

社交媒体信息获取对育龄女性生育意愿的影响*

——基于主动寻求信息和偶然接触信息的比较研究

蒋俏蕾 王鸿坤 陈宗海

【摘 要】近年来,中国生育水平持续走低,提高育龄女性的生育意愿对实现适度生育水平、促进人口长期均衡发展意义重大。文章基于深度媒介化的背景,融合了培养理论与计划行为理论以探究主动寻求信息和偶然接触信息两种信息获取模式对育龄女性生育意愿的影响,并比较了相应影响在未婚未育与已婚未育群体间的差异。结果显示,信息获取对生育意愿的“培养”并非简单的线性过程,而是经由中介机制。主动寻求信息对已婚女性的影响更大,与之相比,偶然接触信息看似成本较低且缺乏动机,实则对两个群体均产生了“强效应”。个体生育态度和感知外部行为控制在主动寻求信息与已婚女性生育意愿之间起到中介作用;就偶然接触信息对生育意愿的影响而言,个体生育态度和社会规范感知具有重要中介作用,且在未婚和已婚女性中均得到证实。感知内部行为控制的中介效应对未婚女性更为显著,而感知外部行为控制的中介效应则对已婚女性显著。基于实证结论,文章对新闻媒体进行生育相关的议程设置以及有关部门完善生育友好政策提出建议。

【关键词】培养理论 计划行为理论 生育意愿 主动寻求信息 偶然接触信息

【作 者】蒋俏蕾(通讯作者) 清华大学新闻与传播学院,长聘副教授;王鸿坤 清华大学新闻与传播学院,博士研究生;陈宗海 清华大学新闻与传播学院,博士研究生。

一、引 言

近年来,中国人口发展面临着深刻而复杂的变化。国家卫生健康委员会宣传司在新闻发布会中指出,中国育龄妇女生育意愿持续走低,2021年育龄妇女平均打算生育子女数为1.64个,低于2017年的1.76个和2019年的1.73个;其中作为生育主体的“90

* 本文为国家社会科学基金重大项目“智能时代的信息价值观引领研究”(编号:18ZDA307)的阶段性成果。

后”和“00后”平均打算生育子女数分别为1.54个和1.48个。面对这一变化,国家采取了一系列措施以提升育龄女性的生育意愿,纾解生育率下降的困局。例如国家卫健委、发改委等17部门联合印发的《关于进一步完善和落实积极生育支持措施的指导意见》,明确指出加快建立积极生育支持政策体系,为推动实现适度生育水平、促进人口长期均衡发展提供有力支撑;党的二十大报告则将“建立生育支持政策体系”上升到“优化人口发展战略”的高度。

生育意愿的提升不能仅靠政策的推动,还需要多方社会行动者共同发力。媒介作为国家政策、家庭之外影响女性生育意愿的关键因素,也应在重拾生育本身的价值、提升生育意愿的过程中发挥积极作用。当下,互联网和社交媒体已经深度嵌入公众的日常生活(周翔、李稼,2017):一方面,人们的信息获取、社交等生活实践越来越依赖媒介;另一方面,公众几乎随时随地都是媒介的阅听人,媒介信息环境对现实的塑造作用越来越明显,潜移默化地影响个体的价值判断和行为决策。鉴于此,思考当前深度媒介化的社会情境如何影响未育女性的生育意愿,具有重要的理论价值和现实意义。

已有研究发现,在大众传播时代,受媒介内容中新的性别角色、避孕知识等信息的影响,媒介(报纸、电视)使用频率较高的女性生育意愿往往较低,互联网及社交媒体使用也会降低女性生育意愿(陈卫民等,2022;邱磊菊等,2022)。不过,现有研究仍存在缺憾。首先,这些研究在阐释原因时均聚焦具体的信息,如性别平等、生育风险等信息,而未着眼于个体长期浸润的整体性媒介信息环境;其次,现有研究未关注信息获取模式对个体生育意愿的不同影响,也并未区分信息来源,如主流媒体新闻和用户生产内容对个体生育意愿影响的可能差异;此外,这些研究未探析具体的作用机制。为填补现有研究中存在的不足,本研究基于经典的培养理论(Cultivation Theory),探析主动寻求(information seeking)和偶然接触(incidental exposure)微博用户生产的生育经历相关信息(experience-based information)对未婚未育和已婚未育两个女性群体生育意愿的影响。根据培养理论,大众传播媒介“培养”了公众对现实的认知和行为倾向(Gerbner等,1976),社交媒体同样能够产生“培养”的效果(Tsay-Vogel等,2018)。因此,本文对信息获取与生育意愿关系的研究着眼于微博用户生产的生育经历相关信息所塑造的信息环境,而非信息本身;并借鉴计划行为理论(The Theory of Planned Behavior)来分析两种信息获取模式影响未育女性生育意愿的具体机制。通过比较分析,本研究试图为社交媒体使用如何影响女性生育意愿提供实证参考,并为提高育龄女性的生育意愿提出针对性建议。

二、文献综述与研究假设

(一) 培养理论与计划行为理论视角下的媒介信息环境影响机制

传播学将媒体对个人认知与行为的影响作为传播效果研究的重要内容。在传播效

果研究发展的历程中,相当长时期的研究普遍关注具体信息对个体认知及行为的短期影响,而培养理论通过关注媒介使用所塑造的信息环境的长期影响,极大地推动了传播效果研究的发展。但经典的培养理论未能阐明培养效果的具体作用机制,后续研究试图厘清媒介信息环境影响个体现实认知的具体过程。这些研究或从心理学视角切入,提出学习—建构—归纳机制(Potter, 1991),或将个体对媒介信息环境的处理分为第一层的媒介现实建构和第二层的社会现实建构(Hawkins 等, 1987)。近年来,针对社交媒体培养效果的研究也开始关注“培养”过程中的社会—心理因素,如在 Instagram 对青少年体形认知的培养过程中,青少年对理想体形的态度及对社会关于超重接受度的判断是重要影响因素(Stein 等, 2021)。

计划行为理论是心理学领域阐释个体认知和行为形成的重要理论框架,该理论提出态度、社会规范及行为控制感知是塑造个体行为意愿及实际行动的社会—心理因素,被广泛应用于包括生育意愿在内的研究。不过,计划行为理论并未厘清三个因素的来源,可能的背景性因素包括性格、人口统计学特征以及媒介信息接触(Ajzen 等, 2000)。

