任的消失,而是婚姻责任的承担方式正在发生调整。

3 经济生活变化对青年婚恋观念的影响

3.1 就业压力改变婚姻时间与生活预期

经济条件是影响青年婚恋选择的重要社会因素。恋爱关系可以更多依靠双方的情感投入

维持,但婚姻通常涉及居住安排、日常消费、家庭照料及未来生育等长期责任。青年对于婚姻的经济判断,与就业状况和收入稳定性存在密切联系。即使个人具有结婚意愿,如果尚未形成相对稳定的收入来源,也可能推迟婚姻安排。

当前青年在职业发展初期需要面对岗位竞争、职业选择和收入变化等现实问题。对于仍处于求学阶段的青年而言,未来工作地点、收入水平和职业发展方向尚不明确,过早确定婚姻安排可能增加生活规划的难度。对于已经参加工作的青年而言,职业发展初期通常需要投入较多时间和精力,工作稳定性也可能影响其对家庭责任的承担能力。

经济压力对婚恋观念的影响并不只是减少可用于婚姻的经济资源,更重要的是改变青年对于婚姻风险的判断。当青年认为未来收入不足以维持预期生活水平时,婚姻就容易被理解为额外的经济责任。即使双方感情稳定,也可能因为住房、工作地点或者长期生活安排存在分歧而推迟结婚。

在这种情况下,婚恋选择与职业发展之间形成相互影响的关系。稳定的工作可以提高青年进入婚姻的信心,但职业发展又需要时间积累。青年希望在经济条件成熟后结婚,却可能因为不断提高的生活预期而持续推迟婚姻。结婚时间因此不只是年龄问题,也与个人如何理解经济安全和未来生活有关。

经济压力对于不同青年的影响存在差异。家庭能够提供住房支持或经济帮助的青年,可能更容易完成婚姻初期的物质准备;需要依靠自身收入承担全部费用的青年,则可能面临更明显的经济约束。不同地区的就业机会、生活成本和家庭支持条件也会影响婚恋安排。青年婚恋时间的推迟不能完全归结为个人不愿结婚,还应考虑社会经济条件对婚姻选择的限制。

3.2 住房与婚恋消费增加婚姻决策成本

住房是青年婚恋中的重要现实问题。对于计划结婚的青年而言,婚后居住方式不仅影响生活便利程度,也与经济安全感和家庭稳定预期有关。在部分家庭观念中,拥有住房被视为进入婚姻的重要条件,住房的面积、位置和产权归属甚至可能成为评价婚姻是否合适的标

准。

住房需求具有现实基础。稳定的居住环境有利于夫妻安排日常生活,也能够减少频繁搬迁带来的不确定性。但如果将婚前购房视为所有婚姻都必须满足的条件,可能使青年承担超出实际经济能力的压力。尤其在住房成本较高的地区,购房首付款、贷款偿还和日常生活支出可能同时占用家庭大量资源,进而影响结婚时间。

婚礼消费同样影响青年对婚姻成本的判断。婚礼原本具有表达祝福、确认关系和联结亲属的社会功能,但在部分地区,彩礼、婚宴、婚庆服务及人情往来等费用可能超出家庭承受能力。婚礼逐渐被赋予展示家庭经济实力和社会地位的功能,使部分青年在进入婚姻前需要面对较强的经济比较压力。

婚恋消费压力还可能通过家庭关系进一步放大。例如,双方原本希望举办简单婚礼,但父母考虑亲属评价和当地习俗,坚持采用较高成本的婚礼形式。青年在尊重家庭意见与控制经济负担之间产生矛盾,婚礼安排也可能成为婚前家庭冲突的来源。

住房和婚礼费用并不是婚姻幸福的直接决定因素。适当的经济基础有助于维持家庭生活,但过度强调物质标准,可能使婚姻选择逐渐偏离双方情感和共同生活能力。对于青年而言,更重要的是根据实际收入和生活需要合理安排婚姻支出,避免将外部社会评价转化为必须承担的经济负担。

3.3 经济独立增强婚恋自主与风险意识

经济独立能够提高个人在婚恋关系中的选择能力。当青年具备稳定收入和独立生活能力时,其婚姻选择不必完全依赖家庭经济支持,也不需要仅仅出于物质保障需求进入婚姻。经济独立使青年更加重视婚恋关系本身的情感质量,并能够在不合适的关系中保持一定的退出能力。

女性经济独立对于婚恋观念的变化具有重要影响。女性教育机会和就业参与的增加,使婚姻不再是实现经济保障的唯一途径。部分女性在择偶时更加重视伴侣是否尊重个人职业发展、愿意承担家庭劳动,以及能否在婚姻中保

持平等关系。婚姻中的经济关系由单方面依赖向双方合作转变，为更加平等的家庭分工提供了条件。

但经济独立并不会自动消除婚恋焦虑。部分青年在具备独立生活能力后，对婚姻可能带来的经济责任和生活变化更加敏感。例如，婚后是否需要共同承担双方家庭的经济支出、是否应当为了照顾家庭调整职业安排，以及购房贷款和育儿费用如何分担，都会进入婚姻决策过程。

青年对于经济风险的关注具有合理性，但也要避免将婚姻完全理解为利益交换。当伴侣选择被过度简化为收入、住房和社会地位的比较时，双方的情感基础和合作能力容易被忽视。经济条件应当成为维持婚姻生活的必要考虑，而不应成为判断亲密关系价值的唯一标准。

3.4 工作与生活节奏压缩婚恋关系的建立空间

婚恋观念的变化还与青年日常生活节奏有关。工作时间、通勤距离和职业竞争不仅影响收入水平，也影响青年建立和维系亲密关系的机会。部分青年虽然具有恋爱意愿，却难以在工作之外投入足够的时间进行社交和情感交流。

对于长期处于高强度工作状态的青年而言，有限的休息时间往往需要用于恢复精力、处理个人事务或维持已有社会关系。建立新的亲密关系需要持续接触、相互了解和情感投入，但现实生活中可用于这些活动的时间可能较少。婚恋困难由此不仅表现为缺少合适伴侣，也表现为缺少建立关系所需的时间和社会交往条件。

工作地点的不稳定同样影响婚恋选择。部分青年需要根据职业机会调整居住城市，跨地区就业和职业流动可能增加长期关系维系的困难。双方即使建立了感情，也需要面对工作地点选择、异地生活和未来定居安排等问题。如果任何一方都难以调整职业方向，婚恋关系就可能受到现实条件限制。

青年婚恋观念中的谨慎态度并不一定意味着情感需求减弱，而可能是现实生活条件使建立长期关系变得更加困难。当亲密关系需要的时间投入与工作生活压力发生冲突时，青年可

能更加倾向于保持现有生活状态，等待条件成熟后再进入稳定关系。

4 家庭关系与性别观念对青年婚恋选择的影响

4.1 家庭婚恋期待与青年自主意识之间的差异

家庭是个体形成婚恋观念的重要环境。青年在成长过程中，会通过父母的婚姻关系、家庭日常互动和亲属之间的交往，逐渐形成对爱情、婚姻和家庭责任的基本认识。父母对于婚姻的态度不仅体现为直接教育，也存在于家庭生活的具体安排之中。例如，父母如何处理夫妻矛盾、如何分担经济责任、如何评价子女的婚恋选择，都可能影响青年对婚姻生活的期待。

不同代际的婚恋观念存在一定差异。部分父母成长于婚姻社会规范较强的环境，更加重视适龄结婚、家庭稳定和亲属认可。在他们看来，结婚不仅是个人感情问题，也是实现家庭责任和获得稳定生活的重要方式。相比之下，当代青年通常更加重视个人意愿、情感质量和生活规划，不愿仅仅因为达到适婚年龄就作出婚姻决定。

伊莉在对青年与父母婚恋观念差异的讨论中指出，网络文化和消费主义影响着青年对婚恋的认识，也使代际之间的婚恋理解和沟通方式出现差异^[8]。这种差异并不意味着两代人必然存在根本对立，而是不同生活经历形成了不同的婚姻评价标准。父母可能将职业稳定、家庭背景和经济条件放在重要位置，青年则更加关注双方是否能够沟通、是否尊重个人选择，以及婚后能否保持相对独立的生活空间。

代际差异容易在具体婚恋事务中表现出来。例如，父母认为子女已经达到适婚年龄，希望其尽快通过相亲建立稳定关系；子女则认为自己尚未遇到合适伴侣，不愿意在感情基础不足的情况下进入婚姻。双方的目标并不一定矛盾，都可能希望青年获得幸福生活，但对实现这一目标的方式存在不同理解。

