

# “中介化爱情”之困：理解线上交友平台的媒介化与性别化

孙 萍 李宜桐 于小童

**【摘 要】**本文将媒介化引入线上交友的实践范畴,从媒介技术中介的视角窥探线上亲密关系的特征,以及对参与者形成的认知和实践层面的影响。通过深度访谈、问卷调查和漫游研究法,本文发现线上交友平台形塑了一个碎片的、流动的、公共展演式的媒介景观,并以此为基础重新建构了个体对于亲密关系的自我认知和性别化想象。本文尝试提出“中介化爱情”这一概念,以此来阐释线上交友平台嵌入个体社会生活的影响,具体来说,包括流动性、选择性和性别化三个层面。在交友平台的语境中,个人开始接受亲密关系的流动、可变、浅层,同时学会在隐私与真实之间构筑一道基于媒介技术的“防火墙”,并在其中尝试建立基于性别平等与协商的公共规范。“中介化爱情”有助于我们反思平台、技术与性别之间的动态关系,以及在此基础上形成的媒介化影响。

**【关键词】**线上交友;平台;性别;媒介化

**【作者简介】**孙萍(1988-),女,中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员,中国社会科学院大学新闻传播学院岗位教师,研究方向:平台经济、数字劳动(北京 100021);李宜桐(1999-),女,中国社会科学院大学新闻传播学院2021级硕士研究生,研究方向:平台经济、互联网广告(北京 102488);于小童(1999-),女,中国社会科学院大学新闻传播学院2018级本科生,研究方向:人际传播、数字劳动(北京 102488)。

**【原文出处】**《妇女研究论丛》(京),2023.1.117~128

## 一、从现象到问题

过去十年间的媒介技术发展见证了社会关系的全面数字化,婚恋交友也不例外。信息化时代,数以亿计的人群正在拥抱线上亲密关系,虚拟爱情和线上交友正在成为建构新一代社会关系的重要场域。根据中华人民共和国民政部的数据,2018年,中国单身人口高达2.4亿;截至2021年,中国独居人口有近1亿。家庭结构呈现单身化趋势的同时,互联网婚恋交友市场规模也在持续扩大。调研数据显示,截至2021年6月,中国互联网婚恋交友用户达2812.9万人,月使用时长超1亿小时<sup>[1]</sup>。当大规模的人群走入线上,尝试发展线上亲密关系时,我们不禁要问:媒介化交友环境到底在何种意义上改变了当下社会对于爱情、亲密关系和恋爱体验的认知?本文的研究议题正是源于当代人关于线上亲密关系的普遍困

惑:当数字关系的建立变得如此简单易行之时,为何亲密关系的建立却困难重重?虚拟世界里美好的爱情真的存在吗?它带给个人怎样的体验与感知?

关注线上交友并非完全没有意义。从媒介化角度出发,线上交友的出现并不是对线下传统亲密关系形成过程的完全复制,而是带有鲜明的媒介中介属性。因为技术、媒介和交友平台的存在,线上交友成为介于“透明”与“遮蔽”之间的一种中介型社会关系,并正在以其特有的方式重塑当代人对社会关系尤其是亲密关系的认识与想象。已有不少研究关注过线上交友的特点与社会影响,并延展出很多深刻而有趣的议题讨论,如交友软件的使用<sup>[2][3][4]</sup>、LGBT与种姓的独特性<sup>[5][6]</sup>、女性的自我认知<sup>[7][8]</sup>和个人婚恋的叙事<sup>[9][10]</sup>等。但是少有研究关注线上交友的媒介化问题,即交友平台和媒介化技术如何改变了人们发

展亲密关系的逻辑和实践,这其中又呈现出怎样的“社会性格”。换句话说,本文对媒介化的研究试图从实证经验出发来探究一个较为宏观的问题,如唐士哲所言:“媒介化所彰显的动态关系,更着重在宏观的社会制度或机构层次,强调媒介的影响除了介入社会过程,有时更在于导引其他社会场域里特定制度化实践内涵的重塑。”<sup>[11]</sup>

回到交友平台的媒介化,本文希望把个体线上交友的话语、行为和实践作为一个动态的过程,探究在此过程中,平台化的机制与媒介技术的中介作用如何形塑当代人对爱情或亲密关系的感知与想象。文章的研究问题可以表述如下:数字技术和线上交友平台的中介作用如何影响人们对于亲密关系的话语阐释和个体感知?它们呈现出何种性别化特征?此种不可见却又大规模的线上交友“媒体景观”隐含着怎样的社会文化意义?

媒介化与全球化、商业化、个人化并称为现代社会四大特征<sup>[12](PP13-31)</sup>。当代青年人的数字化交友呈现出明显的技术中介化趋势。可以说,媒介的嵌入带来了基于技术运行逻辑的影响,如除了文字内容之外,现代化的媒介更强调图片、视频等可视化输出,或流量与算法的技术助推等,同时也带来了宏观层面的诸多变化:时空的异步性、交往的流动性、互动的无奈与冲突性等。这些经历正在深刻地影响着当代人对于亲密关系的感知与想象。

基于深度访谈、问卷和App漫游法,本文提出“中介化爱情”的概念,以此来描述媒介技术和平台组织对于现代社会亲密关系的影响。“中介化爱情”旨在展现当代人在网络平台寻求亲密关系的过程、特点与可能的结果。“中介化爱情”强调媒介技术对亲密关系的调和、关联和分隔作用,以及由此产生的个体对亲密关系不同的认识与感知。综合来看,平台语境下中介化亲密关系充满了流动性、选择性和基于性别需求差异的纠缠与矛盾。三者既展现了层层递进的实践逻辑,也展现了交友过程中的不同面向。技术中介的交友平台塑造了一个个流动空间,参与者的时空异步和快速流动使亲密关系的建立变得困难重重,从而形成了流动和碎片的“浅层社交”。正是在这样快速流动的空间中,个性化和选择性的用户自主内容生产(User Generated Content)成为

主流。在公开却又遮蔽的环境中,对自身形象进行数字化“优化”成为大多数人的选择。使用者,尤其是女性,在“中介化爱情”中面临自我身份认知的挑战,羞耻感与冒险感同时存在,对于自我身份的再确认也带来了更加彰显性别平等的传播实践。可以说,“中介化爱情”是一个不断被定义的过程,这其中彰显了技术、个体情感与数字平台之间的动态关系。

平台语境下的中介化亲密关系以集体寻爱的方式塑造了一个个共享的情感空间和传播仪式,但這些空间与仪式的达成充满着基于时空、信任、选择、情感需求等不同维度的阻隔与赋权,它们的存在使多元化的个人产生了截然不同的数字经历,并产生了媒介化与性别认知的有趣交互。技术中介下的爱情充满了约翰·彼得斯(John Peters)所论述的“交流的无奈”。它既是即时的,又是疏离的;既是可见的,又是不可见的;既是集体的,又是个人的。本文对“中介化爱情”的表现形式和主要内容进行了概括和阐释。具体而言,主要包括三个层面:流动性、选择性和性别化。流动性主要阐释青年人群如何将交友平台塑造成日常工作和生活的“间隙空间”;选择性指个体在交友平台上进行有选择的身份展演和数据化呈现;性别化则阐释了不同人群在使用交友软件、建立亲密关系的过程中基于性别认知所产生的碰撞与意义赋予。

