

网络约束的空间机制

——移动互联网如何影响我们的情感体验

王建民

内容提要 网络化是当代社会的重要特征,其重要表现是互联网技术广泛渗透到人们的日常生活中。以互联网和移动通信相结合为突出特征的“微信生活”,鲜明地体现了网络化对日常生活乃至情感世界的细微改变。互联网技术本身不会直接改变人的情感,而是通过一系列空间机制发挥作用;移动互联网促进了空间叠合、行动者-目标距离的缩短、空间感虚化,使人“粘”在“网”上,并滋生了沉溺、厌倦等情感体验。

关键词 互联网 网络约束 微信人 情感体验 空间机制

王建民,中央财经大学社会与心理学院社会学系副教授 100081

作为新技术革命象征的互联网技术的发展,引发或推助了社会变迁,如从“机器时代”到“数字时代”、从“沉重的现代性”到“轻灵的现代性”、从“凝固的社会”到“移动的社会”的转变。在技术层面,网络化是通过计算机和信息通信技术,将分布在不同地点的电子终端设备互联起来,使用户能够共享信息和数据资源;在社会互动层面,网络化体现为人们的工作和生活越来越借助计算机和互联网来进行;在信息获得层面,人们只需通过一部接入互联网的电脑、智能手机或其他电子设备,便可以在瞬间实现“互联”,所获得的信息包括文字、图片、声音和视频。

社会生活的网络化反映了科学技术对日常生活的细微影响,这一影响随着移动互联网的快速发展而愈加明显。从“信息源-传播渠道-受众”的角度看,网络信息传播实际上重塑了人与环境的空间关系,随着“这种延伸”程度的增加,人们可以在有限的空间阈限内获得“无限”的信息和资源,这一过程不仅改变了人们的生活方式,也重塑了人们的认知和情感体验。本文拟从空间的角度讨论网络化后果的发生机制,即网络化尤其是移动互联网如何使人“粘”在“网”上,在情感体验上徘徊于“依赖”与“厌倦”之间。

本文为北京社科基金一般项目“网络化条件下北京市民社会心态表达研究”(16SRB020)、中央财经大学一流学科建设项目“聚焦网络化与金融化的经济社会学研究”阶段性成果。

一、问题意识：网络约束何以发生

有心理学者研究了人们对手机互联网的依赖及其对人们的影响,尤其是大学生群体的网络依赖现象。结果发现,对手机依赖程度高的大学生与人的疏离感,显著高于对手机依赖程度低的大学生^[1]。还有研究表明,手机依赖综合征(MPDS)是导致大学生产生孤独感的危险因素,有手机依赖综合征的大学生发生孤独感的可能性较大,是非手机依赖综合征患者的1.6倍^[2]。这类研究将手机互联网依赖视为一种不良后果,甚至是一种病态的表现。不过,虽然这些研究指出了网络化对情感体验的影响,但并没有具体解释手机互联网依赖究竟是如何发生的,为此本文将对这一现象加以关注。

本文将在较为中立的立场上讨论手机互联网对人们的影响,并使用“网络约束”而不是带有一定负面心理色彩的“网络依赖”甚至“网络成瘾”概念。所谓“网络约束”主要指手机互联网对使用者日常生活的约束性影响,它吸引使用者将大量时间和精力投入在网络信息搜索中,以寻找生活趣味甚至情感寄托;当切断网络或无法联网时,使用者便会产生不适之感。这里的“网络约束”不是泛指一切网络行为,而是指移动互联网——主要是手机互联网,对人们日常情感体验的影响。之所以聚焦于“手机互联网”,是基于与固定终端的互联网相比,手机互联网对人们日常生活的影响更为直接和细微——如随时随地阅读手机新闻、通过手机微信了解朋友的动态等,凸显了互联网影响日常生活的典型性。另外,本文暂不区分不同群体在互联网使用上的区别,而主要在理论层面讨论移动互联网影响情感体验的发生机制。

众所周知,手机在发明之初主要是作为移动通讯工具,其功能是联系人的存储、收发短消息和即时远程通话,后来增加了文件存储、音乐播放、照相摄像等功能,并逐渐形成了多重功能的复合,可以涵盖听、说、读、写、看等多方面功能。而智能手机与互联网的结合,使手机的功能进一步“摆脱”了场所的限制,使人可以较为自由地移动,或通过手机APP实现吃、喝、玩、乐、学等一系列活动。与此同时,人与手机“形影不离”,手机对人的约束也在不知不觉中增加。