如果父母将婚姻理解为必须按时完成的家庭任务，青年可能因频繁催婚而产生抵触情绪。相反，如果青年将父母的所有建议都视为不合

理干预,也可能忽视家庭经验中具有现实价值的部分。婚恋自主与家庭支持并非只能选择其一。较为合理的关系应当是父母尊重子女的婚姻决定,同时提供必要的生活经验和情感支持,青年也能够理解父母的关切,通过沟通减少不必要的冲突。

4.2 性别平等意识改变婚姻角色期待

婚姻中的性别角色分工是影响青年婚恋观念的重要因素。传统家庭分工通常将经济供养责任更多地赋予男性,将家务劳动和子女照料责任更多地赋予女性。这种分工与过去的就业结构、家庭经济模式和社会文化观念有关,但在女性受教育程度提高、就业参与增加以及家庭生活需求变化的情况下,固定的性别角色安排逐渐受到重新审视。

当代青年更加重视婚姻关系中的人格平等和责任共担。对于男性而言,婚姻不应只意味着承担全部经济压力,也应当包括情感交流、家庭照料和共同生活责任。对于女性而言,婚姻不应要求其自动退出职业发展或承担全部家务劳动,而应允许双方根据实际情况协商生活安排。平等婚姻的核心并不是要求夫妻在所有事务中投入完全相同的时间和资源,而是双方能够平等表达需求,并认可彼此在家庭中的贡献。

性别平等意识增强为婚姻关系提供了新的合作基础,但现实生活中的分工惯性仍然存在。部分青年在恋爱阶段认可男女平等,进入婚姻后却可能受到传统观念和家庭条件影响,重新形成不平衡的责任分配。例如,夫妻双方都有全职工作,但女性仍然被默认承担大部分家务和子女照料任务。这种观念与现实之间的差距,可能增加青年对婚姻生活的不确定感。

性别角色变化也影响择偶标准。青年不再单纯以传统的男性供养能力或女性家庭照料能力评价伴侣,而是更加重视对方是否愿意承担责任、是否尊重职业发展,以及能否通过协商解决家庭问题。婚姻关系逐渐由固定角色分工转向双方共同参与的生活合作,但这一转变需要家庭实践的持续配合。

4.3 婚育观念分化与家庭责任的重新理解

传统社会中,结婚与生育通常具有较强的

连续性,组建家庭往往意味着未来需要生育和抚养子女。当代青年开始更加明确地区分恋爱、婚姻和生育等不同生活选择。部分青年认可婚姻,但对于是否生育、何时生育以及如何承担育儿责任持更加谨慎的态度。这种变化使婚姻不再必然对应单一的家庭生活模式。

婚育观念的分化与青年对生活质量和个人发展的重视有关。生育不仅涉及经济支出,还需要长期的时间投入和家庭照料。在双职工家庭中,子女抚养可能影响夫妻双方的工作安排和个人生活。如果家庭内部缺乏合理分工,或者外部照料支持不足,育儿责任就可能集中于某一方,进而影响其职业发展和生活满意度。

青年对于婚育责任的谨慎判断,并不必然说明其否认家庭价值。相反,部分青年正是因为重视家庭生活质量,才希望在具备较好经济条件和照料能力后承担相关责任。将结婚意愿与生育意愿简单等同,容易忽略两者在时间安排、责任内容和现实条件上的差异。

婚育观念多元化也要求家庭成员重新理解责任的含义。婚姻责任不仅表现为维持形式上的家庭完整,还包括尊重伴侣、合理分工、共同决策以及对子女承担持续照料责任。只有当责任分担方式更加公平,婚姻和家庭生活才更容易成为双方共同认可的选择。

4.4 原生家庭经验影响青年对婚姻的信任

青年对婚姻的认识不仅来自社会评价,也与成长过程中观察到的家庭关系密切相关。家庭中的情感交流、夫妻互动和冲突处理方式,能够为青年理解亲密关系提供直接经验。如果父母之间能够相互尊重、合理协商并共同承担家庭责任,青年可能更容易形成对稳定婚姻关系的积极期待。

相反,如果青年长期接触家庭冲突、缺乏沟通或责任分配严重不平衡的家庭环境,就可能对婚姻中的安全感和稳定性产生疑虑。不过,家庭经历与成年后的婚恋选择之间并不存在简单的决定关系。青年仍然能够通过个人成长、社会交往和新的亲密关系经验调整原有认识。

家庭经验对婚恋观念的影响还体现为经济责任和情感责任的理解。部分青年在成长过程中观察到父母为了维持家庭生活承担较大压

力,因而更加重视婚前经济准备;也有青年希望避免重复上一代的家庭分工模式,更加重视婚后的平等协商。不同家庭经历可能引导青年形成不同的婚恋期待。

青年婚恋观念中的自主性并不是完全脱离家庭形成的。即使青年强调独立选择,其对于婚姻风险、伴侣责任和家庭幸福的判断,仍然可能受到早期家庭生活经验的影响。理解青年婚恋观念,需要同时关注个人意愿和家庭社会化过程。

5 数字媒介与网络文化对青年婚恋观念的塑造

5.1 社交方式变化拓展婚恋交往空间

数字媒介已经成为青年日常社会交往的重要组成部分。社交平台、即时通信工具和网络婚恋服务使青年能够突破传统的地理和熟人关系限制,与不同地区、职业和兴趣群体的人建立联系。婚恋交往不再主要依赖亲友介绍、工作环境和线下社交活动,网络空间逐渐成为认识潜在伴侣的重要渠道。

这种变化扩大了青年接触不同群体的机会。部分青年可以通过共同兴趣、生活方式和价值观寻找交流对象,也能够正式见面前了解对方的基本信息。对于社交范围较小或工作时间不固定的青年而言,网络交往在一定程度上降低了建立初步联系的难度。

贾璨等指出,数字媒介改变了青年社会交往的空间和方式,线上与线下相结合的交往模式正在影响青年对婚恋关系的理解,网络文化还可能通过不同途径影响婚恋选择^[9]。网络交往拓展了青年认识伴侣的渠道,但交往机会增加并不意味着建立稳定亲密关系更加容易。

网络交流通常以文字、图片和视频等形式呈现,个体可以选择展示自身较为理想的一面。双方在网络中形成的印象,可能与现实生活中的行为习惯存在差异。青年需要通过持续相处了解对方的真实特点,而不能仅凭网络资料判断双方是否适合长期生活。

网络婚恋也可能改变交往节奏。便捷的通

信工具使双方能够保持较高频率的联系,但消息回复速度和在线互动频率不一定能够准确反映情感投入程度。如果过度依赖线上互动判断关系质量,可能增加误解和不必要的情绪消耗。网络交往可以成为建立亲密关系的途径,但稳定关系仍然需要现实生活中的接触、信任和共同经历。

5.2 婚恋内容传播影响青年对亲密关系的判断

社交媒体不仅提供婚恋交往渠道,还持续传播各种关于爱情和婚姻的观点。情感博主、婚恋故事、影视作品和网络讨论共同构成青年接触婚恋信息的重要环境。青年可以通过这些内容了解不同家庭生活方式和关系处理经验,也可能受到某些具有较强情绪色彩的婚恋叙事影响。

网络婚恋内容通常具有明显的选择性。幸福的情感经历、激烈的婚姻冲突和极端的亲密关系事件,往往比普通的日常家庭生活更容易引发关注。青年长期接触这些内容时,可能对现实婚恋关系形成片面认识。例如,频繁看到婚恋纠纷案例,可能使部分青年高估进入婚姻后的风险;持续接触高度理想化的爱情故事,也可能使部分青年对伴侣形成不切实际的期待。

网络内容还可能强化性别之间的对立性叙事。部分讨论将复杂的婚恋问题归结为某一性别群体的共同缺陷,通过极端案例扩大群体差异。这种表达方式容易忽略个体之间的差别,使青年在实际交往前就形成防备心理。婚恋关系原本需要通过具体互动建立理解,但如果双方预先受到刻板印象影响,就可能将普通分歧解释为不可调和的性别冲突。

网络婚恋观点并非完全具有消极影响。关于家庭暴力、情感操控、经济控制和不平等分工的公共讨论,有助于青年认识不健康关系中的风险,提高权利意识和自我保护能力。问题在于,青年需要区分具有普遍参考价值的经验与缺乏代表性的个别事件,避免将网络叙事直接作为判断所有亲密关系的依据。