可见,培养理论和计划行为理论都聚焦个体认知和行为的形成,但前者缺少对具体影响机制的解释,后者则对具体社会—心理机制的来源阐释有待深入,因此,结合两个理论有望为完善和发展相应知识体系提供必要的启示。基于此,本研究尝试将两大彼此关联的理论框架进行有机融合,将计划行为理论中的三个社会—心理因素视作媒介信息获取对未育女性生育意愿培养过程的中介因素,以阐释其具体的作用机制。

(二) 婚姻状况与生育意愿

本研究区分未婚未育和已婚未育两个群体,主要原因在于婚姻状况对女性生育意愿具有重要影响。一方面,婚姻带来的社会身份转变会影响女性对生育的认知。已婚女性往往将生育视作亲密关系发展的重要里程碑,赋予生育更多的价值(Mussino 等, 2021),进而有较高的生育意愿。另一方面,配偶也是已婚女性生育意愿的重要影响因素,夫妻关系的稳定性及丈夫的生育诉求均在已婚女性生育决策中扮演关键角色(Asfaw 等, 2014)。在中国当下教育和照料的市场化、私人化程度越来越高的背景下,代际支持也是已婚女性生育意愿的重要考量。例如,从原生家庭及丈夫家庭中获得更多资源支持的女性,更可能有较强的二胎生育意愿(Gu 等, 2021)。

(三) 社交媒体信息获取与生育意愿

媒介信息获取主要分为主动和被动两种模式。主动寻求是指用户针对特定议题进行的有目的的信息获取(Czaja 等, 2003),被动接触则具有非目的性特征(Goyanes 等, 2020),二者均会对个体的行为意愿和行为决策产生影响。社交媒体不仅为个体主动寻求所需信息提供了便利(李希光等, 2020),其算法推荐功能及线上社会网络关系也使偶然接触成为常见的被动信息获取方式(万旋傲, 2022)。个体在使用社交媒体的过程中接

触到原本无意了解的信息,使得其认知、态度、行为等方面发生变化(Goyanes 等,2020)。目前,关于偶然接触信息的研究大多聚焦政治新闻,但也有学者提出应关注非政治信息的偶然接触对个体日常生活的影响(Goyanes 等,2020)。本研究关注生育经历相关信息的偶然接触,契合了该领域研究者对议题丰富性的倡导。

社交媒体平台不仅成为大众媒体向人们提供信息的延续和拓展,更成为普通用户之间分享和交流的重要渠道。例如在健康知识传播过程中,用户的个人经历分享提供了免费、通俗易懂、针对性强的健康信息(Massey 等,2020);在涉及较为敏感和私密的健康议题时,用户生产的个体经历信息甚至在一定程度上扮演了医生和专家的角色(Jabson 等,2017)。就生育议题而言,中国学者以往的研究主要关注大众媒体中生育信息的特征,发现相应信息或集中于政策宣导,或致力于构建母职神话,将生育浪漫化,缺乏贴近性、指导性和知识性;女性对传统媒体上生育新闻的关注并未影响其生育意愿(黎黎、李凤萍,2021),但微信群、论坛等小型封闭社群中关于产检、分娩、哺乳等经历分享类信息将医生未详细阐释的医疗指标、数据具象化,为女性提供了有效的建议和情感支持(李梦竹,2022)。不过,目前对社交媒体平台上个人用户分享的生育信息的研究较为缺乏。因而,本研究聚焦微博平台中个体生育经历相关信息,考察其对女性生育意愿的影响。

已有研究指出互联网使用显著降低了居民的生育意愿,其作用途径包括负面信息的传播、生育观念的改变、社交娱乐活动的替代效应、婚姻满意度的降低等(邱磊菊等,2022;陈卫民等,2022)。此外,互联网社交媒体所形成的圈层文化赋予青年相当的获得感与意义感,也倾向于削弱其生育意愿(李婷等,2022)。近年来,借由生育政策调整、育儿压力等公共议题,与个体生育经历相关的信息在微博平台中营造出一种“恐育”想象,放大了负面生育图景,如经济负担、分娩风险、生活质量降低、职场性别歧视等,形成了以负面信息为主的拟态环境。结合“培养理论”中信息环境的重要影响,提出如下假设:

H1:主动寻求生育经历相关信息可能降低未育女性的生育意愿;

H2:偶然接触生育经历相关信息也倾向于降低未育女性的生育意愿。

(四) 计划行为理论与生育意愿形成的社会心理机制

计划行为理论研究者普遍将态度定义为个人在情感及认知层面对某项行为所持的正面或负面的评价,但对社会规范及感知行为控制的界定方式则较为多样。就社会规范的界定而言,一种做法将其划分为实际(actual)与感知(perceived)两个层面:前者可以通过民意调查等手段较为准确地呈现,后者则基于个体对某种行为社会接受度和流行度的阐释和判断(Kwan 等,2015),即使是错误的感知,也会对个体行为产生重要影响。另一做法是在个人(personal)和社会(societal)层面对其加以区分,其中个人性规范指某种行为在个人的重要参照群体中的接受度和流行度,社会性规范则涉及社会整体。对于争议性议题,个人性规范与社会性规范往往有所差异,并对个体行为产生不同的影响(Park

等,2007)。受传统文化和政策导向的影响,当前中国社会的社会性生育规范鼓励婚内生育;但受个体化思潮的影响,独身、丁克、“一人户”等新的家庭形式逐渐被青年群体接受,“不婚不育”在青年群体中不再是社会禁忌。本研究试图探究在社会性规范较为明确且强大的情境下,未育女性感知的个人性规范,即感知朋友群体中不生育的社会规范,如何影响其生育意愿。

类似地,计划行为理论研究者将感知的行为控制细化为内部和外部控制两类,分别对应感知自我效能感(perceived self-efficacy)与感知可控性(perceived controllability)(Sparks 等,1997),前者指向对自身能力的评价,后者则侧重于对控制外部因素的估量。例如,关注内部和外部因素对政治参与能力感知的研究区分了内部效能感和外部效能感,分别对应个体对自身政治参与能力的信心和对政治体制回应自身诉求的信念(Balch,1974)。借鉴上述研究脉络,本研究将感知行为控制划分为感知内部行为控制和感知外部行为控制,前者指育龄女性对自身处理生育负担的效能感的评估,后者则指对外部支持帮助自身处理生育负担的程度的判断。关于个体生育态度、感知朋友群体中不生育的社会规范、感知行为控制的测量方式,将在本文研究设计部分具体介绍。