## 二、核心概念与研究思路

### (一)关于媒介化

作为日趋多样化的媒介形态,交友平台为身处不同时空的个体建立起连接的渠道,并推动着人际传播方式、行为实践和意义建构层面的诸多变化。正如哈罗德·英尼斯(Harold Innis)、马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)等传播学者所传达的,一种媒介形态存在的重要性不仅在于它传递了什么信息,更在于其本身形塑、引发或建立的沟通实践与社会现实<sup>[13][14]</sup>。英尼斯在《传播的偏向》中使用“时间偏向性媒介”和“空间偏向性媒介”来阐释不同媒介形态对于社会发展全然不同的影响。从这个意义上说,媒介本身存在所带来的社会影响比其能承载的内容和信息文本更加持久和深远。

什么是媒介化?按照索尼娅·利文斯通(Sonia Livingstone)的分析,“媒介化”阐释的是一种过程,即

“日常实践和社会关系日益由中介技术和媒介组织所形塑的元过程”<sup>[15](PP1-18)</sup>。对“媒介化”的研究兴起于20世纪80年代,学者肯特·埃斯普(Kent Asp)在研究中描述了瑞典政客的发言内容如何受媒体报道影响,并提出了政治的“媒介化”这一问题<sup>[16]</sup>。随着媒介在社会生态中的影响力不断增大,媒介化的研究也由政治领域扩展至更广阔的社会变迁之中<sup>[17]</sup>。“媒介化”概念的独立与被承认,展现出媒介对社会影响的日益增强。随着媒介技术的不断发展,部分传播媒介因提供跨越空间的“连结性”而成为串起其他元过程的关键环节。为此,学者将媒介化与个人化、商业化与全球化并置,认为它是现代社会的四大特征之一<sup>[12]</sup>。

随着媒介形式的增多,媒介化研究变得丰富起来,并逐渐形成了两种传统。一为制度化分析路径,将媒介看作一种独立的社会机构或“制度化力量”来探究它的运行组织逻辑。对传统的大众媒体如广播、电视、报纸以及现今的互联网媒介的研究,都属于此种路径<sup>[18]</sup>。其中,媒介运行的“专业主义”“商业主义”“媒介技术”是这一脉络下最主要的研究面向<sup>[19](PP43-63)</sup>。二为社会建构分析路径,认为媒介与社会“浑然一体”,媒介化是“人类通过媒介嵌入日常生活世界和建构现实的过程”<sup>[20]</sup>。在社会建构的研究路径中,不同的技术、实践和传播符号均参与到人类社会的沟通实践过程中,媒介化成为一个历史的、互动的过程<sup>[21][2]</sup>。如唐士哲所言:“媒介化试图将特定媒介科技形式的使用所造成的社会影响与更广阔的社会过程结合,且更强调前者对于后者的介入或干预。”<sup>[11]</sup>在这种动态变化的逻辑下,建构视角下的媒介化采取了宏观叙事,关注媒介与社会制度、体制结构的关系<sup>[23]</sup>。

当下的媒介化研究已经生产出丰富而系统的理论阐释,但与此同时,也存在一些值得探究的问题。一方面,学界多关注作为“理论”和“概念”的媒介化,而较少关注作为“实证”和“沟通过程”的媒介化。这当然与媒介化研究发展中偏重宏大叙事、重视结构性因素的研究路径密不可分。但是,正如施蒂格·夏瓦(Stig Hjarvard)所言,媒介化研究的目标不应停留在理论标签之上,而应成为解释社会现实的有效工具<sup>[24]</sup>。只有深入一个个情景式的媒介化世界,探究

不同语境下的传播实践如何与媒介进行关联与互动,才能真正拓展关于媒介化研究的理论路径。另外,既往的媒介研究虽然关注议题广,但多从自身学科视角出发,形成了以媒介文本或内容为中心的分析视角。这样的研究十分重要,却忽略了媒介作为一种文化运行逻辑,本身如何与其他社会结构性因素如性别、职业、生产和消费进行多元互构。而这恰恰是媒介化研究需要重点关注的问题。从性别角度来说,既往研究关注了媒介对不同性别尤其是女性的内容呈现、形象建构、媒介化消费,却较少关照到媒介逻辑本身对性别关系、性别感知的影响。本文将以此为切入点,着眼于线上交友平台中亲密关系的建立,并以此探究交友平台中媒介化的影响与其性别化的表现形式。

即便是在古代社会,亲密关系的达成也总是存在“中介”。“父母之命,媒妁之言”反映了“媒人”这一角色在传统社会爱情与婚姻生活中的中介作用。在数字化时代,互联网、线上交友平台成为“新媒人”,不同的是,交友平台的日渐风靡在社会层面形成了一种超越时空范畴的、流动的新型亲密关系。早期对媒介和亲密关系建构的研究聚焦于媒体对性行为的影响,认为媒体在亲密关系与性的民主化中发挥了作用<sup>[25]</sup>。移动互联网出现后,线上交友媒介为个人提供了一种新的沟通桥梁,用户在平台中建立联系,进而改变自身对爱情的理解和寻求方式<sup>[26]</sup>。

在为亲密关系的建构提供便利的同时,交友平台也使亲密关系产生了显著的变化。一方面,获得亲密关系成为一种娱乐和“购买”过程。齐格蒙特·鲍曼(Zygmunt Bauman)在《液态之爱》中指出,以计算机为媒介的约会将亲密关系的建构过程转变为一种娱乐形式,而这种建立在媒介基础上的约会现象被瑞贝卡·海诺(Rebecca Heino)等人称作“关系购买”(relation shopping)<sup>[27]</sup>,爱情成为平台出售的商品。另一方面,基于媒介建立起的亲密关系易于获取,也更加容易失去。在交友平台中,人们能够随时与陌生人联系,也能同时与多位平台用户尝试建立亲密关系,在此过程中,承诺的义务和承担的责任不断弱化,亲密关系的随意性提升<sup>[28]</sup>。我们应如何理解线上交友带给亲密关系的影响?个体如何感知这些变化?交友平台所带来的媒介化是否催生了关于亲密



关系的重新解读? 这些问题值得进一步思考。

## (二) 亲密关系与性别感知

既往研究对于亲密关系的定义较为宽广,包括代际、家庭以及诸多其他形态的情感关系,而本研究将其框定在双方试图建立恋人关系的图谱之中。本文不纠缠于“亲密关系”与“爱情”这两个概念的异同,而是从线上交友的实际语境出发,将交友平台使用者试图建立亲密关系的过程看作其寻求爱情的过程。