5.3 婚恋平台改变择偶标准与关系评价方式

网络婚恋平台通过个人资料、兴趣标签、职业信息和匹配推荐等方式,为青年寻找伴侣

提供便利。用户可以根据年龄、学历、职业、居住地区和生活习惯筛选潜在对象，在较短时间内接触较多候选人。这种方式提高了婚恋信息获取的便利程度，也使择偶过程呈现出更加明显的条件比较特征。

王璐以“青藤之恋”APP及40名青年白领用户为研究对象，分析了算法推荐、用户信息展示和平台付费机制对网络婚恋实践的影响^[10]。这一案例表明，婚恋平台并不只是将传统相亲活动转移到网络空间，其信息组织和匹配规则也可能影响用户判断伴侣的方式。

以婚恋平台中的条件筛选为例，用户可以根据学历、收入、职业和居住地等指标寻找符合要求的对象。这种方式能够帮助用户快速排除明显不符合个人需求的选择，但也可能使一些难以量化的关系特征受到忽视。沟通能力、责任意识、情绪稳定程度和面对困难时的合作态度，通常无法通过简单的个人标签得到准确判断。

平台推荐机制还可能改变青年对择偶机会的认识。当用户不断接触新的候选人时，容易产生仍然存在更好选择的想法。即使已经认识相对合适的对象，也可能因为担心错过其他机会而延迟关系确认。择偶过程由了解具体的人转向比较不断出现的选择，可能增加情感投入的不确定性。

婚恋平台的付费服务同样值得关注。部分平台通过会员权益、信息展示和互动功能获得收入，商业目标与用户建立稳定关系的需求并不完全一致。如果用户过度依赖付费推荐或平台展示的匹配结果，可能将婚恋成功理解为投入更多金钱和获得更多选择的结果。

平台工具可以提高认识伴侣的效率，但无法直接保证关系质量。亲密关系的形成需要时间、信任和持续互动，不能仅依靠数据标签判断。青年在使用婚恋平台时，需要把平台匹配视为接触机会，而不是对双方未来关系的可靠预测。

5.4 网络情感文化改变恋爱关系的稳定预期

数字社交方式的变化也促使青年恋爱关系出现更加多样的形式。部分青年在网络环境中通过频繁聊天、情绪陪伴和短期互动建立亲密

感，但并不急于明确关系身份或作出长期承诺。这类关系可能满足一定的情感需求，却也容易因为责任边界不清而产生不确定性。

关系形式多元化体现了个人选择空间的扩大，但也需要面对责任和边界问题。如果双方对于关系性质具有一致理解，并能够尊重彼此的情感需求，那么不立即进入婚姻并不必然造成问题。但如果一方期待长期稳定关系，另一方仅将交往视为暂时性的情感陪伴，双方可能因为理解不同而产生伤害。

网络情感文化中对于即时回应和持续陪伴的强调，也可能影响青年对伴侣的期待。部分青年希望在亲密关系中获得及时、充分的情绪支持，对正常的沟通间隔和生活差异缺乏耐心。当关系中出现矛盾时，如果习惯通过停止联系或重新寻找对象解决问题，就可能削弱双方共同处理困难的能力。

亲密关系需要一定的自由空间，也需要双方承担与关系程度相适应的责任。数字媒介能够改变交往形式，但无法消除真实关系中的差异、冲突和责任。青年只有在尊重个人选择的同时重视沟通与承诺，才能避免将亲密关系完全变成短期情绪满足的工具。

6 青年婚恋观念转变中的现实矛盾

6.1 婚恋自主意识增强与现实选择受限

婚恋自主意识增强是青年婚恋观念变化的重要表现，但个人拥有选择婚姻的权利，并不意味着现实中一定具备充分的选择条件。青年可以自主决定是否结婚、何时结婚以及选择怎样的伴侣，却仍然需要面对经济能力、工作安排、家庭期待和社会交往范围等现实限制。

这种矛盾在择偶过程中表现得较为明显。部分青年希望建立平等、稳定且具有较高情感质量的关系，但现实中的交往机会可能受到工作环境和生活圈层限制。即使通过网络平台认识更多人，也不一定能够找到双方条件合适且具有共同生活意愿的伴侣。青年对婚恋关系的要求更加明确，现实中满足这些要求的机会却未必同步增加。

婚恋自主还可能受到家庭经济关系的影

响。部分青年希望独立决定婚姻事务，但在住房、婚礼和婚后生活安排方面仍然需要父母支持。当家庭提供经济帮助时，父母也可能希望参与相关决策。青年既希望获得家庭支持，又不愿婚姻选择受到过多干预，由此形成自主意愿与经济依赖之间的矛盾。

婚恋自主不仅需要观念上的认同，还需要相应的现实条件。稳定的就业、合理的居住成本、较为充分的社会交往机会和尊重个人选择的家庭环境，都有助于青年将婚恋自主意识转化为实际行动。如果忽视这些条件，仅仅要求青年积极恋爱和结婚，难以真正缓解婚恋过程中面临的困难。

6.2 理想婚恋期待与现实关系之间的落差

青年更加重视情感质量和人格契合，使婚恋关系逐渐摆脱单纯以经济条件和社会评价为中心的判断方式。但当理想伴侣的标准不断提高时，婚恋期待与现实关系之间也可能出现明显落差。

现实中的伴侣不可能在所有方面完全符合个人期待。即使双方具有相近的价值观，也可能在消费习惯、生活节奏、职业规划和家庭关系处理方式上存在差异。稳定的婚恋关系不仅需要初期的情感吸引，还需要双方在长期相处过程中逐渐调整行为、解决矛盾并形成共同生活规则。

部分青年在择偶过程中容易将理想化标准视为必须满足的条件。例如，希望伴侣具备稳定收入、良好外貌、较高学历和成熟的情绪管理能力，同时又要求双方具有完全一致的生活方式。过多的条件可能使择偶过程变成持续筛选，而较少关注现实交往中能够逐步培养的信任与合作能力。

社交媒体对于理想爱情的展示可能进一步扩大这种落差。网络中呈现的亲密关系往往经过选择和修饰，日常生活中的冲突、妥协和责任分担不一定得到充分展示。如果青年依据这些内容评价现实伴侣，容易忽视亲密关系需要长期经营的特点。

这并不意味着青年应当降低对婚姻质量的基本要求。尊重、忠诚、平等和责任意识仍然是健康亲密关系的重要基础。需要区分的是合理

的关系原则与过度理想化的个人偏好。对于价值观严重冲突、缺乏尊重或存在伤害的关系，保持谨慎具有必要性；对于可以通过沟通协调的普通生活差异，则不必简单认定双方不适合。

6.3 婚姻风险意识增强与情感信任不足

婚恋风险意识增强有助于青年更加理性地理解婚姻责任，但过度强调风险也可能削弱建立亲密关系的信心。婚姻涉及长期共同生活，双方需要面对经济变化、职业调整、家庭照料和日常矛盾，因此任何婚姻都无法完全排除不确定性。

部分青年希望在进入婚姻前尽可能确定未来生活的稳定性，例如要求双方具有较好的经济基础、明确的家庭分工以及相对一致的人生规划。这些准备能够减少部分现实矛盾，但无法保证婚姻中不再出现新的问题。如果将完全没有风险视为进入婚姻的前提，婚恋选择就可能长期停留在准备阶段。

网络中的婚恋纠纷和负面事件也可能强化这种风险判断。当青年频繁接触关于婚姻冲突、经济纠纷或情感伤害的信息时，容易将个别事件理解为普遍现象，进而提高对潜在伴侣的防备程度。适度防范能够保护个人权益，但过强的怀疑心理可能使双方难以建立基本信任。

对于婚恋关系而言，风险判断和情感信任应当保持合理平衡。进入婚姻前了解对方的生活习惯、经济状况和责任意识具有必要性，但关系中的信任仍然需要通过真实相处逐渐形成。婚恋决策的重点不应只是判断未来是否可能发生矛盾，还应关注双方是否具备共同面对困难的能力。

6.4 多元婚恋选择与传统社会评价之间的冲突

青年婚恋观念多元化意味着不同个体可以形成不同的生活选择，但社会评价标准的变化往往相对缓慢。部分社会观念仍然将适龄结婚视为正常人生安排，把晚婚或不婚理解为需要纠正的问题。这种评价方式可能使青年在作出个人选择时承受额外的心理压力。