根据计划行为理论(Ajzen 等,2013),个体对生育的态度越积极、越认同生儿育女是需要遵从的社会规范、对生育可控性的感知越强,其生育意愿就越高(Ajzen 等,2013; Mencarini 等,2015)。社交媒体信息获取会对个体态度、社会规范及行为控制感知产生影响。有研究发现,通过社交媒体有选择地获取或偶然接触政治新闻均能改变个体的政治态度(Chen 等,2021);通过社交媒体获取新闻信息能够提升个体应对新冠疫情的自我效能感(Kicali 等,2021),社交媒体中用户生产的内容也有类似的影响,如个体对艾滋病毒携带者博客中自我经历信息的接触,增加了其践行性行为防护措施自我效能感(Neubaum 等,2014)。互联网及社交媒体信息接触还能够影响个体对艾滋病检测、青少年性行为的社会规范认知,影响其行为意愿(Meadowbrooke 等,2014)。尽管社交媒体信息多为个人经历分享,未必能呈现明确一致的社会规范,但相应信息能够提高用户对他人感知相似性(perceived similarity),在与信息相伴的社交线索(如点赞、评论、转发)的中介作用下,社交媒体信息接触能影响个体对社会规范的感知。基于上述讨论,本文提出如下假设:

H3:个体生育态度(a)、感知朋友群体中不生育的社会规范(b)、感知内部(c)及外部(d)行为控制在主动寻求信息和生育意愿之间发挥中介效应;

H4:个体生育态度(a)、感知朋友群体中不生育的社会规范(b)、感知内部(c)及外部(d)行为控制在偶然接触信息和生育意愿之间发挥中介效应。

此外,鉴于婚姻状况对生育意愿的影响,未婚和已婚女性对生育经历相关信息的认知及行为反馈可能存在差异。因此,本研究提出如下假设:

H5:主动寻求信息对生育意愿的影响及其中介机制在已婚和未婚群体中存在差异;
H6:偶然接触信息对生育意愿的影响及其中介机制在已婚和未婚群体中存在差异。

三、研究设计

(一) 数据收集与样本情况

本研究采用问卷调查法,针对未育女性展开调研。结合研究伦理考量,本研究排除了未成年女性,将目标群体的年龄区间界定为 18~49 岁。由于中国法定的女性结婚年龄为不小于 20 岁,因而本研究中已婚未育群体的年龄区间为 20~49 岁。同时,由于本

表 1 样本分布情况 %		
	未婚未育女性 (N=407)	已婚未育女性 (N=406)
年龄		
18~20 岁	3.50	0.00
21~25 岁	51.10	27.30
26~30 岁	43.70	61.10
31~35 岁	1.50	10.60
36 岁及以上	0.20	1.00
受教育程度		
小学及以下	0.00	0.00
初中	0.20	0.20
高中	0.50	1.20
大专	3.20	9.60
本科	30.70	60.10
硕士	52.80	25.10
博士	12.50	3.70
月收入		
< 1000 元	4.90	0.20
1000~2999 元	25.30	5.90
3000~5999 元	39.30	31.30
6000~9999 元	18.20	33.30
≥10000 元	12.30	29.30
常住地		
乡镇	4.40	2.50
县级市	5.90	6.90
地级市	22.40	15.00
省会城市	30.70	45.80
北上广深	36.60	29.80

注:上表中省会城市是指除北上广外的省会城市、自治区首府及直辖市。

研究聚焦微博信息获取对生育意愿的影响,目标群体需具有日常性的微博使用行为。

本研究于 2022 年 8 月依托“极速洞察”(https://www.insightworks.cn)专业问卷调查平台的样本服务来收集数据。该平台的自运营线上样本库包含遍布全国各地的 400 多万活跃用户,可根据目标用户标签定向投放,覆盖母婴、美妆等圈层,因而适用于招募 18~49 岁的未育女性参与调查。已有研究表明,使用专业的问卷调查平台招募研究对象能够提供可靠的数据(Clifford 等,2015)。

调查在开始前对性别、年龄、微博使用、婚姻及生育状况设置了筛选问题,确保参与对象符合研究设计。问卷调查采用匿名的方式,参与者自愿参加调查,可以随时中断或退出。本研究最终获得 813 份有效问卷,其中未婚未育女性 407 份,已婚未育女性 406 份。样本分布情况如表 1 所示。

未婚未育样本和已婚未育样本的年龄均主要集中于 21~25 岁和 26~30 岁两个年龄段,占比达 90%左右;被访者的受教育程度集中于大学本科和硕士研究生,比例均超过 85%,常住地以省会城市和北上广深为主,相应占比在 70%左右。在收入方面,未婚未育女性月收入在 1 000~2 999 元和

3 000~5 999 元的比例合计接近 60%,已婚未育女性的月收入在 3 000~5 999 元、6 000~9 999 元、10 000 元及以上的占比均在 30%左右。两个群体的收入差距可能是因为样本中未婚女性以学生为主,收入水平不高,而已婚女性大多已工作,收入水平较高。总体而言,两个群体均以学历为本科及以上且居住于大城市的青年女性为主,具有较强的可比性。需要注意的是,本文调查样本中缺少农村、受教育程度较低的女性,因此研究发现可能并不能代表这些女性的生育意愿。

(二) 变量测量与数据处理

1. 信息获取

本文中信息获取针对主动寻求信息和偶然接触信息两个类别分别进行测量。主动寻求信息通过询问受访者在过去一年中,通过微博主动搜索生育经历相关信息(如健康风险、职场歧视、教育成本等)的频率进行测量,以李克特 5 点量表(1= 从不→5= 非常频繁)来表示。偶然接触信息使用类似的测量方式,询问被访者过去一年在刷微博时接触到(非主动搜索)生育经历相关信息(如健康风险、职场歧视、教育成本等)的频率。

2. 生育意愿

国内研究通常以理想子女数量或生育意向(是否有生育或再生一个孩子的打算)测量生育意愿,但前者往往受生育政策的影响,而后者的“是”“否”两类回答并不能很好地反映想要孩子的确定程度(郑真真,2014)。将生育意向和生育时间规划相结合,有助于精确地测量具体的生育意愿。例如“是否有生育打算”中回答“是”但在“生育时间规划”中回答“三年后生育”的女性,其生育意愿往往被归为“不确定”,即低于“有生育打算且计划在三年内生育”的情况(Bhrolcháin 等,2012)。

遵照这一思路,本研究使用“您是否有生育打算?”(是、否、不确定)及“假设您有生育打算,您愿意何时生育自己的第一个孩子?”(1~1.5 年、1.5~2 年、2~3 年、3~4 年、4 年以后)两个问题测量生育意愿。在“是否有生育打算?”问题中回答“否”的受访者,其生育意愿最低,被编码为 1;在回答“是”的样本中,对生育时间规划进行反向编码,即时间规划越近,生育意愿越高(“4 年以后”被编码为 2,以此类推,“1~1.5 年”为 6),通过此种测量方式来综合反映育龄女性生育意愿的高低。描述性统计显示,未婚未育女性的生育意愿明显低于已婚未育女性。