与线下交友不同,线上交友平台存在不同程度的虚拟性和遮蔽性,因此参与者在亲密关系的实践中会面临信任与隐私的双重考验。一方面,参与者会想要确证并寻求自身安全感的控制;另一方面,由于无法看到真实存在的对方,参与者对于性别化的话语和交流也会有更强的感知。当下,交友平台已经形成基于技术可供性和商业化运营的一整套“可见性”策略,并深刻地影响到个体对于线上交友的性别化感知。概括来说可以分为三个方面:对于隐私和自我性别化的焦虑,亲密关系的阶层性差异,以及新兴性别气质的展现。

对于隐私和自我性别化的焦虑主要表现为线上交友参与者对于性别相关的隐私信息被公开的担忧。多项研究发现,LGBT群体在社交平台上传的信息多为介绍自己的性取向、健康相关信息,以及裸露身体部位的照片<sup>[29][30][31]</sup>。但这些较敏感信息的上传会给用户带来较强的隐私焦虑<sup>[32]</sup>,他们并不确定公开这些性别私密信息后是否会自己的生活带来不利影响。卡梅隆·吉尔斯(Cameron Giles)等人的研究发现,用户实际上不太关心平台组织是否会获取自己的隐私,而更加关心自我的“社会隐私”<sup>[33]</sup>,即上传的个人资料对线上约会平台之外的人是否具有可见性、分享裸照是否会让自己的名誉受损等。有学者通过研究交友平台中的付费机制和层级服务发现,平台通过“情感商业化”的方式对不同人群进行了权责分层,部分个体从而获得了“监视”他人的特权,此种“液态监视”形塑了全然不同的性别化感知<sup>[4]</sup>。

亲密关系的阶层性差异在线上交友平台中有明显体现。用访谈者的话来说,即“五花八门的人都有,各种层次的人都有”。有学者研究了农民工群体

的线上交友,发现农民工群体的线上交友存在显著的性别差异,男性农民工在线上交友场景中多处于被排斥的状态,女性务工人员则反映自己曾被男人欺骗,或发展了因不稳定经济状况而破裂的亲密关系<sup>[9]</sup>。还有学者发现,农民工对交友软件的使用在不断更新着自身对于婚恋、自我现状的认知,同时也帮助农民工群体实现了某种程度上的自我身份抗争<sup>[34]</sup>。线上亲密关系的发展和形成也具有性别不平等和结构性不平等的特点。不同背景的参与者在兴趣爱好、个人经历、交流用语上存在显著差异,在线上交友中,这些差异往往会被参与者归结为基于阶层的“品位”差异,并依此来总结自我的性别化经验。

新兴性别气质的展现与线上交友的中介性同样密不可分。瑞文·康奈尔(Raewyn Connell)在最初讨论“男性气质”时将其定义为一种“霸权”,即男性占主导地位,女性处于附属或次要地位,但性别气质也是分层的,即便是在同一性别群体内<sup>[35]</sup>。“新兴男性气质”(emergent masculinity)指的是一些男性展现出的不同于或者抵制霸权男性气质(hegemonic masculinity)的新生活方式<sup>[36]</sup>,这种生活方式多是从关系的视角而非等级的视角来理解性别气质。例如,有学者发现,在直播平台中,男主播会通过情感劳动、沟通实践来建构丰富、细腻、善于理解的“新兴男性气质”,但在收获关注的同时,自身也因参与以女性为主的行业而感到挫败和无奈<sup>[37]</sup>。“新兴女性气质”(emergent femininity)由“新兴男性气质”发展而来,具体展现为女性从家庭和社会的苛责和束缚中解放,如当下的中国都市女性所展现出的自信、公开表达和消费能力。研究发现,一些女性不再束缚于传统角色,在线上关系中,她们与男性虚拟恋人互动,以此来缓解日常生活中积累的挫败感。借助媒介的中介力,两种新兴的性别气质冲击和挑战了传统的霸权男性气质<sup>[8]</sup>。

## 三、数据收集与分析

媒介技术如何影响到线上亲密关系的建立与感知? 要回答这一问题,离不开对于交友App的使用跟踪以及使用者总体的感知与认识。因此,本研究采用深度访谈、问卷调查和漫游研究法(the walk-through method)相结合的方法来获取数据。首先,访

谈的目的在于了解受访者交友软件的基本使用情况、交友目的和经历,从而理解受访者对于技术中介化的影响感知。2022年3-10月,本文三位作者所在的调研小组对目前国内外主要的线上交友平台(包括“探探”“Tinder”“Soul”“积木”“Rele”“青藤之恋”等)的30位使用者进行了深度访谈。其中,每位受访者的访谈时间为60-90分钟,访谈形式采用半结构化,受访者的年龄为19-39岁,其中男性15位、女性15位。职业包括IT人员、教师、个体经营人员、自由职业者、酒吧服务员等。每位受访者的访谈均有录音转录和文字整理。

为了勾勒线上交友参与者的总体特征,本研究配合深度访谈的研究提纲,围绕交友平台的使用感知开展了线上问卷访谈。一二线城市聚集了大量交友软件的使用者,且呈现出人员和职业多样化的特征,较为符合本次调研目的。问卷调查在5个城市——北京、上海、广州、成都和武汉开展,每个城市都进行了随机抽样调查,各回收有效问卷300份,共计1500份。

除此之外,对于线上交友软件的感知也离不开个体对于交友系统的可供性认知。为此,本文三位作者采用了漫游研究法,在主要的交友平台进行会员注册和定期的App使用、探索和互动,以此探究平台界面、内容对于使用者的切身认知和行为上的影响。漫游研究法最早被学者用于分析线上交友App的界面话语研究,通过“与App界面直接交互,观察它的技术机制和文化嵌入,从而理解它如何引导和形塑使用者的体验”<sup>[38][P3]</sup>。App漫游法有效地融合了科学、技术与社会研究脉络对技术体系的强调,以及文化研究对话语表征的分析,因此被研究线上互动媒介的学者广泛使用<sup>[39][PP231-246][40]</sup>。由于本研究旨在探究线上交友App的媒介化逻辑与影响,因此,漫游法有效补充了本文三位作者对于线上交友软件的了解和熟悉。三位受访者在交友软件上分别注册,其中一位是普通用户、两位是VIP会员用户。三人具有半年的App使用、浏览、线上交友实践经历。与此同时,其中一位作者自2022年7月起在某主要交友平台的聊天室担任主播,每周进行1-2次线上直播,直播时间为2-4小时。直播时间已累积3个月。聊天直播的过程有助于更加深入理解用户在交友软件使