婚恋选择具有明显的个人属性，但其社会影响又使家庭和周围群体保持较高关注。青年可能因为尚未结婚而受到亲友询问，也可能因

为择偶标准、婚礼安排或婚后生育计划与家庭期待不同而面临争议。婚恋问题因此容易从个人生活选择转化为家庭成员之间的意见冲突。

需要认识到,不同青年对于婚姻的需求本身存在差异。有人希望通过婚姻建立稳定家庭,有人更愿意在职业发展成熟后结婚,也有人经过充分考虑选择长期单身。只要相关选择建立在自愿和理性判断的基础上,并未损害他人合法权益,就应当获得基本尊重。

婚恋观念多元化并不意味着否认家庭的重要性,而是需要承认家庭形成方式和个人生活规划存在差异。社会对于婚姻的评价应当从单纯关注是否结婚,逐渐转向关注婚姻关系是否平等、稳定以及家庭成员能否获得良好的生活体验。

7 青年婚恋观念的理性调适与社会支持

7.1 减轻现实生活压力,改善青年婚恋条件

青年婚恋观念的形成与现实生活条件密切相关。促进青年形成理性婚恋态度,不能只依靠观念教育,还需要关注就业、住房和家庭生活成本等影响婚恋选择的实际问题。对于因经济压力而推迟婚姻的青年而言,稳定的生活预期比单纯的婚恋倡导更有现实意义。

就业支持应当成为改善青年婚恋条件的重要内容。青年在职业发展初期需要获得基本的收入保障和成长机会,才能逐步形成对未来家庭生活的合理规划。完善就业服务、职业培训和劳动权益保障,有助于减少青年面对长期生活责任时的不确定感。同时,应当关注青年工作时间与私人生活之间的关系,避免过度工作压缩正常社交和情感交往空间。

住房支持也需要更加重视青年实际生活需求。对于暂时没有购房能力的青年,稳定、可负担的租赁住房同样能够满足日常居住要求。社会不宜将婚前购房塑造成进入婚姻的统一条件,而应引导青年根据收入水平和生活规划选择适合的居住方式。降低婚姻对一次性大额经济投入的依赖,有助于减少因住房条件不足而产生的婚恋压力。

婚俗改革同样具有现实价值。针对部分地区存在的高额彩礼、过度婚宴消费和攀比性婚礼支出,应当通过公共宣传、社区协商和婚姻家庭服务推动观念调整。婚礼的意义在于确认婚姻关系和表达亲友祝福,而不应成为展示家庭财富或评价婚姻价值的主要方式。鼓励简约婚礼、减少不必要的人情支出,可以使婚姻安排更加符合青年家庭的实际经济能力。

对青年婚恋的公共支持还应覆盖婚后生活。托育服务、家庭照料支持和劳动权益保护能够帮助夫妻协调职业发展与家庭责任。特别是对于双职工家庭而言,公共照料资源能够减少家庭成员因育儿责任产生的职业压力。改善这些条件,有助于青年在考虑婚姻时形成更加稳定的生活预期。

7.2 改善代际沟通,建立尊重自主选择的家庭关系

家庭在青年婚恋过程中仍然具有重要影响。改善婚恋代际关系的关键,不是要求父母完全放弃对子女婚姻的关注,也不是要求青年无条件接受父母安排,而是形成尊重个人选择、允许充分沟通的家庭互动方式。

父母需要理解,当代青年面对的教育经历、就业环境和生活条件与上一代存在差异,婚姻时间和择偶标准也可能发生变化。不能仅凭过去的生活经验判断子女是否应当结婚,更不宜将亲友评价作为催促婚姻的主要理由。对于子女尚未进入婚姻的情况,应当了解其真实顾虑,而不是简单归结为不愿承担责任。

青年也需要认识到,家庭成员对于婚姻的担忧往往包含现实生活经验。父母关于经济基础、伴侣责任和家庭关系的建议,并非全部缺乏合理性。青年可以在保持婚恋自主权的同时,认真听取具有实际参考价值的意见,并通过明确表达减少误解。

经济支持与婚恋决定权之间的关系尤其需要合理处理。如果父母为子女购房或举办婚礼提供帮助,双方应当提前沟通资金安排及相关责任,避免将经济支持直接转化为对婚恋选择的控制。青年也应根据自身能力合理规划婚姻支出,减少对家庭经济资源的过度依赖。

代际沟通还应关注婚后家庭边界。夫妻双

方需要建立相对独立的生活决策机制，父母则应尊重年轻家庭在居住方式、消费安排和子女养育方面的合理选择。适当的家庭支持能够提高婚姻稳定性，但过度干预可能增加夫妻与双方父母之间的矛盾。形成清晰而具有弹性的家庭边界，有利于改善代际关系和婚姻生活质量。

7.3 加强婚恋教育，提高亲密关系中的责任意识

婚恋教育不应仅仅围绕是否结婚展开，还应帮助青年理解亲密关系的基本特点，形成合理的择偶标准和责任意识。青年即使能够通过网络获得大量婚恋信息，也不一定具备处理关系冲突、协商家庭责任和识别不健康关系的能力。婚恋知识的获取与实际交往能力的形成之间仍然存在差距。

学校和社会教育可以更多关注真实婚恋关系中需要面对的问题。例如，如何表达情感需求、如何处理意见分歧、如何尊重伴侣边界、如何识别情感操控，以及如何协商经济和家庭责任。这些内容比单纯强调婚姻的重要性更容易回应青年实际生活中的困惑。

婚恋教育也需要帮助青年建立合理的择偶认识。良好的亲密关系不能仅由收入、学历或外貌等条件决定，还取决于双方是否能够保持尊重、形成信任并共同处理现实问题。择偶标准应当包含必要的原则，但不宜将所有个人偏好都转化为不可调整的要求。

责任意识的培养同样重要。婚恋自主并不意味着可以忽视对方的情感和利益。恋爱关系中的承诺应当与双方真实意愿相符，不能通过隐瞒重要事实、情感控制或经济欺骗维持关系。对于已经明确建立的长期关系，双方应当重视沟通和共同决策，避免将关系中的全部困难归结为对方的问题。

婚恋教育还应当尊重青年生活选择的多样性。对于暂时没有婚恋意愿的青年，不宜通过单一价值标准进行评价；对于希望进入婚姻的青年，则应提供必要的知识和服务支持。婚恋教育的目标应当是提高个人建立健康亲密关系的能力，而不是要求所有青年遵循相同的婚姻时间安排。

7.4 改善网络婚恋环境，引导理性媒介使用

数字媒介已经深度参与青年婚恋观念的形成，改善网络婚恋环境具有重要意义。平台在传播婚恋内容和提供交往服务时，应当重视内容真实性、用户权益和信息安全，减少通过夸大婚恋焦虑或制造性别对立吸引流量的行为。

网络平台可以加强对虚假婚恋信息、情感诈骗和恶意引导内容的治理，减少用户在交往过程中面临的信息风险。对于婚恋服务平台而言，应当清晰说明会员收费规则、用户信息使用方式和推荐服务的基本功能，避免通过不透明的商业机制诱导用户持续付费。

婚恋内容传播需要更加重视真实生活经验。网络讨论不应只集中于极端的婚姻冲突或高度理想化的爱情故事，也可以增加关于夫妻沟通、家庭分工、代际协商和共同生活的理性内容，使青年更全面地认识亲密关系的实际特点。

青年自身也需要提高婚恋信息判断能力。网络中的个人经历可以作为认识社会现象的参考，但不能直接代表所有婚恋关系。对于情绪色彩较强的内容，应当结合具体情况进行判断，避免将个别事件概括为某一性别或群体的普遍特征。

在使用婚恋平台时，青年还应当保持必要的隐私意识和现实判断能力。个人经济信息、家庭住址和其他敏感资料不宜在缺乏信任基础的情况下随意披露。对于网络认识的交往对象，应当通过持续沟通和安全的现实接触逐步了解，避免仅凭平台标签或短期情绪互动建立过高期待。

网络可以为青年提供更多认识伴侣的机会，但无法代替现实生活中的关系经营。将数字媒介视为交往工具，而不是判断婚恋价值的唯一依据，有助于减少网络文化对婚恋选择不合理影响。

7.5 完善社会婚恋支持，尊重青年多元生活选择

青年婚恋问题不仅涉及个人观念，也与社会支持体系密切相关。改善青年婚恋环境，需要为不同生活阶段和不同婚恋需求的青年提供适当支持，而不是将所有婚恋困难都交由个人和家庭承担。