3. 个体生育态度

本文借鉴成熟量表(Billari 等,2009),采用李克特 5 点量表(1= 非常不同意→5= 非常同意)从正负两个方面测量妇女的生育态度。其中,正面态度的题项包括“增加我在年老时的生活保障”“增加我的幸福感和生活满意度”“增加自身生活的稳定性”“增加我和伴侣之间的亲密度”和“延续我的生命”;负面态度对应的表述包括“增加我的经济负担”“减少我在职业或教育上的机会”“增加自身生活的不确定性”“增加我的身体负

担”、“增加我日常生活中的烦恼”和“减少我与朋友相处和发展自身爱好的时间”。通过询问被访女性对这些表述的认同程度来测量生育态度。该测量在未婚和已婚群体中的信度系数分别为 0.849 和 0.853。在数据分析中,为了确保变量方向的一致性,“正面”问题被反向编码,“负面”问题未做改动。最终测量的“个体生育态度”为各测量题目得分的均值,综合反映个体对生育的负面态度,数值越大表示对生育的态度越负面。

4. 感知朋友不生育的社会规范

通过借鉴器官捐献研究对个人性社会规范的测量(Park 等,2007),受访者需要回答两个相关问题,即“根据我对自己朋友的了解,我的大部分朋友认为不生孩子是可以接受的”“根据我对自己朋友的了解,我的大部分朋友会选择不生育”。使用李克特 7 点量表(1= 非常不同意→7= 非常同意)进行测量,在未婚和已婚群体中的信度系数分别为 0.700 和 0.789。上述两个测量的得分在求均值后生成“感知朋友不生育的社会规范”指数。

5. 感知行为控制

本研究结合中国语境对已有量表(Mencarini 等,2015)的表述进行了相应的调整,采用李克特 5 点量表(1= 非常不同意→5= 非常同意)从内外两个维度对感知行为控制进行测量。感知内部行为控制的测量要求受访者回答“我有信心处理好生育带来的:(1)经济负担(如医疗、住房、教育开支等);(2)职业发展困境;(3)对自身健康状况的负面影响”。感知外部行为控制要求受访者回答三个问题,“我认为社会能够为女性生育提供足够的保障(如无痛分娩项目、社区托管等)”“我认为我的原生家庭能够为我生育提供足够的保障(经济资助、父母帮忙看护等支持)”和“我认为我的伴侣(或未来的伴侣)能够为我生育提供足够的保障(如良好的身体状况、愿意承担家务劳动等)”。对上述两组问题对应得分分别取均值,形成感知内部行为控制和感知外部行为控制的综合指数,相应测量在未婚和已婚群体中的信度系数均接近或高于 0.8。

(三) 分析方法与策略

为验证假设 H1 与 H2,本研究采用相关性分析进行检验。鉴于被解释变量“生育意愿”并不是定距测量且不满足正态分布,本研究在探析各预测变量对育龄女性生育意愿的影响时采用多元 logistic 回归模型。针对研究假设 H3 到 H6,本研究构建了结构方程模型,检验未婚和已婚女性两个群体中个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范、感知行为控制是否在信息获取与生育意愿之间发挥中介效应。

四、数据分析

(一) 信息获取模式与生育意愿

相关性分析结果显示,在未婚未育女性中,主动获取信息与生育意愿的关系不显著,而偶然接触信息与生育意愿呈显著的负相关关系,相关系数为 -0.165。这表明偶然

接触生育经历相关信息越频繁,未婚未育女性的生育意愿越低。类似地,在已婚未育女性中,主动获取信息与生育意愿的关系在统计上不显著,偶然接触信息与生育意愿呈显著的负相关关系,相关系数为 -0.137,表明偶然接触生育经历相关信息越频繁,已婚未育女性的生育意愿越低。假设 H1 未得到经验支持,假设 H2 在未婚和已婚女性中均得到支持,偶然接触生育经历相关信息越频繁,未育女性的生育意愿普遍更低。

运用多元 logistic 模型进行回归分析,结果如表 2 所示。在未婚未育群体中,18~20 岁、21~25 岁女性的生育意愿显著低于 30 岁以上女性,受教育程度、月收入、常住地对未婚未育女性生育意愿的影响均不显著。在控制模型中其他变量后,主动寻求信息、偶然接触信息对未婚未育女性生育意愿的影响也不显著,但个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范对未婚未育女性生育意愿具有显著的负向影响。在其他特征可比的情形下,个体生育态度越负面或感知朋友不生育的社会规范越强,生育意愿越低。感知内部行为控制对未婚未育女性生育意愿具有显著的正向影响,感知外部行为控制的影响则不显著。

对已婚未育女性而言,21~25 岁女性的生育意愿显著低于 30 岁以上女性,26~30 岁女性的生育意愿与 30 岁以上女性差异不显著。受教育程度为高中及以下、硕士研究生的已婚未育女性的生育意愿显著高于受教育程度为博士研究生者。月收入 10 000 元及以上的已婚未育女性的生育意愿显著

表 2 育龄女性生育意愿多元 logistic 回归分析结果

	未婚未育女性		已婚未育女性	
	回归系数	标准误	回归系数	标准误
年龄(参照组:30 岁以上)				
18~20 岁	-3.049**	0.907	-	-
21~25 岁	-1.957**	0.713	-1.009**	0.355
26~30 岁	-1.264	0.704	-0.55	0.319
受教育程度(参照组:博士)				
高中及以下	-0.617	1.152	1.966*	0.990
专科	0.330	0.591	1.079	0.592
本科	0.282	0.346	0.841	0.516
硕士	0.261	0.310	1.035*	0.526
月收入(参照组:≥10000 元)				
<3000 元	0.260	0.339	0.433	0.438
3000~5999 元	0.262	0.324	0.541*	0.271
6000~9999 元	0.420	0.352	-0.036	0.242
常住地(参照组:北上广深)				
乡镇	-0.095	0.488	-1.165	0.630
县级市	0.657	0.430	-0.187	0.420
地级市	0.076	0.269	-0.186	0.314
省会城市	0.461	0.240	0.269	0.231
主动寻求信息	0.161	0.104	-0.053	0.101
偶然接触信息	0.018	0.094	-0.024	0.100
个体生育态度(负向编码)	-1.145***	0.204	-0.508*	0.200
感知朋友不生育的社会规范	-0.153*	0.066	-0.250***	0.071
感知内部行为控制	0.303**	0.111	0.129	0.115
感知外部行为控制	0.124	0.131	0.370**	0.140