用中遇到的困惑。

#### 四、“流动约会”与“浅层社交”

线上交友平台建立了“流动空间”的场域。交友平台由诸多流动的、不定期更新的“空间场”构成,其中包括用户的主页、直播间、语音聊天室、随机匹配聊天板块等,这些丰富多样的虚拟空间借由用户自主内容生产形成了一种“广场式”的大规模线上展演。当使用者登录平台时,会立刻被丰富多彩的空间场所吸引,有趣的内容、时时更新的空间、多样的体验感使用户的浏览轨迹变得流动和非线性。同时,用户对交友软件的使用也基于“流动时间”。相较于微信、微博等占据受众更长时间的社交媒体,线上交友App的存在与扩张主要依赖对受众碎片化时间的利用。对于碎片时间的收编和利用,是线上交友平台成功的重要原因。大多数受访者对交友软件的使用是间歇式浏览,这种使用方式一般无固定时间,也不会持续过长时间,而是具有偶发性,“深夜或突然想起来,会看一眼”。这种使用习惯促进了“流动约会”的产生。约会方式不局限于线下见面,而是在交友软件中,建立来去自由、没有绑定的交流关系。对线上交友平台来说,借由资源的聚合和算法匹配的中介性,“以爱为名”的线上规模化交友对虚拟空间的人际关系进行了重构。流动的时空打破了多数受访者传统的恋爱观,即认为“感情需要慢慢培养”,逐渐动摇了使用者对于亲密关系建立的认知,并开始形塑一种“浅层社交”的状态。

你跟他聊天的时候,他就非常敷衍,也完全没有在拿脑子跟你聊,其实根本不想关心你,并不在意你平时到底在干嘛,也不是很关心你跟他分享的东西。(金鱼,2022年3月访谈)

现在的感情都是“快餐式爱情”,都是看看照片,没有那么大的了解欲望。(Seven,2022年4月访谈)

在访谈中,受访者普遍反映自己无法在线上交友中寻找一段“深度情感”,快节奏的互动和时空的异步性使双方深度的交流变得困难。交友平台的线上聊天、评论、动态等功能都呈现了时空上的差异。例如,参与者可以在任意时间回复对方的内容,但是当看到“已读”显示而未收到回复时,会感到失望。

在针对线上交友软件用户进行的问卷调查中,近六成受访者降低了“专一”在婚恋中的重要程度,

“浅层社交”冲击了“一对一”的传统婚恋模式。多数受访者在交友软件初期,会带着传统的恋爱观念去要求对方,但这样的认知会在遇到一些情感观念和交友目的并不相合的人后慢慢改变。历经多次“失败”的交友经历后,他们慢慢改变了自己对于爱情和亲密关系的想象。他们不再追求单一的、深度的“天长地久”模式,对亲密关系的认识变得更加洒脱。线上交友软件的使用者开始逐渐了解并接受“速食化爱情”,流动的、暂时稳定的亲密关系成为可能。

有学者在对虎扑、豆瓣小组、微博等社交软件的一项研究中发现,社交媒体所中介的情感亲密不再是“我一你关系”,而是更接近于“我一它连接”,线上亲密对象成了工具性的“它”,一个可以便利地建立和断开连接的节点<sup>[41]</sup>。时空的异步性使关系的建立和断开变得更加容易,快速的流动性显而易见。人们可以无须真正关心他人,而是将他人视为满足自身亲密需要的工具或者消费伙伴,从这个意义上讲,亲密因此被进一步降维为一种消费行为。个体间的关系从长期的“关联”变为短期的“连接”,从可能的“伴侣”变为可匹配的“他者”。这样的浅层社交几乎没有了承诺、责任和长期性所带来的固态关系特性,随时可以开始和结束。

在L(平台)上认识并交往的很多(人)都是速食恋爱,差不多(谈过)八、九、十次,像过家家,通过绑定恋人关系来宣告一种关系的建立,上面能记录交往时间。我最短的(恋爱)一个星期,长一点的两个月。(小李,2022年4月访谈)

浅层社交所带来的潜在影响是个体对时空流动性的进一步确证,以及在此基础上展开的策略性交友实践。虽然众多交友App都主打“恋爱”,但交友平台的设计和定位会吸引全然不同背景的人群,因此使用者会有选择地使用不同的平台。对使用者而言,在不同社交平台间的“跳跃”和“迁移”正是基于自己对亲密关系的不同需求,实现在不同交友平台之间的流动:主打“灵魂社交”的“Soul”,使用者可以通过“恋爱铃”和“星球匹配”等方式选择和自己兴趣爱好相同的伙伴;主打高学历交友的“青藤之恋”,使用者可以通过高校校园身份认证认识高学历的伙伴;主打志同道合的“Summer”,使用者可以通过设置

问卷和回答他人问卷寻找更契合自己认知的伙伴。

算法技术的中介性为线上交友带来了超越地域和时间限制的匹配机制,个体得以接触到更广范围的人群,加速的交流和异质的空间互动不但强化了“流动约会”,也带来了新的问题,即“流动约会”后的社交倦怠。“不想认识新人”“对陌生人产生倦怠感”“和人交流很累”成为线上交友用户的普遍呼声。

有时候聊得很累,哭过好几次,有一次聊着聊着中途对方去相亲了。不断认识新人、遭受挫折的过程特别劳累,消磨人的精气神,相处过程中有挫败感,不想再跟人打交道。(瑞婷,2022年4月访谈)

使用第一个月的时候还有新鲜感,第二个月的时候就已经开始厌倦。(在这上面)和人交流很累,生活中还有很多别的事情。没有碰到合适的人就会觉得很烦,悲观、消极……还会有一点挫败感。(小Q,2022年4月访谈)

社交倦怠的存在也引发了平台使用的中辍问题,据问卷调查数据,59.5%的用户有过卸载交友软件后重新使用的经历。“卸载”和“重启”之间的徘徊使用户间的连接弱化,为交友增添了阻碍。社交倦怠的呼声在女性群体中尤其明显,在与H平台的CEO交流中,我们得知线上交友平台存在严重的性别比例失衡问题,男性与女性用户的比例约为6:1,为了保证男性会员的使用体验,平台会给女性用户匹配更多的男性,每日繁多的、应付式的交流令不少女性受访者“身心俱疲”。佩珀·舒瓦茨(Pepper Schwartz)发现,线上交友市场让人们有了更多的选择,虽然交友变得更加高效,但人们也不得不花费更长时间从完全的陌生人发展为线上亲密关系,这也会降低线上约会的效率<sup>[42]</sup>。虽然线上交友软件为单身男女提供了更多的选择,但技术的中介性作用将人们的约会方式媒介化后,也带来了许多新的问题。正如哈特穆特·罗萨(Hartmut Rosa)在《新异化的诞生:社会加速批判理论大纲》中所说:“现代社会的特征,是事物增长量与科技加速注定般地结合在一起。”<sup>[43](P29)</sup>在线上交友中,科技带来的时空加速性在算法技术的中介下更加凸显。

### 五、选择性的身份展演

用户如何在交友平台上展现自己?媒介技术在其中起到了什么样的作用?调查发现,交友平台的



可操作性和用户内容生成的可编辑性使诸多用户能够有选择性地展现自我,在某些程度上,这与线下“相亲”的逻辑相似,即个体会倾向于展现自我更好的一面。但是,技术营造出的交友空间因相对独立于现实而具有了虚拟性,用户对交友平台中自我形象的选择和控制相对更强,并因此有了建构理想形象甚至虚假身份的可能。对自我进行选择性的“数据化”并呈现出一定的身份展演,是线上交友的重要特点。