公共婚恋服务可以更多关注真实交往需求。社区、青年组织和公共文化机构可以结合青年兴趣特点开展文化交流、志愿服务和休闲活动,为青年扩大社会交往范围提供机会。此类活动不必全部以相亲为目的,而应创造自然、平等和持续的互动环境,使青年能够通过共同活动逐渐建立了解。

婚姻家庭辅导服务也需要提高可及性。部分青年在恋爱和婚姻生活中遇到沟通障碍、家庭责任分工或代际矛盾时,可能缺少专业求助渠道。通过公益咨询、婚前教育和家庭关系辅导,可以帮助有需要的青年了解常见婚恋问题,并学习更加合理的应对方式。对于涉及暴力、威胁或严重控制的关系,则需要提供相应的安全保护和法律救济支持,而不能仅依靠双方调解。

社会婚恋支持还应当尊重青年群体内部的差异。不同地区、职业和经济背景的青年,在婚恋选择中面对的主要困难并不相同。经济条件较弱的青年可能更加关注居住和婚礼成本,工作时间较长的青年可能缺少交往机会,已经进

入稳定关系的青年则可能需要家庭责任和育儿方面的帮助。公共服务应当根据不同需求提供具有针对性的支持,避免采用完全相同的方式处理所有婚恋问题。

对于选择晚婚或暂时不婚的青年,社会也应减少不必要的标签化评价。婚姻可以是实现个人幸福和建立家庭的重要途径,但不应成为衡量所有青年生活是否成功的唯一标准。尊重不同生活选择,并不意味着忽视婚姻和家庭的社会价值,而是承认个人幸福可以具有不同的实现方式。

推动青年形成理性婚恋观念,需要将个人自主、情感责任和现实支持结合起来。青年应当拥有决定自身婚恋生活的权利,同时认识到稳定亲密关系需要相互尊重、持续沟通和共同承担责任。家庭应当从单纯强调结婚时间转向关心子女的实际生活需要,社会则需要通过改善就业、住房、婚俗和公共服务条件,为青年建立健康的亲密关系提供更加充分的支持。

参考文献:

- [1] 民政部. 2024 年民政事业发展统计公报[R]. 2025.
- [2] 民政部. 2025 年民政事业发展统计公报[R]. 2026.
- [3] 计迎春, 赵猛, 韦熠. 中国婚姻制度变迁的日常生活逻辑——当代青年婚恋观的社会学研究[J]. 妇女研究论丛, 2025(6): 13-28.
- [4] 石金群, 陈鞠之翼, 王梅凡, 等. 当代大学生婚恋观念及其性别差异——基于中国大学生追踪调查数据的实证分析[J]. 中国青年社会科学, 2026, 45(3): 97-115.
- [5] 国务院第七次全国人口普查领导小组办公室, 国家统计局人口和就业统计司. 中国人口普查年鉴——2020[Z]. 北京: 中国统计出版社, 2022.
- [6] 冯解忧. 从风险预判到理解共担: 青年婚恋观念的再审视[J]. 人口与健康, 2026(7): 13-15.
- [7] 边艺晨. 婚俗改革视域下青年婚恋观念的影响因素与引导路径探究——以山西省太原市为观察场域[J]. 民风, 2026(7): 7-9.
- [8] 伊莉. 网络文化消费主义视角下当代青年与父母婚恋观的差异体现与调和路径探究[J]. 西部学刊, 2026(4): 63-67.
- [9] 贾璨, 陈楚吟, 贺丹. 数字时代青年社会交往变迁及其对婚育观的重构[J]. 人口与发展, 2026, 32(2): 13-20.
- [10] 王璐. 算法中介的婚恋实践: 青年白领 APP“云相亲”研究[D]. 济南: 山东大学, 2025.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0) 以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.007

大学生标签化现象的表现、影响与应对

金雨欣¹, 卢洋¹, 韩旭¹

1. 济南大学, 山东 济南 250022

摘要: 标签化已成为当代大学生认识自我、表达个性和开展社会交往的一种常见方式。“学霸”“学渣”“社恐”“躺平”以及 MBTI 人格类型等标签频繁出现在校园生活和网络交流中, 逐渐影响大学生的自我认知、群体归属和行为选择。标签能够简化信息表达, 帮助个体快速识别群体特征, 也为大学生提供了情感交流和身份认同的途径。但当标签被过度使用, 并逐渐成为评价个人能力、性格和价值的固定标准时, 容易产生刻板印象、自我认知固化、人际交往受限和群体偏见等问题。大学生标签化现象的形成既与个体的身份认同需求有关, 也受到同伴互动、校园评价方式、网络传播特点及社会文化环境的影响。本文从大学生标签化现象的基本特点出发, 分析其在学习生活、人格表达、网络社交和群体评价中的具体表现, 讨论标签化对个体发展和社会交往的影响, 并从大学生自我认知、高校教育、校园文化和网络环境等方面提出应对建议, 以促进大学生形成更加全面的自我认识和理性的社会交往方式。

关键词: 大学生; 标签化现象; 身份认同; 刻板印象; 社会交往

Manifestations, Impacts, and Responses to Labeling Among University Students

JIN Yu-xin¹, LU Yang¹, HAN Xu¹

1. University of Jinan, Jinan 250022, P. R. China

Correspondence to: JIN Yu-xin

Abstract: Labeling has become a common way for contemporary university students to understand themselves, express their personalities, and engage in social interactions. Labels such as “top student,” “underachiever,” “socially anxious,” “lying flat,” and Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) personality types frequently appear in campus life and online communication, gradually influencing students’ self-perception, sense of belonging, and behavioral choices. Labels can simplify information, help individuals quickly identify group characteristics, and provide opportunities for emotional communication and identity formation. However, when labels are used excessively and become fixed standards for evaluating personal abilities, personalities, and values, they may lead to stereotypes, rigid self-perceptions, restricted social interactions, and group prejudice. Labeling among university students is closely related to individual needs for identity recognition and is also influenced by peer interactions, campus evaluation practices, online communication patterns, and the broader sociocultural environment. This paper examines the basic characteristics of labeling among university students and analyzes its manifestations in academic life, personality expression, online social interactions, and group evaluations. It also discusses the effects of labeling on individual development and social relationships. Based on this analysis, the paper proposes practical responses involving students’ self-awareness, university education, campus culture,

引用格式: 金雨欣, 卢洋, 韩旭. 当代大学生标签化现象的表现、影响与应对[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 61-69.

and the online environment, aiming to help university students develop a more comprehensive understanding of themselves and adopt more rational approaches to social interaction.

Key words: university students; labeling; identity formation; stereotypes; social interaction

引言

标签原本是人们对事物进行分类和识别的一种方式。在日常生活中,人们习惯根据某些明显特征判断他人的性格、能力和行为倾向,并通过简短的词语表达这些认识。这种认知方式能够减少信息处理的负担,提高社会交往的效率,但也容易忽略个体之间的实际差异。当一个人的复杂特征被概括为某种固定身份,并且这种身份持续影响他人对其的评价时,普通的分类便可能演变为标签化。标签化不仅是一种语言表达现象,还可能影响个体如何认识自己,以及如何理解与他人的关系。

大学生处于自我意识不断发展、社会角色逐渐转变的重要阶段,对个人身份、群体归属和社会评价具有较强的关注。在校园生活中,“学霸”“学渣”“社牛”“社恐”等称呼被用于描述学习能力和交往特点;在网络空间中,“躺平”“内卷”“精致利己主义”等词语又成为解释大学生生活态度和价值选择的常见标签。部分大学生主动使用标签介绍自己,也有一些人因为成绩、性格或生活习惯而被他人赋予标签。这些标签有时能够帮助大学生寻找具有相似经历的群体,但当其成为固定的评价标准时,也可能限制个人发展。

马晓林、多强指出,大学生群体面临着代际标签、校园标签、行为标签和价值标签等不同形式的社会评价,标签在简化群体认知的同时,也容易产生刻板印象和认知偏差^[1]。这一现象说明,大学生标签化并非单纯的网络语言流行,而是与个体身份建构和社会交往方式密切相关。特别是在社交媒体广泛参与校园生活的情况下,一些原本具有娱乐性质的称呼经过反复传播,逐渐获得较为固定的含义,甚至影响人们对于整个群体的认识。