注:*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

低于月收入为3 000~5 999元的已婚未育女性。常住地对已婚未育女性生育意愿的影响不显著。在控制模型中其他因素的影响后,主动寻求信息或偶然接触信息对已婚未育女性生育意愿的影响也不显著,个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范则对已婚未育女性生育意愿具有显著的负向影响。感知外部行为控制对已婚未育女性生育意愿具有显著的正向影响,但感知内部行为控制的影响不显著。

多元 logistic 模型结果表明,主动寻求信息、偶然接触信息对育龄女性生育意愿的直接影响均不显著。这与培养理论所强调的“潜移默化”相吻合,社交媒体信息获取对育龄女性生育意愿的影响并不是如同“魔弹论”中所表述的“一击即中”,而是需要长期的“培养涵化”。根据前文理论探讨可知,个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范、感知行为控制可能在信息获取与生育意愿之间发挥中介作用,因此需要通过结构方程模型进行检验。

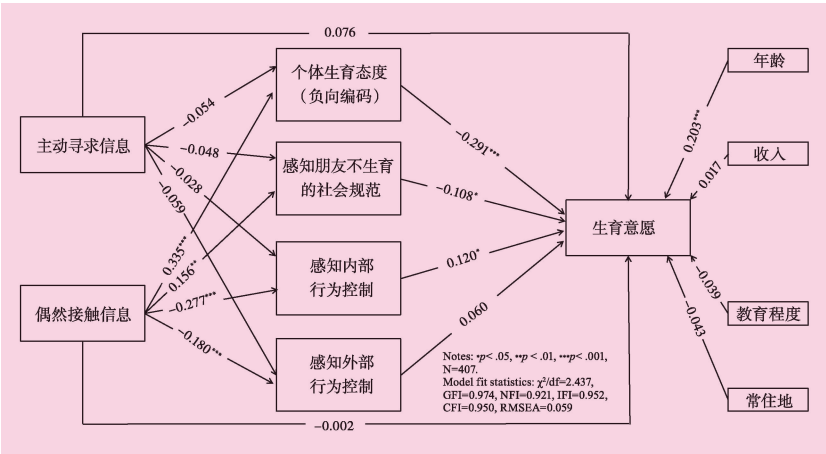


图1 结构方程模型路径系数(未婚未育女性)

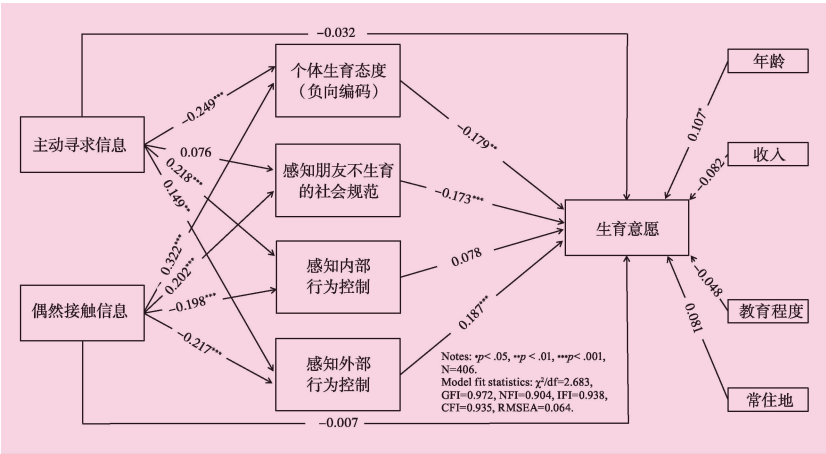


图2 结构方程模型路径系数(已婚未育女性)

(二) 信息获取对生育意愿的间接效应分析

结构方程模型常用拟合指数显示,在未婚未育女性和已婚未育女性两个群体中,GFI,NFI,IFI,CFI均大于0.9,RMSEA都小于0.8,测量模型拟合程度良好。各变量之间的路径系数及其显著性见图1、图2。

在未婚未育女性中(如图1所示),主动寻求信息与偶然接触信息对生育意愿的直接影响均不显著。主动寻求信息对个体生育态度、感知朋友不生育的社会

规范、感知内部行为控制、感知外部行为控制的影响均不显著,而偶然接触信息则对个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范、感知内部行为控制、感知外部行为控制都产生了显著的影响。模型系数显示,未婚未育女性偶然接触生育经历相关信息越频繁,个体形成负面生育态度或感知朋友不生育的社会规范越强,感知内部及外部行为控制则越弱。个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范对未婚未育女性的生育意愿具有显著的负向影响,感知内部行为控制对未婚未育女性的生育意愿具有显著的正向影响,而感知外部行为控制的影响并不显著。这些结果表明,未婚未育女性个体生育态度越积极、感知朋友不生育的社会规范越弱、感知内部行为越强,其生育意愿越强。因此,对未婚未育女性而言,H3和H4(d)未得到支持,但H4(a)、H4(b)、H4(c)得到支持。

在已婚未育女性中,主动寻求信息与偶然接触信息对生育意愿的直接影响也都不显著。主动寻求信息对感知朋友不生育的社会规范的影响不显著,但对个体生育态度、感知内部行为控制、感知外部行为控制则均产生了显著的影响。模型系数显示,对已婚未育女性而言,在微博上主动寻求生育经历相关信息越频繁,个体生育态度越积极、感知行为控制越强烈。与未婚未育女性相类似,偶然接触信息对已婚未育女性的个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范、感知内部行为控制、感知外部行为控制均产生了显著的影响,模型结果表明,已婚未育女性在微博上偶然接触生育经历相关信息越频繁,个体生育态度越消极、感知朋友不生育的社会规范越强、感知行为控制越弱。个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范、感知外部行为控制对已婚未育女性的生育意愿具有显著影响。而感知内部行为控制对生育意愿的影响不显著,这一发现与未婚未育女性的情况有所不同。因而,对已婚未育女性而言,H3(b)、H3(c)、H4(c)未得到支持,而H3(a)、H3(d)、H4(a)、H4(b)、H4(d)得到支持。

通过对比分析,不难发现,对主动寻求信息的情况而言,个体生育态度、感知外部行为控制在其影响已婚未育女性生育意愿的过程中发挥中介效应。就偶然接触信息的信息获取模式而言,无论是未婚未育女性还是已婚未育女性,个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范均在其影响个人生育意愿的过程中发挥中介效应。感知内部行为控制的中介效应仅在未婚未育女性中成立,而感知外部行为控制的中介效应则在已婚未育女性中成立。因此,H5和H6得到支持。