大多数用户认为,自己建构的身份应当符合他人对于理想婚恋或交友对象的想象。问卷调查数据显示,在五级李克特量表题目“在平台中展示更受欢迎的一面”的回答中,青年用户的平均分为4.18,意味着青年用户更愿意在交友平台中展现正向、积极、美好的一面,并希望通过正面形象的建构吸引他人关注。如果媒介会对社会场域中特定的沟通实践产生影响,那么在交友平台的语境下,用户则表现出对自我身份的选择性展示。正如朱迪斯·巴特勒(Judith Butler)所言,人通过展演来建构身份,这种“展演”是一个经过调节的、受限制的、对于规范重复引用的过程<sup>[44]</sup>。线上交友是人际交往、社会关系规范形成的新场域,它潜移默化地影响着用户对自我和他人的认知,并成为个人将现实自我与理想自我等同化的工具<sup>[45]</sup>。用户在交友平台上呈现的形象,或真实,或刻意建构,都是经过了媒介技术的中介作用才得以达成。结合问卷数据分析,平台的存在既为了解他人信息可供了更多可能,也为他人身份的选择性展演提供了便利。在访谈中,有受访者称自己会在平台中建构一种“人设”,并以此吸引更多人的关注。

我在(交友平台)上面传统、保守、积极、贤惠、努力、好学,是非常独立自主的一个女性形象——但与本人完全不相符,我本人好吃懒做,我放出来的那个“我”会比本人性格更软、更容易接近。(小树,2022年4月23日访谈)

选择性身份展演也并非完全出于吸引他人的动机,通过选择性身份展现来排除“不合适的对象”也是重要目的。“不合适”既包括交友需求不同,也包括更泛在的兴趣爱好、价值观念、教育背景等层面的筛选。问卷调查发现,多数人对于交友或婚恋对象的

选择仍然受到“门当户对”观念的影响,六成以上受访者表示会考虑对方的经历、学历、个人条件等现实因素。身份是特定社会环境的结果,在不同背景下有不同的表现<sup>[46]</sup>。对于身处交友平台中的用户而言,用户不仅在主动接触他人,也是被他人接触的对象,他们在试图吸引他人与避免负面后果之间<sup>[47]</sup>寻求平衡。

随着加入线上交友的人越来越多,需求不匹配的矛盾凸显。主流用户开始重视平台所聚合的人群“质量”,高学历、好工作、高颜值的用户成为平台追求的目标人群。在网络空间的展现和流量的倾向上,交友平台建构了以城市中产为主要目标人群的线上交友文化氛围。在这样的导向机制下,用户的个人身份展现始终围绕“白富美”“高富帅”等形象进行自我塑造。这一方面带来了自我美化的信任危机,另一方面也加剧了社会阶层的媒介性分化。在关系建立时出现的线下交流预期使个人必须平衡“自我推销”的欲望和准确展示自我的需要<sup>[48]</sup>,当一些用户无法美化个人形象时,便出现了被迫沉默的群体——来自农村、大龄、底层的人群因为不符合城市中产的身份展现而被逐渐边缘化,这一人群难以获得线上匹配的机会,或者在匹配后极易被对方忽略。久而久之,以社会阶层划分为导向的边缘人群面临被污名化的风险,并逐渐成为交友平台上的“不可见人群”。

为了呈现自身美好形象,修图软件成为线上交友的必备工具,对于女性尤其如此。然而问卷调查中,女性用户对平台中的过度修图现象却表现出排斥情绪,对于“过度修图降低好感度”的认同达到4.05分(满分为5分)。频繁和长期的使用也会令女性用户陷入“修图困境”,她们既希望呈现更完美的形象,同时也对他人的精致图片产生审美疲劳。

人们容易被P图软件影响,它们让人产生幻觉——原来我这么漂亮,原来我谁都瞧不上,但现实中却没有人喜欢。P图没错,错的问题在于人对于P图影响到的自我认知,而平台上,无论是男性还是女性,自我认知都高于自己的真实情况。(一择,2022年5月14日访谈)

也有部分用户认为,交友平台的陌生人社交可以让自己更勇敢地表达。交友平台大多为用户提供

屏蔽联系人或附近用户的功能,问卷调查数据显示,27.6%的用户会在使用平台时启用屏蔽功能,50.4%的用户会视情况选择是否需要启用屏蔽功能。屏蔽功能的启用将用户从与熟人相遇的“后顾之忧”中解放出来;此外,与微博、微信等社交媒体不同,在线交友平台上的交际圈与用户的现实生活少有交集,用户因而拥有了独立于个人现实社交圈之外的媒介环境。熟人的缺位使用户得以摆脱现实生活中的利益关系限制,有机会选择一种规范重塑,并因此卸下生活中的“面具”,得以在平台中发布“不适合在(微信)朋友圈发”的内容,或将平台作为能够宣泄情绪、畅所欲言的“树洞”。这里的表达“不再是社交(目的),只是单向输出”。借助不同平台的聚合人群差异和技术可供性,交友平台的用户可以有选择地进行平台交错,并以此实现不同平台中的身份建构。

在这场大型的媒介展演过程中,个人得以充分展现自我,但这样的展现并非完全公开透明,而是因媒介技术而带有一定的遮蔽感。受访者莫兮将交友平台比作“黑暗丛林”,建立在虚实间的不确定性引发用户对交友平台安全性予以考量;问卷调查显示,有59.6%的青年用户会因信任与安全问题而选择不与对方线下见面。一些用户也开始采取一些措施来保护个人信息,例如更改个人的年龄、定位,或是屏蔽特定范围内的用户。平台设置多样态的形象建构手段,目的既在于增加用户交友的确定性、消除未知,同时也希望技术的“障碍”能够形塑一种模糊、刺激的体验。在享受自身借由媒介技术建立的“理想形象”的同时,用户也在为他人的虚假身份担忧。交友平台虽设立身份认证或信息核查功能,但出于个人信息保护需要,认证及核查过程并不公开,身份的真实与否也无从查证。因此,在平台中,用户对他人全部了解都出于对方的个人叙述,相当于进入了一个由对方打造、带有对方主观意愿的“拟态环境”之中,“隔着屏幕不知道真实情况,一切都是对方说的”。

## 六、性别之困:羞耻与冒险

如果说线下的亲密关系是将性别议题放置于封闭式语境中,那么线上交友显然是将性别议题公开化。亲密关系的视觉化、透明化、公开化对于参与双方尤其是女性的自我性别认知带来了较大挑战。相