大学生标签化现象具有明显的双重性。适度使用标签能够满足个体表达和群体识别的需

要,过度标签化却可能使大学生习惯于通过少数特征判断复杂的人格和行为。如何理解标签的积极作用,避免标签转化为限制个人发展的固定身份,已成为值得关注的校园社会生活问题。对大学生标签化现象的分析,需要同时考虑标签的具体表现、形成原因及其带来的实际影响,不能将所有标签表达都简单认定为消极行为。

1 大学生标签化现象的基本内涵

标签化是指人们依据个体或群体的部分特征,将其归入某种固定类型,并使用相对简化的词语进行描述和评价的过程。与一般的信息分类不同,标签化往往包含一定的概括性和评价性。当一个人的某种特征被反复强调,其他方面的特点却被忽视时,标签就可能取代对个体的全面认识。例如,一名学生因为某次考试成绩不理想而被称为“学渣”,这一称呼可能使他人忽略其在其他课程、实践活动或个人兴趣方面的能力。

大学生标签化现象具有一定的特殊性。大学阶段是个人从家庭和学校相对稳定的环境逐渐走向社会的重要时期,学生需要不断调整对自身能力、社会角色和未来发展的认识。在这一过程中,标签能够提供较为清晰的身份描述,使个体在面对复杂选择时获得某种确定感。学生可能通过“内向”“外向”“社恐”等词语解释自己的性格,也可能借助“考研党”“实习人”等身份称呼表达特定阶段的生活状态。

标签本身并不必然带有消极意义。某些标签能够帮助大学生表达个人特点、寻找共同兴趣,并减少初次交往时的信息障碍。例如,在校园社团活动中,学生通过兴趣标签寻找具有相似爱好的伙伴,可以提高交流效率。问题主要出现在标签被过度概括和固定使用的情况下。当“内向”被直接理解为缺乏沟通能力,“成绩一般”被等同于缺乏发展潜力时,标签就容易

从描述工具转变为评价个人价值的标准。

郑玉蝶在关于大学生标签化的研究中指出,大学生既可能被动接受外部社会赋予的标签,也可能主动通过自我标签化表达个性、宣泄情绪和寻求群体认同^[2]。这两种方式在现实生活中往往相互交织。一个学生可能因为经常独处而被同学称为“社恐”,随后又逐渐接受这一称呼,并将其用于网络自我介绍。原本来自外部的评价经过个人认同,最终可能成为稳定的身份表达。

从社会交往过程来看,标签化还具有传播和强化的特点。某种称呼一旦获得群体认可,就容易在重复使用中形成固定印象。即使个体实际行为已经发生变化,其他人仍可能依据原有标签进行判断。标签因而不只是对现实特征的描述,也可能反过来影响人们的行为期待。

大学生标签化现象的核心问题,并不是是否应该使用标签,而是标签是否能够保持适当的解释边界。将标签视为认识他人的初步线索,与将其作为判断个人全部特征的依据,存在明显区别。只有认识到标签的局限性,才能在保留其交流便利性的同时,减少刻板印象和不合理评价。

2 当代大学生标签化现象的现实表现

2.1 学习评价中的能力标签化

学习能力是大学生在校园生活中经常受到评价的方面,也是标签化现象较为明显的领域。“学霸”“学渣”“卷王”等称呼原本用于概括学生的学习表现,但在日常交流中,这些标签往往被赋予超出成绩本身的意义。

“学霸”通常被理解为成绩优秀、学习能力较强的学生,这一标签能够表达同伴对其学习表现的认可。然而,当标签被持续强化时,周围人可能认为“学霸”在所有学习任务中都应当取得较好成绩,甚至不允许其出现失误。被贴上这一标签的学生也可能为了维持外界认可而增加自我要求,担心某次考试失利会破坏原有形象。与此相对,“学渣”容易带有一定的消极评价。部分学生虽然只是个别课程成绩较低,

却可能因为这一称呼被认为学习态度不端正或个人能力不足。长期处于此类评价之下,学生可能逐渐降低对自身学习能力的期待,甚至通过自嘲接受这一身份。原本能够通过努力改善的学习表现,由此被解释为相对固定的个人特征。

“卷王”则反映出大学生对于学习竞争的复杂态度。某些学生通过这一称呼评价学习投入较多、积极参加各类竞争活动的同伴。标签有时带有调侃性质,但也可能使正常的勤奋行为受到误解。当努力学习被直接等同于过度竞争时,学生可能因为担心受到同伴评价而不愿公开自己的学习计划。学习标签化的问题在于将阶段性表现转化为稳定的能力判断。大学生的学习状态会受到课程难度、个人兴趣、时间安排和心理状态等因素影响,单一标签无法全面反映其实际能力。过度强调成绩标签,既可能增加优秀学生的表现压力,也可能削弱其他学生继续努力信心。

2.2 性格表达中的人格标签化

性格标签是当代大学生日常交往中较为常见的表达方式。“社恐”“社牛”“i人”“e人”等称呼经常出现在网络个人介绍、校园活动和同伴交流中。此类标签能够帮助学生快速表达自己的交往习惯,也为初次接触的同学提供共同话题。

MBTI 人格类型在大学生群体中的传播是较有代表性的案例。部分学生习惯使用“INFP”“ENTJ”等类型介绍个人性格,并依据类型特点判断自己与他人的相处方式。谢初宜对社交媒体平台 MBTI 标签传播的研究指出,这类标签能够帮助青年进行自我表达和身份认同,但当个体过度依赖固定类型解释自身行为时,也可能产生认同困境^[3]。

人格标签的流行与大学生希望认识自我、降低社交不确定性的需求有关。面对新的同学和复杂的人际关系,学生可以通过简短的性格标签表达个人特点,减少重复解释的负担。例如,自称“i人”的学生可能希望他人理解自己需要独处空间,而自称“e人”的学生则可能借此表达主动交往的意愿。但现实人格并不完全符合固定的分类标准。一个人在熟悉朋友面前

可能表现得十分活跃,在陌生场合却比较安静;平时习惯独处的人,也可能在特定活动中具有较强的组织和表达能力。如果简单根据人格标签预测所有行为,就容易忽略性格表现的情境差异。

周丽娟、潘禹指出,MBTI 标签在网络传播中逐渐成为一种社交符号,能够降低交往初期的沟通成本,但过度使用也可能使个体身份认同和社会关系趋于简单化^[4]。人格标签因此更适合作为交流的起点,而不是确定一个人全部性格特点的标准。大学生可以通过标签表达自己的偏好,但不应因为某种类型描述而限制个人尝试新的交往方式。

2.3 生活态度与网络交往中的群体标签化

除学习能力和性格特点外,大学生的生活态度也容易被标签化。“躺平”“摆烂”“内卷”“佛系”等词语在青年文化中具有较强的传播性,经常被用于解释学生面对学习、就业和日常生活压力时的不同反应。

“躺平”有时表达对过度竞争的反思,也可能被用于描述降低外部期待、更加重视个人生活体验的状态。但在某些评价中,“躺平”被直接等同于缺乏进取心,使选择不同发展节奏的学生受到消极评价。实际上,减少不必要的竞争与完全放弃个人发展并不是同一回事,不能仅凭某种生活态度判断学生是否具有责任意识。“摆烂”同样具有复杂含义。部分学生在面对考试压力或任务困难时,会通过“摆烂”表达疲惫和无奈,这种表达可能只是暂时性的情绪宣泄。如果将其理解为稳定的行为特征,便容易忽略学生所面临的现实压力及其改变现状的可能性。

“佛系”则常被用于描述对竞争结果保持相对平和的态度。这种生活取向并不必然意味着缺少目标,也可能体现个人对于成功标准的不同理解。大学生的发展目标具有多样性,不同学生对于成绩、就业、社交和个人兴趣的重视程度可能存在差异。行为标签化的主要问题,是将某一阶段的生活状态概括为持续稳定的个体特点。大学生可能在不同时间表现出积极竞争、短暂退缩或主动调整目标等行为,社会评价如果只关注某一种标签,就容易形成片面的

认识。

网络空间还使标签的使用范围从个人身份延伸至群体评价。大学生可能依据学校类型、专业类别、地域背景或兴趣爱好,被归入具有某些固定特点的群体。例如,网络讨论中常见将某类专业学生描述为特定性格,或者根据学校层次判断学生的能力和发展前景。群体标签能够帮助人们快速了解某些共同特征,但也容易将群体中的部分表现推广至所有成员。

