

感染、扩散与共振：抖音中育龄女性“恐育”情绪的传播机制研究

麻静雷

湖南理工学院，湖南岳阳，414000；

摘要：“三孩”政策实施以来，女性生育逐渐成为社会中的热议话题。新媒体时代，我国育龄女性的生育意愿不断降低，女性在社交媒体中的“恐育”情绪不断被感染、扩散，最终形成一种泛在的社会现象，与我国鼓励生育的社会需求和线性政策相违背。本研究尝试从情绪传播的层面出发，运用半结构式访谈法分析育龄女性在抖音 APP 中“恐育”情绪的传播机制。研究发现，抖音 APP 主要通过立体化传播方式、文本内容的情绪化表达、交互式互动、圈层传播等方式形成了育龄女性“恐育”情绪的感染-扩散、共振的传播机制。

关键词：抖音；情绪传播；生育恐惧；传播机制

DOI：10.69979/3029-2735.25.10.072

1 问题的提出

近年来，我国面临着人口红利衰减与社会老龄化趋势加剧的双重挑战。为积极应对这一现状，我国已逐步放宽生育政策，并相继出台了取消社会抚养费、实施三孩生育保险、推进普惠托育服务等配套支持措施，但人口生育率仍呈现持续下降态势，政策效果尚未显现。在此背景中，传统主流媒体主要倾向于社会动员与引导舆论的工作，期望通过向女性灌输正面的生育观念及政策信息，以促进她们的生育意愿及行动。然而，政府与主流媒体的生育促进措施未能有效遏制生育率持续走低的趋势——《中国统计年鉴 2024》数据显示，2023 年全国人口出生率仅为 6.39%，自然增长率为-1.48%。社交媒体上育龄女性的“恐育”情绪产生的影响力已从边缘个案逐步扩散，形成了与政策相悖的社会现象，这一现象不仅挑战了我国鼓励生育的宏观政策环境，也迫切要求学界从理论视角剖析背后的深层机制。

在第十届中国网络视听大会上正式发布的《2024 中国网络视听发展研究报告》显示，2024 年泛网络视听产业的市场规模较 2023 年增长 4.4%。其中，短视频领域占比为 40.3%^[1]。抖音作为短视频领域的头部平台，其女性用户占较多、信息交互性强、圈层化社群形态等特点使其在此次研究中极具研究价值。通过对既有文献的梳理发现，针对特定短视频平台上育龄女性“恐育”情绪传播机制的研究尚显匮乏。鉴于此，本文试图

超越传统生育议题与政策框架本身，转而聚焦于短视频平台——抖音，采用半结构式深度访谈的方式探究抖音 APP 中“恐育”情绪的传播机制。

2 研究设计

国际妇产科联盟将女性最佳生育期界定为 21-35 岁，人口学领域认为育龄女性年龄段为 15-49 岁，本研究把研究对象的年龄限制在 20-35 岁之间。在此基础上，通过线上和线下共招募到 16 位访谈者，均为未婚女性和抖音活跃用户，确保了样本的精准性，总体而言具有代表性和研究意义。

本研究通过微信、电话和面对面的方式对访谈对象进行半结构访谈。在正式访谈前对 20-35 周岁育龄女性群体进行预调研，以线上和线下聊天的方式了解其对抖音中生育信息的态度及恐育情况，并在此基础上形成访谈提纲。2024 年 1 月至 3 月正式开展访谈，每位受访者的访谈时长约为一个小时。

3 研究发现

3.1 抖音 APP 中“恐育”情绪的感染机制

3.1.1 立体化传播唤醒“恐育”情绪

在有关分娩的传播中，其传播样式从文字到平面视频以及到如今的 3D 视频，这一技术的应用对于女性了解整个生育过程提供了更直观的视野。但此种传播模式在一定程度上也是对于感官的刺激。抖音平台的视频博

主@ZPX 科学科普制作的关于女性分娩的 3D 视频达到了一百多万的点赞量。该视频中显示：分娩时需要切开产妇的皮下脂肪、产妇的腹部将被切开 7 层等。同时，视频中出现宫颈口长达十几个小时的持续扩张、产生巨大痛感、撕裂、相当于同时折断 20 根肋骨... 等形容与解说。此视频使得女性充分了解了分娩过程、风险和痛苦，具有科普教育的价值，但高度仿真的视觉呈现会引发女性生理上的不适，进而触动“恐育”情绪。正如受访者所言：“抖音上的短视频非常逼真，有些画面甚至血腥，这些都会让我很害怕，真的不敢生。”（5 号，27 岁）访谈中，2/3 的受访者表达了和 5 号受访者一样的感受，“刷抖音时看到的那些科普视频，我自己看着都觉得受不了，更别说让我生了。”（11 号，30 岁）关于生育的负面信息会伴随着立体化媒介被逼真表达，进而导致了“恐育”情绪的唤醒。