五、结论与讨论

低生育率是当前影响中国人口均衡发展的最主要风险,如何调和育龄女性生育规划与经济压力、育儿责任与自身发展之间的矛盾,事关当前及今后的人口发展大局。在深度媒介化的时代,微博等社交平台中具体明确、切近性强的生育经历相关信息成为育龄女性生育决策的重要参考。由于微博中个人生育经历相关信息以负面内容为主,由此塑

造的媒介信息环境可能“培养”未育女性对生育的负面认知,降低其生育意愿。本研究发现,偶然接触信息与未婚和已婚女性的生育意愿显著负相关,主动寻求信息与生育意愿的相关关系则不显著。究其原因,一方面,与电视黄金时代社会大众观看电视节目的情况类似,刷微博已成为例行公事般、非目的导向的行为。在无意识状态下频繁接触负面生育信息环境,更易“培养”较低的生育意愿;另一方面,个体在面对尚未亲身体验的议题时,尤其容易受到媒介信息的影响(Jonge等,2004)。未主动寻求生育相关信息的女性往往尚未形成明确的生育规划,在此情况下无意识间频繁接触到微博中个人生育经历相关信息,极易受负面信息环境影响形成负面认知框架,导致生育意愿降低。此外,在未婚和已婚群体中,个体生育态度、感知朋友群体中不生育的社会规范、感知内部及外部行为控制在信息获取模式“培养”生育意愿的路径中,具体作用和角色存在差异。

(一) 主动寻求信息对已婚女性的效果“立竿见影”

就已婚女性而言,在微博中主动寻求与个人生育经历相关的信息,缓和了女性对生育的负面态度,并提升了其对行为控制的感知。首先,已婚女性可能已形成比较明确的生育规划,其信息搜索行为往往出于有明确行为导向的信息需求,而非寻找共鸣等情感需要。这些女性通过社交媒体中个体生育经历相关信息了解真实的生育图景后,有可能消解因未知的恐慌而引发的负面情绪,进而对生育做出较为客观的评判(Xiao等,2020)。个人生育经历相关信息中的负面内容,也可能让她们感觉到女性的生育困境正在被看见和被理解,减轻了受“母职神话”影响而必须成为“理想母亲”的心理压力,因而,可能缓和了对生育的负面态度。其次,在主动寻求信息的过程中,女性得以通过社交媒体中个人生育经历相关信息清晰地了解生育不同阶段的生理和心理的变化(Lee等,2022),提高自身生育知识水平的感知,进而增强感知行为控制。以往研究表明,主动寻求信息能够提高感知的知识水平,从而提升个体行为控制感知及自我效能感(Martinussen等,2015)。因此,新闻媒体应发挥社会教育功能,客观介绍从备孕到产后不同生育阶段的信息和信息,并及时纠正用户生产内容中的错误信息及自媒体账号发布的煽动性信息,为育龄人群的生育决策提供有效的信息参考。

在未婚女性中,主动寻求信息对个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范、感知行为控制的作用均不显著。究其原因,在中国社会,生育和婚姻紧密绑定,非婚生育未被普遍接受(於嘉,2022)。因而,未婚群体往往尚未形成明确的生育规划,她们主动寻求信息极有可能出于对生育体验的“猎奇”心理,而非以指导行为决策为目的,因而也往往不会根据所得信息调整自身认知。

(二) 偶然接触信息看似缺乏动机,实则效果强大

偶然接触个人生育经历相关信息对未婚和已婚女性的生育态度、社会规范感知及行为控制感知均有显著影响。对于生育规划尚不明确的未婚女性而言,在缺乏明确动机

的状态下频繁接触生育经历相关信息中的风险内容,极易潜移默化地受到负面信息环境的影响,形成负面生育态度,降低内部及外部行为控制感。就社会规范感知而言,受性别平等、个体化等思潮的影响,与生育相关的个人性社会规范日渐多样,对原本高度一致的社会性规范形成冲击;社交媒介中个人生育经历相关信息虽未能像大众传播媒介一样提供明确的社会规范样本,但负面内容的点赞、转发量及评论区的观点表达,是育龄女性判断“不生育”接受度的社交线索。在社会规范和传统文化强调生育重要性的背景下,育龄女性倾向于将这些社交线索阐释为“朋友”这一参照群体中的新个人性社会规范,而非父母或社会性规范。

鉴于偶然接触信息的强大影响,新闻媒体应提升其社交媒体议程设置能力,扩大生育相关的积极信息在社交媒体平台的覆盖面和传播面。首先,应着力策划凸显“获得性”框架的话题,强调生育的个体性价值,如情感慰藉、共同成长、陪伴感等,而不仅仅是以宏大叙事灌输生育对国家和社会的重要性。已有实证研究发现,年轻一代虽有较低的生育意愿,且婚育在传统上的保障性功能及传宗接代的意义已经淡化,但多数年轻人仍认同生育基于个体意义上的价值(李婷等,2022)。其次,新闻媒体也应设置“行动性”框架的话题。一方面,联合专业领域的意见领袖,科普无痛分娩、盆底肌修复、产后照料等切实解决女性生育生理损伤的措施;另一方面,详细解读国家的生育友好政策和支持措施,使育龄女性明确了解生育相关的社会性支持。

(三) 感知内部和外部行为控制在未婚和已婚女性中影响机制不同

本文研究结果表明,对生育的负面态度及感知朋友不生育的社会规范均削弱了女性的生育意愿,但感知行为控制对已婚和未婚女性生育意愿的影响存在差异。具体而言,感知外部行为控制能提升已婚女性的生育意愿,但感知内部行为控制并未产生显著影响;相反,感知内部行为控制能提升未婚女性的生育意愿,但感知外部行为控制并无显著影响。可见,已婚女性注重评估外部支持是否能够缓解其生育困境,未婚女性则侧重于判断自身处理生育负担的能力。

这一差异主要体现了家庭在当下中国社会的制度化作用。首先,主干家庭对女性生育意愿的影响仍十分强大,在儿童照料、教育、住房等日渐市场化的情况下,家庭提供的代际支持对于分担核心家庭的养育成本尤为重要,成为影响育龄女性生育决策的关键因素;其次,已婚女性也期待核心家庭的支持,如丈夫积极参与育儿劳动,以缓解自身工作一家庭角色的冲突。就现实情况而言,许多家庭并未形成分担养育时间成本和经济压力的共识,制约了女性生育意愿的释放。

因此,应着力构建国家一家庭协同的生育支持体系,提高家庭婴幼儿照护能力,解决“想生不敢生”的问题,消除女性对生育的恐惧和抵触,享受生育本身所具有的孕育生命、情感反哺等价值。较之发放生育津贴、延长女性产假等短效措施,生育友好政策应针