张建荣、黑彤晖认为,青年标签化与身份表达、群体归属和数字传播密切相关,但标签依赖也可能带来认知范围缩小和群体之间的对立^[5]。在网络交流中,群体标签往往具有较强的情绪表达特点,简单明确的评价容易获得关注,而复杂、需要解释的观点则不一定能够得到充分传播。当标签与群体身份结合时,大学生可能更加关注自己所属群体与其他群体之间的差异,并将某种标签视为维护群体认同的依据。原本用于描述差异的语言,逐渐可能转化为群体之间相互评价和排斥的工具。

3 大学生标签化现象的形成原因

3.1 自我认同需求与同伴评价

大学生标签化现象的形成与个体自我认同需求密切相关。大学阶段的学生需要逐渐明确个人兴趣、能力特点和未来发展方向,但这些认识往往不是一次形成的,而是在学习经历和社会交往中不断调整。在自我认识尚未完全稳定的情况下,标签能够提供简洁明确的身份解释。例如,一名学生在进入大学后发现自己不擅长主动结交陌生朋友,可能通过“社恐”这一标签解释自己的交往方式。标签使原本复杂的个人感受获得了容易表达的名称,也可能帮助其找到具有相似经历的同伴,减少独自面对问题时的不确定感。

标签还能够为大学生提供群体归属。具有相似兴趣、行为特点和生活态度的学生,可以通过共同标签建立联系。网络上的人格类型群体、兴趣社群和学习群体,都可能利用标签强化成员之间的认同。对于希望获得他人理解的大学生而言,这种归属感具有一定吸引力。但身份认同不应完全依赖某种固定符号。个人能

力、性格和兴趣都可能发生变化,如果学生过度接受某种标签,就可能在实际行为与标签描述不一致时产生困惑。标签原本是帮助理解自我的工具,过度依赖后却可能限制自我认识的范围。

大学校园也是同伴互动较为频繁的社会空间。学生在课堂、宿舍、社团和网络群聊中不断接触他人的评价,并通过这些评价认识自己在群体中的位置。某名学生因为经常参加活动而被称为“社牛”,这一称呼经过多次使用后,可能逐渐成为其在班级中的固定形象。其他同学会依据这一形象期待其主动组织活动,而被评价者也可能为了符合群体期待继续表现出相同特点。

标签由此可能形成一种相互强化的过程。外部评价影响个体的自我认识,个体又可能通过符合标签的行为获得群体认可,进一步加强标签的稳定性。对于积极标签而言,这种过程有时能够增强个人信心;对于消极标签而言,则可能使学生逐渐接受对自身能力的不利判断。同伴评价中的标签化还可能与群体内部的地位差异有关,具有较强影响力的学生所使用的称呼,可能更容易获得其他成员接受。当某一标签成为群体共识时,被评价者即使不认可,也可能难以改变他人的印象。

3.2 网络传播机制与社会评价压力

社交媒体为大学生标签化现象提供了重要的传播环境。与较长的文字解释相比,简短的标签更容易出现在视频标题、话题名称、评论和个人主页中。标签具有较强的概括性,能够在有限的传播空间内表达明确态度,也便于用户模仿和重复使用。

麻旒等对小红书与抖音平台 20.89 万条语料进行主题分析,发现青年标签化叙事具有符号表达简化、情绪认同和群体共同创造等特点,平台传播方式也参与了标签意义的形成^[6]。这说明标签不仅是青年个人创造的语言,还会在网络互动中不断获得新的含义。例如,“i 人”和“e 人”原本与人格分类有关,但在网络传播中逐渐被用于描述日常社交情境。用户可以通过相关短视频表达聚会时的行为差异,也可以用这些标签讲述校园生活经历。标签因容易理

解而被不断重复,其含义也可能逐渐偏离原有的性格描述,成为更加宽泛的身份称呼。

网络平台的互动反馈还可能强化标签使用。能够引发共鸣或争议的内容容易获得评论和转发,一些具有鲜明评价倾向的标签便可能在反复使用中受到更多关注。青年为了获得群体认同,也可能主动选择传播较为流行的标签表达。标签经过高频传播后,可能使人们形成某种现象十分普遍的印象。但网络内容的可见度并不等同于现实生活中的实际比例,部分标签虽然讨论热度较高,却未必能够代表大多数大学生的真实状况。

大学生标签化现象还与社会评价方式存在联系。在学习、就业和社会交往中,个人经常需要通过成绩、学历、能力和经历证明自身价值。这些评价指标具有一定现实意义,但如果被过度强调,就可能使学生习惯于按照外部标准划分个人类型。在学习领域,成绩差异容易被简化为“学霸”和“学渣”的区别;在就业准备中,学生可能因为是否考研、参加实习或获得某种资格证书而形成不同身份;在生活态度方面,积极竞争与追求轻松生活也可能分别被赋予“内卷”和“躺平”等标签。

这些称呼之所以容易被接受,与大学生希望了解自身社会位置的需求有关。面对较为复杂的发展选择,标签能够提供直接的比较标准,使学生迅速判断自己与他人之间的差异。但这种判断往往忽略个人成长过程和现实条件,容易把阶段性结果解释为稳定身份。当社会评价过度集中于少数指标时,大学生可能通过接受标签减少解释自身处境的压力,也可能为了摆脱消极评价而不断调整行为。两种情况都说明,标签化并非完全由个人语言习惯决定,还受到校园评价方式和外部竞争环境的影响。

4 标签化对大学生发展的影响

4.1 身份认同与自我发展

大学生标签化现象并不只有消极影响。在合理范围内,标签能够帮助学生理解个人特点,降低社会交往中的沟通成本,并为具有相似经历的群体提供交流渠道。对于刚进入大学的学生而言,陌生的学习和生活环境可能增加身份

认同上的不确定感。适当使用兴趣、性格和生活方式标签,可以帮助学生表达个人偏好,寻找具有共同话题的伙伴。例如,具有相似阅读兴趣、运动习惯或社交偏好的学生,可以通过标签迅速建立初步联系。

标签还可以成为情绪表达的工具。部分学生使用“社恐”“摆烂”等词语,并不一定意味着真正接受相应的消极评价,而可能只是通过自嘲表达压力和疲惫。当他人能够理解这些表达时,标签便可能发挥情感交流作用,减少个体面对困难时的孤立感。某些群体标签也能够帮助大学生形成积极认同。例如,参与志愿服务或学术活动的学生,可以通过共同身份强化责任意识和参与意愿。标签在此时不仅具有分类作用,也能够促进成员之间的联系。

但标签的积极作用需要以身份认同具有开放性为前提。当学生能够根据实际经历重新认识自己,并且不把某种标签当作不可改变的身份时,标签才更可能发挥交流工具的作用。如果外部评价逐渐转化为个体对自身能力和价值的固定认识,标签就可能成为个人发展的限制。

例如,一名学生因为课堂发言较少而被认为“不善表达”,在之后的活动中可能较少获得主持或展示机会。即使其具备一定的表达能力,也可能因为缺乏实践而难以改变原有形象。如果学生逐渐认可这一评价,就可能主动回避相关活动,进一步减少能力发展的机会。“学渣”标签同样可能产生类似影响。学习成绩本身具有阶段性,可以通过教学支持、学习方法调整和持续努力得到改善。但如果学生将成绩较低理解为个人能力不足,便可能降低学习信心,甚至减少尝试新的学习方式的意愿。

标签还可能使大学生习惯于按照固定身份解释个人行为。例如,自认为“社恐”的学生,可能将所有不愿参加社交活动的情况都归结为性格问题,而忽略疲劳、环境陌生或缺乏共同兴趣等具体原因。这种解释方式看似提供了清晰答案,却可能削弱个人对行为原因的进一步认识。消极标签的影响也不一定来自他人的恶意,有些标签最初只是朋友之间的玩笑,但如果长期使用且缺少适当边界,仍然可能使被评价者承受压力。

4.2 人际交往中的刻板印象与心理压力

标签化能够提高初步识别的效率,却也容易使人们忽略真实的人际差异。在校园交往中,如果学生习惯于根据某种标签判断他人的性格和行为,就可能在尚未充分了解对方时形成固定印象。例如,将“i人”简单理解为不愿参与集体活动,可能使相关学生失去展示组织能力的机会;将“学霸”理解为只关注成绩、不重视社交,也可能使他人产生不必要的距离。这些判断看似具有一定经验基础,却无法准确反映每一个人的实际情况。