较于传统的“相亲”,用户在交友平台上展开了诸多性别化的冒险和尝试,这其中既包括与自我认知的协商、对性别无意识的反抗,也包括技术中介下亲密关系的“灵与肉”的纠缠。

受访者小Q(女)表示:“使用这种软件会有一些不好意思。脱单之后也不是很好意思说自己是怎么认识的,怕别人往不好的方面想。”对于女性用户而言,使用交友平台的过程中带有鲜明的羞耻感。“羞耻感”在社会科学的理解语境中,多代表一种心理状态,即个人认为自己所从事的实践活动带有令人不齿或自我蔑视的体验感<sup>[48]</sup>,它作为一种社会情绪,在爱与性的问题中普遍存在<sup>[49]</sup>。女性线上交友所带有的羞耻感沿袭了传统文化与习俗对于女性的限制与要求,即“女性不应过多将亲密关系公之于众”。交友平台的污名化自其成立以来便一直存在,这种污名化在现实语境中往往与女性的自我感知紧密地捆绑在一起。现实生活中,使用交友平台被女性用户认为是私密的、个人的事情。在涉及性、性感的议题时,女性仍然游走在“正确”与“错误”的协商之中,来自他人的道德指责与传统男性的审视成为阻碍女性加入线上交友的重要原因<sup>[50]</sup>。

性别的差异化展现和数量的不对等进一步加剧了平台的商业化尝试。在男多女少的环境中,争取算法的“匹配权”成为诸多男性用户的目标。由于女性用户多选择设置交友门槛,把不想交往的人员拒之门外,男性往往需要通过付费、充会员、购买VIP等来获取平台对女性免费的功能,以此保证自己能够获得足够的可见性。互联网以经济交易的形式建构寻找伴侣的方式,线上交友中的性别关系被建构成一种消费与被消费、观看与被观看的关系<sup>[51]</sup>;女性成为“稀有人群”,在平台中的角色更像是一种陈列在橱窗中、吸引消费者前来驻足的展示品,对于女性的物化在交友软件中依然存在<sup>[52]</sup>。

媒介中介的身份也为亲密关系的建立增加了障碍,在虚实相间的数字空间中,用户面临着“灵与肉”的纠缠。媒介的介入令参与主体开始强调身体在场的重要性,希望将线上关系转移到线下;但由于对交友软件“约炮”“色情交易”等现象的存在,线上交友面临信任危机和“灵与肉”的矛盾纠缠。没有熟人做信任背书的交友也为平台增添了神秘感,访谈者K



说：“人有囚徒困境，习惯往坏处打算，两个人仅仅靠平台的技术联系在一起，建立的关系并不稳固。”一些受访者甚至断言自己并不会在此类平台中建立严肃的恋爱关系，或是选择婚恋对象。正如约翰·彼得斯(John Peters)所言，“过去的交流成功标志是触摸灵魂，现在是触摸肉体”<sup>[53](P324)</sup>，当亲密关系想要脱离媒介发展为具身关系时，其中是否暗含潜在的欺骗与伤害成为用户需要解决的另一难题。出于这些担忧，一部分用户将“灵与肉”的天平摇摆至“灵魂”的一端，期望能够在平台中找到自己的soulmate，建立超越纯粹肉体的、柏拉图式的爱情。

与此同时，给予女性的更多曝光与更高频的匹配也给她们带来被骚扰的烦恼，使她们对平台的用户质量尤其是男性素质表现出更多担忧。在访谈过程中，时常会有受访者分享自己在平台受到言语骚扰的经历。受访者oook是一位男性用户，他曾特意设置女性账号来使用交友平台，结果发现，“自己用网上找的女生照片与大叔聊天，很多大叔都不礼貌，但在使用男性账号时，就没有被冒犯的情况”。

第一次见面的男生，在见面时用脚踢我，这是一种性骚扰；第二次遇到的人评价我“长得很夜店”，要求我摘下帽子，还盯着我看。(瑞婷，2022年4月访谈)

说到考驾照，男生评价我“女司机”；男生说喜欢“贤妻良母”，我会想关我什么事，普信男<sup>①</sup>。(Seven，2022年4月访谈)

就是girls help girls，有些人，在各种软件上约女生，有时候好几个女生发现自己竟然匹配到同一个男生。说话粗鲁难听、不知道怎么尊重女性的就被拖进黑名单。(花生米，2022年9月访谈)

交友软件上的女性对言语粗鲁、不礼貌及性骚扰等行为十分敏感，并会积极使用平台设置的举报功能表达自己的反感情绪。在性别意识觉醒的时代背景下，女性用户对以“大男子主义”为由打压女性、轻视女性或带有性别刻板印象的交友行为更敏感，也更排斥。一些女性会使用交友平台中的“举报”功能，屏蔽行为不当的匹配者；一部分女性在线上交友之余组建了互助微信群，在群中分享自己遭遇的性骚扰故事和抵抗言语骚扰的对策，甚至发展了一个

“嘉宾黑名单”，将在交往中存在性别歧视、言语不当的嘉宾称谓记录下来，以帮助后来人“避雷”。

相比之下，男性用户遇到的冒犯明显少于女性，对一些骚扰行为的敏感度也较低。男性受访者紫阳说：“有女孩一开口就说一些‘虎狼之词’，但并不会会有被骚扰的感觉，一般都是把这些当作笑话看。”在遇到类似情况时，他们大多也只会将发生的原因归结于“三观不合”，并不认为这是很严肃的事情。

在女性意识崛起与性别平权的浪潮之下，线上交友组建了一个宏大的冒险丛林，一部分女性跨过性别的刻板印象和污名化，勇敢地开启了一场场中介化爱情的冒险体验。在这场集体的媒介展演中，性别化的矛盾与冲突不可避免。平台一方面希望迎合“新中产”“新女性”这样的受众人群，提升平台聚合的参与者质量；另一方面又希望留住人数巨大的男性使用者，以实现自身盈利，因为他们是购买会员的主力人群。但是这两方的人群需求往往“背道而驰”，前者独立自主，具有鲜明的性别意识，对于线上交友的性别感知更加敏感；后者鱼龙混杂、交友需求目的各异，对于性别意识并不十分在意。因此，“性别对立”“性别差异”等词语在我们的访谈中出现频率极高。但正如受访者米线所说，这样的受众反馈并不是一个坏现象，而是女性意识觉醒的体现，“越来越多人发现不对之处，表明女性关注到女性群体的利益”。为维护女性权益，一些交友平台开始向“女性友好”的方向发展，如筛选男性用户，并针对女性用户的偏好来推送，设计出能够真正提升女性交友质量与使用体验、避免其受到骚扰或伤害的机制。

## 七、小结与反思

本文将“媒介化”这一宏观概念引入线上交友的实践范畴，试图从媒介技术中介的视角窥探线上亲密关系的特征，以及对参与者形成的认知和实践层面的影响。线上交友塑造了一个碎片的、流动的、公共展演式的媒介景观，这里聚合了众多想要追寻亲密关系的个体。一方面，越来越多的人感觉到寻找“可靠的另一半”变得不可能，人与人之间的信任、隐私与边界因为媒介技术的中介变得不确定，线上交

友实践陷入两难境地;另一方面,平台不断增多的使用场景也使用户的使用目的变得多元,很多用户开始从追求亲密关系发展成一种“趣缘社交”,基于共同的兴趣爱好、工作经历、个人感悟所形成的短暂交汇正在成为线上交友的普遍状况。