对不同养育阶段设置辅助性服务,如提供普惠性的假期托育机构、加快社区综合服务设施建设,从而缓解家庭内部的养育压力。此外,推动形成新型育儿文化,通过男女同体产假及塑造陪伴性、参与性父职形象等方式,为男性参与育儿劳动提供友好的社会文化环境,使家庭内部养育功能最大化,减少女性所面临的“生育惩罚”。从感知内部行为控制视角来看,释放育龄女性(尤其是未婚女性)潜在的生育意愿,需要强化住房保障、推动优质教育资源均衡化和扩大生育医疗保险的覆盖面,切实减轻生育带来的经济层面的后顾之忧;同时,构建生育友好的就业环境,加强对雇佣育龄女性较多的用人单位的扶持,如税收减免等优惠政策。此外,完善生殖健康服务收费标准和资源供给,推动公共场所母婴基础设施建设,并加强生育相关的健康教育,在全社会形成了解、理解、尊重女性生育劳动的氛围,切实减轻育龄女性的生理和心理压力。

(四) 研究结论与未来研究建议

本研究将培养理论与计划行为理论相结合,从实证层面初步探讨了社交媒体中用户生产的生育经历相关信息对育龄女性生育意愿的影响机制。在深度媒介化的背景下,个体对社交媒体的使用已经成为日常生活的例行活动,这种长期浸润使社交媒体所打造的信息环境具备“培养”个体现实社会认知的能力。微博对生育意愿的整体培养效果主要起始于偶然性接触,长期、频繁地接触负面生育信息环境——尤其当这种信息环境基于切近性强、生动的个体经历陈述时——会降低育龄女性的生育意愿。因此,大众传播媒介应积极借助社交媒体平台设置正向议题,凸显“获得性”和“行动性”框架,以塑造积极的媒介信息环境;同时,注重对用户的媒介素养教育,提高个体辨别错误信息及主动核查的能力,避免被自媒体的煽动性信息误导。此外,偶然接触信息并非惰性的信息浏览,而是能够引发心理及认知反馈,即通过塑造态度倾向、社会规范及行为控制感知对个体的行为意愿产生重要影响。个体生育态度、感知朋友不生育的社会规范在偶然接触信息对生育意愿影响的中介效应在未婚和已婚女性中均成立;感知内部行为控制的中介效应在未婚女性中成立,而感知外部行为控制的中介效应在已婚女性中成立,因此,生育友好政策的制定应注意捕捉不同群体的核心关注,从而高效、有针对性地提供育龄女性所需的社会支持。

此外,主动寻求信息主要通过影响个体的社会—心理因素发挥培养效果,其具体机制在未婚和已婚女性群体中有所不同。个体生育态度、感知外部行为控制在主动寻求信息和生育意愿两者关系间的中介效应仅在已婚女性中成立,佐证了已婚女性对生育信息的强烈需求。大众传播媒体及政府卫生健康宣传部门应积极通过社交媒体进行生育科普教育,在发布优生优育类的指导信息的同时,更要强调孕妇自我关怀和家庭情感支持的重要性,如产后抑郁的严重性和解决方案,通过满足已婚女性多方面的信息需求,充分释放这一生育主力群体的生育意愿。

本研究也存在一定的局限。首先,本研究缺少欠发达地区、受教育程度较低的女性样本,未来的研究应着眼于“快手”等相对下沉的社交媒体平台,更全面地描摹不同生活状态的女性生育意愿的图景。其次,本研究聚焦微博为代表的社交媒体圈层内的社会规范,并不能够代表社会规范的全部,且研究并未对微博平台上的生育信息进行内容分析,仅关注了用户获取信息的方式和频率,研究结论可能存在一定的偏差。此外,微博中存在多样化的生育相关信息,如探讨生育对女性生理、家庭关系、主体性等方面的影响,后续研究可以从更为细分的话题入手,比较不同类型的信息与社会—心理因素及生育意愿的关系,从而提出更有针对性的建议。另外,信息接触与生育意愿之间可能存在反向因果关系,后续应尝试多种数据分析方法以消除可能的偏误。

参考文献:

1. 陈卫民等(2022):《上网为什么会影响个人生育意愿?》,《人口研究》,第3期。
2. 黎黎、李凤萍(2021):《传统性别观念、信息传播与女性生育意愿——基于育龄女性的问卷调查研究》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》,第12期。
3. 李梦竹(2022):《社交媒体赋权:微信育儿群对母职自主性的建构》,《当代青年研究》,第3期。
4. 李婷等(2022):《中国的婚姻和生育去制度化了吗?——基于中国大学生婚育观调查的发现与讨论》,《妇女研究论丛》,第3期。
5. 李希光等(2020):《公众在重大疫情暴发初期的风险感知差异——新型冠状病毒肺炎健康信息采用的影响机制研究》,《全球传媒学刊》,第1期。
6. 邱磊菊等(2022):《互联网使用会影响居民生育意愿吗?》,《人口研究》,第3期。
7. 万旋傲(2022):《偶然接触新闻的再流行:理论延展及其知识限度讨论》,《新闻界》,第5期。
8. 於嘉(2022):《何以为家:第二次人口转变下中国人的婚姻与生育》,《妇女研究论丛》,第5期。
9. 郑真真(2014):《生育意愿的测量与应用》,《中国人口科学》,第6期。
10. 周翔、李稼(2017):《网络社会中的“媒介化”问题:理论、实践与展望》,《国际新闻界》,第4期。
11. Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000), Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology*. 11(1): 1-33.
12. Ajzen, I., & Klobas, J. (2013), Fertility Intentions: An Approach Based on the Theory of Planned Behavior. *Demographic Research*. 29: 203-232.
13. Asfaw, H.M., & Gashe, F.E. (2014), Fertility intentions among HIV positive women aged 18-49 years in Addis Ababa Ethiopia: A Cross Sectional Study. *Reproductive Health*. 11(1): 11-36.
14. Balch, G.I. (1974), Multiple Indicators in Survey Research: The Concept "Sense of Political Efficacy". *Political Methodology*. 1(2): 1-43.
15. Bhrolcháin, M., & Beaujouan, E. (2012), Uncertainty in fertility intentions in Britain, 1979-2007. *Vienna Yearbook of Population Research*. 9: 99-129.
16. Billari, F.C., Philipov, D., & Testa, M.R. (2009), Attitudes, Norms and Perceived Behavioural Control: Explaining Fertility Intentions in Bulgaria. *European Journal of Population*. 25(4): 439-465.
17. Chen, H.-T., Kim, Y., & Chan, M. (2021), Just a Glance, or More? Pathways from Counter-Attitudinal Inci-