标签化还可能影响群体之间的理解。不同专业、学校和兴趣群体的学生,如果长期通过固定印象认识彼此,就容易扩大群体差异。当标签被赋予较强的评价色彩时,个人之间的普通分歧也可能被解释为不同群体之间的矛盾。这种现象在网络交流中更加明显。网络用户通常难以获得完整的个人信息,因而更容易依据账号介绍、观点表达和群体身份进行判断。一旦对方被归入某种类别,后续交流便可能受到原有印象影响,形成相互误解。

标签化对大学生的影响还体现在心理压力和行为选择方面。无论积极标签还是消极标签,都可能在特定情况下形成外部期待,使学生需要不断调整行为以符合他人的认识。对于被贴上积极标签的学生而言,维持形象本身可能成为负担。例如,长期被认为成绩优秀的学生可能担心考试失利,被认为善于交际的学生也可能不愿承认自己需要独处。标签使个人必须持续表现出某种特征,容易增加自我要求和情绪压力。

对于被贴上消极标签的学生而言,外部评价则可能降低其参与意愿。某些学生在受到负面评价后,可能为了避免再次遭到嘲笑而减少课堂发言、社团参与或公共表达。这种回避行为又可能影响其能力发展和社会交往。标签化还可能使大学生将复杂问题归结为个人身份,从而忽视现实环境的影响。例如,学生因为学习压力较大而暂时失去动力,如果简单将自身定义为“摆烂型人格”,就可能缺少对课程安排、生活习惯和情绪状态的具体分析。

标签对于心理状态的影响具有个体差异。

并不是所有学生都会因为被贴标签而产生明显困扰,但在群体评价较强、个人认同尚不稳定的情况下,固定标签可能成为额外的压力来源。人际交往需要必要的分类判断,但也需要根据实际互动不断修正认识。标签如果能够保持开放性,就可以成为了解他人的初步工具;如果取代了持续观察和真实沟通,则容易削弱大学生建立平等关系的能力。

5 大学生标签化现象的合理应对

5.1 培养全面的自我认知

应对大学生过度标签化现象,关键在于帮助学生建立更加全面和灵活自我认识。标签能够概括个人在某一方面特点,但无法代表全部人格和能力。大学生需要认识到,个人身份不是由某种固定称呼决定的,而是在不同经历和社会关系中逐渐形成的。

在使用人格标签时,学生可以将其作为观察自身行为偏好的参考,但不宜把类型描述视为不可改变的事实。例如,自认为内向的学生仍然可以学习公共表达,自认为不擅长组织活动的学生也可以通过实践提高相关能力。个人特点具有相对稳定的一面,也具有能够通过经历和训练改变的一面。

对于消极标签,大学生应当学会区分事实判断与概括性评价。某次考试失利可以说明当前学习效果需要改善,却不能证明个人没有学习能力;面对陌生人时感到紧张,也不意味着无法建立良好的人际关系。只有将具体问题还原到实际情境中,才能找到更具有针对性的改善方式。

学生还可以通过参与不同类型的校园活动拓展自我认识。课堂讨论、社团活动、志愿服务和社会实践能够提供多样化的角色体验,使个体发现原有标签之外的能力与兴趣。相较于反复确认自己属于哪种类型,通过现实经历认识自身特点,更有助于形成稳定而开放的身份认同。

5.2 改善校园评价与交往环境

高校的教育评价方式会影响大学生如何理解自身能力和社会位置。如果校园评价过度集

中于成绩、奖项和少数竞争性指标,学生就容易依据这些标准划分个人类型,使标签化成为认识自己和同伴的主要方式。

高校应当更加重视学生发展的多样性。学习成绩是评价学习效果的重要依据,但不能完全代表个人的综合能力。在课程教学、学生管理和校园活动中,可以适当增加对实践能力、合作精神、创新意识和个人进步的关注,为不同特点的学生提供展示机会。

教师在日常交流中也要注意评价语言。对于学习困难或参与程度较低的学生,应尽量围绕具体行为提供反馈,而不是使用容易固化个人身份的概括性称呼。例如,相较于直接评价某名学生“没有学习能力”,指出其在知识理解或学习方法方面存在的具体问题,更有利于帮助学生明确改善方向。

同伴之间的评价同样需要建立基本边界。学生可以通过轻松的语言进行日常交流,但应避免在对方明确不接受的情况下反复使用带有负面含义的标签。对于涉及个人能力、家庭背景和性格特点的评价,更需要尊重个体感受,避免使普通玩笑演变为持续性压力。

校园文化建设还应鼓励不同群体之间的交流。通过跨专业合作、兴趣活动和公共讨论,可以增加学生了解其他群体的机会,减少仅凭专业、成绩和学校身份形成的固定判断。大学生只有在真实交往中接触不同个体,才能逐渐认识到同一群体内部也存在丰富差异。

面对已经形成的负面标签,校园支持不应停留于简单要求学生“不要在意评价”,而应关注标签是否已经影响其现实生活。如果某种称呼造成持续排斥、公开羞辱或校园欺凌,学校需要及时介入,维护学生正常学习和交往的权利。对于因标签压力产生明显情绪困扰的学生,也应提供适当的心理支持。

5.3 加强媒介素养教育与网络传播治理

社交媒体是大学生标签化表达的重要环境,改善标签化问题需要提高青年对于网络信息的判断能力。大学生应当认识到,网络流行标签具有较强的娱乐性和传播性,其表达方式往往经过简化,不能直接作为评价现实个体的可靠依据。

在接触“MBTI人格类型”“社恐人格”“躺平青年”等网络内容时，学生需要区分娱乐化表达与较为严肃的事实判断。网络上的类型描述可能帮助个人发现某些共同经历，但不宜被用于确定他人的能力、人格品质或发展潜力。

高校可以将网络标签、刻板印象和身份认同等内容融入媒介素养教育，通过日常案例帮助学生理解标签如何形成、传播和影响社会评价。教学重点不应只是要求学生减少使用网络流行语，而应帮助他们认识语言表达与社会认知之间的关系。

网络平台也应当承担相应责任。对于通过侮辱、歧视或恶意概括特定群体获取关注的内容，应加强治理，避免负面标签在反复传播中形成不合理的群体评价。对于具有正常娱乐和身份表达功能的内容，则应保留必要的交流空间，避免将标签使用本身简单等同于不良行为。

大学生在网络表达中同样能够发挥积极作

用，通过分享真实经历、反思刻板印象和表达不同观点，使网络中的青年形象更加丰富，而不是不断重复少数固定类型。在日常交往中，学生也应尊重他人对于身份称呼的接受程度，不因某种标签预先判断其全部特点，更不应将网络中的群体印象直接应用于现实交往。

标签化现象不可能通过禁止某些词语得到彻底解决。人们在社会交往中始终需要使用概括性语言，问题在于如何避免概括性判断发展为固定偏见。理性应对标签化，并不是要求大学生放弃自我表达或群体认同，而是避免用单一符号代替对真实个体的理解。标签可以成为认识自己的线索，也可以成为开展交流的工具，但不应成为限制个人成长的固定边界。校园教育、网络传播和大学生自身的共同努力，应当使个人有机会不断调整身份认识、拓展行为选择，并在平等交往中获得更充分的发展空间。

参考文献：

- [1] 马晓林, 多强. 从“拧巴”到“自洽”: 大学生标签化现象的多维透视与理性反思[J]. 中部高教研究, 2026, 2(3): 89-97.
- [2] 郑玉蝶. “标签化”现象对大学生价值观的影响及其应对研究[D]. 济南: 山东大学, 2025.
- [3] 谢初宜. 身份认同与身份危机: 社交媒体平台的 MBTI“标签化”传播研究[D]. 广州: 广东技术师范大学, 2026.
- [4] 周丽娟, 潘禹. 被“绑架”的标签化社交: MBTI 迷因传播的异化及理性审视[J]. 新闻传播, 2025(23): 56-58.
- [5] 张建荣, 黑彤晖. 数智时代青年“标签化”现象的生成机理、风险透视与引导策略[J]. 山西高等学校社会科学学报, 2026, 38(2): 85-91.
- [6] 麻施, 李瑞浩, 王琴夏. 打破标签牢笼: 数字时代青年标签化叙事的内涵特征、生成逻辑与调适路径[J]. 中国青年研究, 2025(12): 44-52, 13.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0)以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场，与 **Brilliance Publishing Limited** 及/或编辑人员无关。**Brilliance Publishing Limited** 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。