3.1.2 文本感性表达刺激“恐育”情绪

在抖音平台中，视频文案区也成为了育龄女性情绪感染的重中之重。部分视频主在视频发布的文案区使用了较为情绪化的文字刺激了“恐育”情绪的产生。例如：@小 xxxx 子博主在发布关于生育相关的视频时，视频文案编辑为“你经历过生孩子的煎熬吗？如果没有，你更需要点进这个视频！”部分受访者表示：“视频下方配的文案感觉把生孩子讲的跟过鬼门关一样，听着就发怵。”（9 号，29 岁）“刷抖音的时候看到那种文案，有时候感觉是为了流量，但还是控制不住的认为现实生孩子会丢掉半条命。”（13 号，21 岁）在负面情绪的启动效应中，视频内容生产者的情绪设置机制会作为先导信息影响受众对后续信息的判断，导致其倾向于以负面情绪处理信息^[2]。此外，个体差异性与情绪感染研究显示，女性较男性具有更强的情绪表露能力，且在识别语言表达中的情绪信号会更为准确^[3]。因此，在文本的情绪化表达下，生育痛苦在女性群体间会更容易被感知，进而使得“恐育”情绪进一步扩大。

3.1.3 他人负面经历加剧“恐育”情绪

视频主发布的相关生育视频，往往从个人经历出发，展示了怀孕、分娩及育儿的过程。例如抖音博主@跳跳 x x 虎在发布的视频中记录了自己怀孕期间的身体变化以及生产的整个过程。相比于科技模拟的虚拟生产过程而言，真实的生产过程更能够使育龄女性将自身带入其中，从而为了回避这种痛苦而产生强烈的“恐育情绪”。除

此以外，不少视频主发布关于自己长期独自带娃的生活记录也为育龄女性带来了生育焦虑。有受访者表示：“现实和网络中大部分女性生育后都是过得“丧偶式育儿”的生活，我个人不太能接受这种生活方式。”（7 号、31 岁）超过 2/3 的受访者表达了相同的想法。另一位受访者表示：“平常在抖音刷短视频的时候经常刷到孕期被家暴或者出轨的事情，要不就是怀胎十月的痛苦或者丧偶式育儿，所以自己感觉还不如不生。”（10 号，23 岁）当女性看到关于他人生育的负面经历时，会产生潜意识中的“替代性创伤”。“替代性创伤”是指个体因暴露于大量负面情境后，遭受超出正常心理生理承受范围的影响，继而产生一系列心理异常反应的现象^[3]。他人的负面经历在增强故事的真实体验时，会更加吸引受众的注意力，并储存在长期的情绪记忆中^[4]。

3.2 抖音 APP 中“恐育”情绪的扩散与共振机制

3.2.1 互动模式深化“恐育”情绪

抖音平台依据互联网拆解了单向的、中心化的传播模式，取而代之的是互动和去中心化的交流。在抖音的使用中，点赞、评论、转发等用户的自主性操作进一步加强了“恐育”情绪的扩散速度与范围，强化了其对生育风险的“象征性现实”体验。一位受访者表示：“经常在抖音看到关于生育风险点赞量很高的视频，说明大家都很认同那些风险。”（1 号、28 岁）另外一位受访者表示：“我平时也会去看一些视频的热门评论，评论区也会有很多人分享自己的生育经历和态度。碰到自己觉得有道理的，我还会去点赞和转发。”（4 号、26 岁）。此外，还有受访者表示：“比起关于生育视频的本身，我更加会关注评论区的互动，因为我觉得那里才是生育痛苦最真实的地方。”（16 号，20 岁）互联网的虚拟空间使得电子交流取代了人们的身体在场，当个体间存在共同关注点时，会围绕该焦点进行观点表达与意见交流。在这样的沟通方式下，育龄女性对于“恐育”焦点的讨论热情被进一步升华^[5]。

3.2.2 “生育茧房”强化“恐育”情绪

互联网平台中的算法系统会依据用户过往的浏览历史与偏好，进行精准的内容推送，这一过程在持续作用下，容易构建出一个针对育龄女性的“生育信息茧房”。在封闭的信息环境内，育龄女性可能错误地将虚拟生态视为现实世界的真实反映，从而导致对生育产生片面乃至扭曲的认知。受访者表示：“刷到关于生育的视频时，