回到我们的研究问题:媒介技术中介下的线上交友如何影响到个人对于亲密关系的话语阐释和个体感知?线上交友的“媒体景观”在社会文化意义层面正在发生哪些变化?总体而言,交友平台正在形塑社会对于亲密关系的定义。本文尝试提出“中介化爱情”这一概念,来描述媒介技术对于亲密关系建立的多层面影响。这里的中介化如何解释?按照雷蒙·威廉斯(Raymond Henry Williams)的分析,“中介”一词的意涵可以包括介入并居间调节、传输的手段、切割划分三层意涵<sup>[54]</sup>。对于交友平台来说,它更多地强调媒介平台对于人们亲密关系建立所带来的各种可能性,以及由于这些可能性的存在而衍生出来的感知、行为和社会文化意义。中介是媒介化的一种表现方式。“中介化爱情”这一概念强调数字平台的介入性机制对亲密关系的影响,从宏观的语境讲,这一概念恰恰是媒介化的重要体现,即媒介技术正在重塑人们对于社会关系的想象与实践。

由于媒介技术的时空异步、用户自主内容生产的互动性以及平台运营机制的差异化,“中介化爱情”的传播实践与传统意义上的“媒人”“网恋”也存在诸多不同。那么,“中介化爱情”存在哪些特点?首先,交友平台所形塑的流动的时空感强化了“浅层社交”的存在。“浅层社交”的形成意味着更加流动的交友方式,碎片化的使用、时空的异步回复、不同虚拟空间的迁移等,让个体长时间的停留驻足变得困难和不可能,人们形成并逐渐接受快速、流动的“速食化爱情”和短期亲密关系。其次,交友平台的用户自主内容生成和广场性的集体展演,使个人更趋向于呈现“镜中我”和“前台形象”<sup>[55]</sup>,这样的形象建构带有明显的选择性和夸大性。从文字到语音,再到视频直播,平台上新功能的推出也是新的技术在媒介化中呈现出的新形式。这些多样的媒介形成了“广场式”展演,人们通过“P图”美化自己,在交友平台上构建自己的理想形象。这样的自我展演在某种

程度上造成了对既有性别秩序、阶层秩序和社群权利秩序的“询唤”,隐匿了个人的自觉,加强了性别的凝视<sup>[56]</sup>。最后,交友平台的公开性和展演性也在一定程度上带来了参与者尤其是女性参与者的羞耻感与性别化矛盾协商。女性一方面因为参与交友“冒险”而产生羞耻感,另一方面又因为自身性别意识的崛起开始挑战既有的性别秩序和性别规范,并在交友平台的使用过程中强调尊重女性、性别平等、多元包容,这在一定程度上形塑了线上交友的行为规范。虽然男性和女性对于“性别冒犯”的认知并不相同,但追求礼貌对话、性别平等逐渐成为线上交友的公开准则。

研究发现,流动的、选择性的、性别化的社交成为“中介化爱情”的核心特征。即便一些个体仍抱有传统的恋爱与爱情观念,他们也不得不接受线上亲密关系的流动性和不确定性,并以此为依据来不断调整自我在线上交友过程中的沟通与实践。鲍曼在《流动的现代性》一书中,敏锐地观察到现代性对秩序的痴迷以及希望重建秩序的固化作风。“在流动的状况下,一切都有可能发生,但一切又都不能充满自信与确定性地应对”<sup>[57](P12)</sup>,这也是对线上交友平台媒介化影响的精确概述,即个体仍延续了传统的爱情模式,希望寻求长期稳固的关系,但技术中介的线上交友让关系变得充满不确定性。如果一定要强调交友平台在文化层面对个人的影响,我们认为应该是交友平台重构了个体对于亲密关系的价值观、性别认知及自我感知的意义呈现。个人开始接受亲密关系的流动、可变、浅层化,同时学会在隐私与真实之间构筑一道基于媒介技术的“防火墙”,并在其中尝试建立基于性别平等与协商的公共规范。媒介的嵌入会部分或者完全取代既有的社会实践传统,并因此改变了人们的性格,进而对整个社会文化产生影响<sup>[1]</sup>。这正是线上交友平台嵌入人们的社交生活后所形塑的在个人和集体层面的影响。

当然,在对交友平台是否真实、有效的讨论之外,平台媒介化的过程中也伴随着诸多结构性的不平等,包括媒介中介下的阶层、性别、地域、年龄等。基于对品位、学历的要求,越来越多的底层人群更有可能因为自身条件相对较差而被排除在这场媒介化

交友狂欢之外。基于购买会员和留住用户的运营逻辑,男性和女性用户也在平台使用中不同对待,男性不得不面临更多的资本剥削,“为恋爱付费”,通过充值会员或购买恋爱服务成为无奈之举。而在整个媒介展演追求快速、频繁、短时的语境下,底层的、大龄的、农村的人群往往被排除在此种媒介大型展演之外而成为不可见人群,他们的需求和目的更多地被忽视。媒介化与阶层、年龄、地域的交互以及由此带来的影响,是未来媒介化研究可以拓展的重要面向。

#### 注释:

①“普信男”:网络用语,指个人条件普通却过度自信的男性。源于杨笠在《脱口秀大会》第三季上的发言“他那么普通,却那么自信”。“普信男”通常被用于形容个别男性条件一般、却希望通过打压或贬低女性来抬高自己的现象。

#### 参考文献:

[1]比达咨询.2021上半年度中国互联网婚恋交友市场研究报告[EB/OL].<http://www.bigdata-research.cn/content/202110/1201.html>.

[2]吴玲玲.网络交友平台用户满意度研究[D].暨南大学硕士学位论文,2014.

[3]孙皓玥.陌生人社交平台的用户互动研究[D].新疆大学硕士学位论文,2020.

[4]高艺、吴梦瑶、陈旭等.“可见性”何以成为生意?——交友类App会员制的监视可供性研究[J].国际新闻界,2022,(1).

[5]Miao, W., and Xu, J.. Transformation of China's Most Popular Dating App, Momo, and Its Impact on Young Adult Sexuality: A Critical Social Construction of Technology Analysis [A]. Research Anthology on Usage, Identity, and Impact of Social Media on Society and Culture[G]. IGI Global, 2022.

[6]Li, H., and Chen, X.. From "Oh, you're Chinese..." to "No bats, thx!": Racialized Experiences of Australian-Based Chinese Queer Women in the Mobile Dating Context[J]. Social Media + Society, 2021, 7(3).

[7]王媛.我国网络婚恋交友平台中女性的自我呈现与表达[D].河南大学硕士学位论文,2021.

[8]Tan, C. K. K., and Shi, J.. Virtually Girlfriends: "Emergent Femininity" and the Women Who Buy Virtual Loving Services in China[J]. Information, Communication & Society, 2021, 24(15).

[9]Liu, T., Wang, Y., and Lin, Z.. The Cruel Optimism of Digital Dating: Heart-Breaking Mobile Romance among Rural Migrant Workers in South China[J]. Information, Communication & Society, 2022, 25(11).

[10]邓双喜.中国婚恋交友类电视节目叙事研究[D].湖南师范大学硕士学位论文,2011.

[11]唐士哲.重构媒介?“中介”与“媒介化”概念爬梳[J].新闻学研究,2014,(121).