- dental Exposure to Attitude (De) Polarization Through Response Behaviors and Cognitive Elaboration. *Journal of Communication*. 71(1):83–110.
18. Clifford, S., Jewell, R.M., & Waggoner, P.D. (2015), Are Samples Drawn from Mechanical Turk Valid for Research on Political Ideology?. *Research & Politics*. 2(4):72–86.
 19. Czaja, R., Manfredi, C., & Price, J. (2003), The Determinants and Consequences of Information Seeking Among Cancer Patients. *Journal of Health Communication*. 8(6):529–562.
 20. Gerbner, G., & Gross, L. (1976), Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*. 26(2):172–194.
 21. Goyanes, M., & Demeter, M. (2020), Beyond Positive or Negative: Understanding the Phenomenology, Typologies and Impact of Incidental News Exposure on Citizens' Daily Lives. *New Media & Society*. 24(3):760–777.
 22. Gu, H., Bian, F., & Elahi, E. (2021), Impact of Availability of Grandparents' Care on Birth in Working Women: An Empirical Analysis Based on Data of Chinese Dynamic Labour Force. *Children and Youth Services Review*. 121:105859.
 23. Hawkins, R.P., Pingree, S., & Adler, I. (1987), Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect: Adult and Adolescent Samples in the United States and Australia. *Human Communication Research*. 13(4):553–557.
 24. Jabson, J.M., Patterson, J.G., & Kamen, C. (2017), Understanding Health Information Deeking on the Internet Among Sexual Minority People: Cross-sectional Analysis from the Health Information National Trends Survey. *JMIR Public Health and Surveillance*. 3(2):Article e39.
 25. Jonge, J., Frewer, L., Trijp, H., Renes, R., Wit, W., & Timmers, J. (2004), Monitoring Consumer Confidence in Food Safety: An Exploratory Study. *British Food Journal*. 106(10/11):837–849.
 26. Kicali, U., & Acar, D. (2021), An Integrated Approach to COVID-19 Preventive Behaviour Intentions: Protection Motivation Theory, Information Acquisition, and Trust. *Social Work in Public Health*. 37:1–16.
 27. Kwan, L., Yap, S., & Chiu, C.Y. (2015), Mere Exposure Affects Perceived Descriptive Norms: Implications for Personal Preferences and Trust. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 129:48–58.
 28. Lee, J.Y., & Lee, E. (2022), What Topics are Women Interested in During Pregnancy: Exploring the Role of Social Media as Informational and Emotional Support. *BMC Pregnancy and Childbirth*. 22(1):517–527.
 29. Martinussen, R., Ferrari, J., Aitken, M., & Willows, D. (2015), Pre-service Teachers' Knowledge of Phonemic Awareness: Relationship to Perceived Knowledge, Self-efficacy Beliefs, and Exposure to a Multimedia-enhanced Lecture. *Annals of Dyslexia*. 65(3):142–158.
 30. Massey, P.M., Kearney, M.D., Hauer, M.K., Selvan, P., Koku, E., & Leader, A.E. (2020), Dimensions of Misinformation about the HPV Vaccine on Instagram: Content and Network Analysis of Social Media Characteristics. *Journal of Medical Internet Research*. 22(12):Article e21451.
 31. Mencarini, L., Vignoli, D., & Gottard, A. (2015), Fertility Intentions and Outcomes: Implementing the Theory of Planned Behavior with Graphical Models. *Advances in Life Course Research*. 23:14–28.
 32. Meadowbrooke, C.C., Veinot, T.C., Loveluck, J., Hickok, A., & Bauermeister, J.A. (2014), Information Behavior and HIV Testing Intentions Among Young Men at Risk for HIV/AIDS. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 65(3):609–620.
 33. Mussino, E., Gabrielli, G., Ortensi, L.E., & Strozza, S. (2021), Fertility Intentions Within a 3-Year Time Frame: A Comparison Between Migrant and Native Italian Women. *Journal of International Migration and Integration*.

- 23(2):947-948.
34. Neubaum, G., & Krämer, N. (2014), Let's Blog About Health! Exploring the Persuasiveness of a Personal HIV Blog Compared to an Institutional HIV Website. *Health Communication*. 30(9):872-883.
35. Park, H., & Smith, S. (2007), Distinctiveness and Influence of Subjective Norms, Personal Descriptive and Injunctive Norms, and Societal Descriptive and Injunctive Norms on Behavioral Intent: A Case of Two Behaviors Critical to Organ Donation. *Human Communication Research*. 33(2):194-218.
36. Potter, W.J. (1991), Examining Cultivation From a Psychological Perspective: Component Subprocesses. *Communication Research*. 18(1):77-102.
37. Sparks, P., Guthrie, C.A., & Shepherd, R. (1997), The Dimensional Structure of the Perceived Behavioral Control Construct. *Journal of Applied Social Psychology*. 27(5):418-438.
38. Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021), Every(Insta)Gram Counts? Applying Cultivation Theory to Explore the Effects of Instagram on Young Users' Body Image. *Psychology of Popular Media*. 10:87-97.
39. Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018), Social Media Cultivating Perceptions of Privacy: A 5-Year Analysis of Privacy Attitudes and Self-disclosure Behaviors Among Facebook Users. *New Media & Society*. 20(1):141-161.
40. Xiao, X., & Wong, R.M. (2020), Vaccine Hesitancy and Perceived Behavioral Control: A Meta-analysis. *Vaccine*. 38(33):5131-5138.

Social Media Information Acquisition and Its Impacts on Women's Fertility Intention: A Comparison between Information Seeking and Incidental Exposure

Jiang Qiaolei Wang Hongkun Chen Zonghai

Abstract: As the fertility rate in China has declined to very low levels, promoting women's fertility intention is of great significance for population growth in the long run. In light of the increasing mediatization in social context, this study adopts Cultivation Theory and the Theory of Planned Behavior to investigate the influence of two different modes of information acquisition, i.e., information seeking and incidental exposure, on women's fertility intention. And it explores the mechanisms for unmarried and married young women respectively. The results show that the cultivation effect of information acquisition on fertility intention is mediated by socio-psychological processes. Information seeking influences married women's fertility intention via one's attitude and perceived external behavioral control. Incidental exposure is influential in both unmarried and married women's fertility intentions, in which one's attitude and perceived social norm among friends play mediating roles. Notably, married women's fertility intention is associated with perceived external behavioral control but not the internal one, opposite to the results of the unmarried women cohort. Implications and limitations are also discussed.

Keywords: Cultivation Theory; Theory of Planned Behavior; Fertility Intention; Information Seeking; Incidental Exposure

(责任编辑:牛建林)