但凡多看几个之后我的账号会一直推送这种视频，我会越看越焦虑。”（6号、32岁）关于这一因素，在访谈文本中，多数受访者都肯定了这一现象。另外的受访者表示：“有时候自己是想主动了解一些关于生孩子的科普知识，但之后一直推荐这种信息真的会影响心态，因为大部分都是关于生孩子的坏处。”（2号、25岁）抖音的算法推荐机制使得育龄女性长期处于媒体构建的“密集风险”中，这一环境促使她们在无形中加深了对既有生育风险的认知固化，进而倾向于排斥或忽视与当前生育观念相冲突的信息或观点。

3.2.3 圈层传播凝聚“恐育”认同

在抖音中，用户通过多种互动行为，形成了以兴趣、职业等为标签的“圈子”。这些圈子内的信息传播往往具有高度的同质性和共振性，使得某些议题能够在短时间内迅速得到扩散和放大，同时吸引更多用户探讨。因此，分娩恐惧的话题也同样呈现出了传播的圈层化特点。一位受访者表示“我自己在抖音中也建立了和好朋友的分享群，有时候会互相在群里分享一些关于生孩子的视频。反正大家都是越看越害怕。”（3号、24岁）另外一位受访者表示：“有些视频主会建立自己的粉丝群，我就加入进去了。她有时候会在群里发自己当时生孩子的经历与遇到的问题，可能是想让大家避雷一些问题，但我还是越听越不想生。”（8号、33岁）网络社群中，成员间建立了紧密的联系纽带，形成了独特的圈层化传播模式。这一模式促使“恐育”情绪在社群成员间广泛蔓延，引发了一个持续性的“情绪认同循环”，该循环不断加深并强化了女性用户对“恐育”观念的认同感。

3.2.4 群体共情稳固“恐育”情绪

在圈层传播的基础之上，育龄女性的“恐育”情绪的表达会迅速扩大并稳定，进而形成群体情绪的共振。“身边现在都是打算不生孩子的人，大家聊天的时候主要是女性没必要让自己承受这些。”（12号、28岁）

“我觉得我马上也过了适合生育的年龄了，而且每次刷抖音看到生孩子的危害，所以我更加不打算生了。”（15号，34岁）另外一位受访者也表示：“经常接触生育危害的信息，如果我不能共情女性我都觉得愧疚，所以自己也会越来越害怕。”（14号，35岁）育龄女性群体的共情包含情绪共情与认知共情两个维度：情绪共情

体现为对他人痛苦的同情与怜悯；认知共情则表现为换位思考能力，即从他人视角理解其思维与感受。如对他人痛苦产生的不适和焦虑感^[6]。当这两种共情在现实生活中趋于异化时，则会对社会产生难以预期的影响。

4 研究结论

本论文在查阅众多文献的基础之上，针对抖音平台上育龄女性“恐育”情绪的传播机制进行了深入探讨。通过分析抖音平台上的相关内容、用户互动模式以及背后的心理机制，揭示了“恐育”情绪通过感染、扩散与共振的过程在抖音平台中大面积传播。

本研究揭示了抖音平台中育龄女性“恐育”的传播机制，探析了感染-扩散与共振的具体作用因素。这不仅有助于我们更好地理解其他社交媒体中负面情绪的传播规律，还为相关部门制定针对性的政策和措施提供了支持。

参考文献

- [1] 刘欣. 网络视听成为第一大互联网应用！《2023中国网络视听发展研究报告》发布[J]. 中国广播影视, 2023, (08): 42-43.
- [2] 王朝阳, 于惠琳. 新闻短视频传播中的情绪偏好效应——基于梨视频社会版块的实证研究[J]. 新闻与传播评论, 2019, 72(03): 42-55.
- [3] 马君英. 替代性创伤研究述评[J]. 医学与社会, 2010, 23(04): 91-93.
- [4] 田维钢, 张仕成. 唤醒、扩散、共振：短视频负面情绪传播机制研究[J]. 新闻与写作, 2021, (08): 33-40.
- [5] 刘娟, 宋亭亭. “被渲染的焦虑”：社交媒体使用与女性生育风险感知[J]. 传媒观察, 2022, (06): 79-86.
- [6] 刘亚娟. 数字时代的共情传播：概念、作用、影响因素及其发生机制[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2024, 45(06): 167-178.

作者简介：麻静雷，女，汉族，籍贯：陕西省宝鸡市岐山县，学历：硕士，研究方向：传播学。

该文为2024年湖南理工学院校级研究生科研创新项目“数智时代屈原文化转化创新的再媒介化研究”的阶段性成果。