[12]Krotz,F.. Media Connectivity: Concepts, Conditions, and Consequences[A]. In A. Hepp, F. Krotz & S. Moores(Eds.). Network, Connectivity and Flow: Key Concepts for Media and Cultural Studies[G]. New York: Hampton Press, 2008.

[13]Innis, H. A.. The Bias of Communication[M]. Toronto: University of Toronto Press, 2008.

[14]McLuhan, M.. Understanding Media: The Extensions of Man[M]. Cambridge: MIT Press, 1994.

[15]Livingstone, S.. On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008[J]. Journal of Communication, 2009, 59(1).

[16]Asp, K., and Esaiasson, P.. Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization[A]. Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences[G]. Westport: Greenwood Publishing Group, 1996.

[17]Schulz, W.. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept[J]. European Journal of Communication, 2004, 19(1).

[18]王琛元.欧洲传播研究的“媒介化”转向:概念、路径与启示[J].新闻与传播研究,2018,(5).

[19]Hjarvard, S.. From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry[M]. Bristol: Intellect, 2004.

[20]孙婧.媒介化:共识、分野与中国语境下的研究路径[J/OL].新闻界,2022(网络首发).

[21]Rothenbuhler, E. W.. Continuities: Communicative form and Institutionalization[A]. Mediatization: Concept, Changes, Consequences[G]. New York: Peter Lang, 2009.

[22]Silverstone, R.. The Sociology of Mediation and Communication[J]. The SAGE Handbook of Sociology, 2005.

[23]Couldry, N.. Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling[J]. New Media & Society, 2008, 10(3).

[24]Hjarvard, S.. The Mediatization of Society[J]. Nordicom Review, 2008, 29(2).

[25]Beck, U., and Beck-Gernsheim, E.. The Normal Chaos of Love[M]. Hoboken: John Wiley & Sons, 2018.



- [26]Jonason, P. K., Li, N. P., and Cason, M. J.. The "Booty Call": A Compromise between Men's and Women's Ideal Mating Strategies[J]. *Journal of Sex Research*, 2009, 46(5).
- [27]Heino, R. D., Ellison, N. B., and Gibbs, J. L.. Relations-hopping: Investigating the Market Metaphor in Online Dating[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2010, 27(4).
- [28]Schaefer, E.. *Sex Scene: Media and the Sexual Revolution*[M]. Durham: Duke University Press, 2014.
- [29]Gudelunas, D.. There's an App for That: The USES and Gratifications of Online Social Networks for Gay Men[J]. *Sexuality & Culture*, 2012, 16(4).
- [30]Ahlm, J.. Respectable Promiscuity: Digital Cruising in an Era of Queer Liberalism[J]. *Sexualities*, 2017, 20(3).
- [31]Giles, C.. Digital Disclosure: HIV Status, Mobile Dating Application Design and Legal Responsibility[J]. *Information & Communications Technology Law*, 2021, 30(1).
- [32]Lutz, C., and Ranzini, G.. Where Dating Meets Data: Investigating Social and Institutional Privacy Concerns on Tinder[J]. *Social Media + Society*, 2017, 3(1).
- [33]Giles, C., Ashford, C., and Brown, K. J.. Online Safety and Identity: Navigating Same-Sex Male Social "Dating" Apps and Networks[J]. *Information & Communications Technology Law*, 2022, 31(3).
- [34]闫青. 90后新生代女性农民工的婚恋交友软件使用与自我呈现[D]. 重庆大学硕士学位论文, 2021.
- [35]Connell, R. W.. *Masculinities*[M]. London: Routledge, 2020.
- [36]Inhorn, M. C., and Wentzell, E. A.. Embodying Emergent Masculinities: Men Engaging with Reproductive and Sexual Health Technologies in the Middle East and Mexico[J]. *American Ethnologist*, 2011, 38(4).
- [37]Tan, C. K. K., Liu, T., and Kong, X.. The Emergent Masculinities and Gendered Frustrations of Male Live-Streamers in China[J]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2022, 66(2).
- [38]Light, B., Burgess, J., and Duguay, S.. The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps[J]. *New Media & Society*, 2018, 20(3).
- [39]Light, B.. Producing Sexual Cultures and Pseudonymous Publics with Digital Networks[A]. *Race and Gender in Electronic Media*[G]. London: Routledge, 2016.
- [40]Duguay, S.. Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, and Queer Visibility through Selfies: Comparing Platform Mediators across Ruby Rose's Instagram and Vine Presence[J]. *Social Media + Society*, 2016, 2(2).
- [41]田林楠. 从“我一你关系”到“我一它连接”: 社交媒体与亲密关系的转变[J]. *中国网络传播研究*, 2021, (2).
- [42]Schwartz, P., and Velotta, N.. Online Dating: Changing Intimacy One Swipe at a Time?[A]. *Families and Technology*[G]. Cham: Springer, 2018.
- [43]哈特穆特·罗萨著, 郑作或译. 新异化的诞生: 社会加速批判理论大纲[M]. 上海: 上海人民出版社, 2018.
- [44]Butler, J.. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*[M]. New York: Routledge, 1999.
- [45]Ellison, N., Heino, R., and Gibbs, J.. Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2006, 11(2).
- [46]Zhao, S., Grasmuck, S., and Martin, J.. Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships[J]. *Computers in Human Behavior*, 2008, 24(5).
- [47]Blackwell, C., Birmholtz, J., and Abbott, C.. Seeing and Being Seen: Co-Situation and Impression Formation Using Grindr, a Location-Aware Gay Dating App[J]. *New Media & Society*, 2015, 17(7).
- [48]Lutwak, N., Panish, J. B., Ferrari J. R., et al.. Shame and Guilt and Their Relationship to Positive Expectations and Anger Expressiveness[J]. *Adolescence*, 2001, 36(144).
- [49]苏春艳、张玉萍、富晓星等. 中国老年男同性恋者的羞耻感与自我认同[J]. *中国性科学*, 2021, (3).
- [50]Ringrose, J.. "Every Time She Bends over She Pulls up Her Thong": Teen Girls Negotiating Discourses of Competitive, Heterosexualized Aggression[J]. *Girlhood Studies*, 2008, 1(1).
- [51]Illouz, E.. *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*[M]. Cambridge: Polity Press, 2007.
- [52]Fredrickson, B. L., and Roberts, T. A.. Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks[J]. *Psychology of Women Quarterly*, 1997, 21(2).
- [53]美]约翰·杜翰姆·彼得斯著, 邓建国译. 对空言说: 传播的观念史[M]. 上海: 上海译文出版社, 2017.
- [54]Williams, R.. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*[M]. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- [55]Bullingham, L., and Vasconcelos, A. C.. "The Presentation of Self in the Online World": Goffman and the Study of Online Identities[J]. *Journal of Information Science*, 2013, 39(1).
- [56]Butler, J.. *Undoing Gender*[M]. London: Routledge, 2004.
- [57]英]齐格蒙特·鲍曼著, 欧阳景根译. 流动的现性[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2018.