虽然手机互联网只是移动互联网的一部分,但它仍然包罗万象,更具体地说,微信(WeChat)的广泛使用是手机互联网影响日常生活的具体例证。根据腾讯公司旗下的企鹅智酷发布的统计数据,截止到2016年12月,全球共有8.89亿微信月活跃用户,而新兴的公众号平台有1000万个;微信这一年来直接带动了信息消费1742.5亿元,相当于2016年中国信息消费总规模的4.54%^[3]。另有数据显示,2017年9月微信平均日登录用户9亿,日发送微信消息380亿次、语音61亿次^[4]。即便我们没有区分电脑微信还是手机微信,微信的影响力也可窥见一斑。本文无意于具体讨论微信的技术构成和特征,而是将其看作透视手机互联网的“窗口”。与其他手机应用(APP)相比,手机微信具有以网络社交为核心、兼具诸多其他功能的综合性特征。

我们不妨做一个类型化概括,将经常使用微信的人称为“微信人”(WeChatter),他们有一些共同特征,如:时刻关注微信朋友圈的动态,甚至不断“刷屏”以等待新信息的出现;将“玩微信”当作消磨时间的手段,离开微信便感到空虚无聊;通过微信上发布的消息认识社会和理解自我,甚至以此指导个

[1]姜永志、白晓丽:《大学生手机互联网依赖对疏离感的影响:社会支持系统的作用》,〔北京〕《心理发展与教育》2014年第4期。

[2]孙江伟、李琳、林超、吴声、汤迪、穆凯:《大学生手机依赖综合征及与孤独感关系》,〔沈阳〕《中国公共卫生》2014年第9期。

[3]《2017微信用户&生态研究报告》,2017年4月24日, <http://tech.qq.com/a/20170424/004233.htm#p=1>。

[4]《微信2017数据报告》,2017年11月9日, <http://36kr.com/p/5102004.html>。

人生活;等等。微信的快速发展以及用户对微信“黏着”甚至沉溺的事实,不仅体现了科技发展对日常生活的改变,而且折射了“微信人”的情感状态。

人们通常用“有趣”和“特别”来解释人对事物的依赖或沉溺,即有趣和特别的事物能够吸引人的注意力,或引发人的好奇心。例如,在微信中,较能吸引人眼球的,往往是别出心裁的搞怪图片或视频,或语不惊人死不休的漫骂争论;微信信息也具有一般网络信息传播的新闻效应,即往往是灾难、丑闻、隐私、怪事、谜团等方面的信息更能引人关注。尤其是在“消费社会”或“后物欲时代”,日常的物质生活已难以满足人们对理想生活的追求,人们希望有更多的新鲜体验,渴望新奇、好玩、刺激、变化^[1]。相比较而言,渴望物质满足是生物人的需求,渴望社会交往是社会人的需求,渴望新奇有趣是游戏人的需求,所以从某种角度上说“微信人”就是“游戏人”。

用“有趣”和“特别”解释网络约束有一定道理,不过,尚需进一步思考的问题是:有趣和奇特的事物是多元的,何以微信能使人不断地“粘”在手机上,甚至让人产生沉溺、厌倦、无聊等情绪?或者说,微信何以能形成对其他“趣味源”的替代,其中的“秘密”或者说发生机制何在?

以微信为典型代表的互联网应用,并不是单纯的技术本身,其所具有的功能也不是单一的;实际上,微信是一个“系统性”应用,它整合了“线上”与“线下”资源,并多方面地对用户产生约束。与其他“趣味源”(如读书、郊游、看电影)相比,移动互联网尤其是手机微信的重要影响是,改变了人与事物的空间关系、空间过程和人的空间感受,进而使手机对人的“吸引力”增强。因此,本文试图从空间的角度,分析移动互联网——更具体地说是手机微信,何以塑造了人的情感体验。

二、空间叠合与网络约束

社会生活网络化的重要后果是社会空间的叠合。根据鲍德里亚(Jean Baudrillard)的观点,当代社会的重要特点是诸多社会领域的“内爆”(implosion),即事物边界的消退和各式各样的事物崩溃(collapse)在一起,使一些事物和场所之间实现了相互渗透,因而难以对其做出明确的区分,这是与“区别”相反的“去区别化”^[2]。常见的例子是,在大型综合商场中,服装店、饭馆、冰淇淋店、儿童乐园、课外辅导机构、电影院、美容机构、自助唱吧等往往并置,而且不同场所往往近在咫尺,使消费者在有限的物理空间中可以获得多种商品或服务。

不过,社会生活网络化引起的新的空间叠合,与鲍德里亚所言的“内爆”有所不同。鲍德里亚所言的空间叠合,仍是以实际的物理空间为中心,人只有置身于其中才能感受和享有空间叠合的便利,在这个意义上,消费者与空间实际上仍然是分离的。但在移动互联网所促成的空间叠合中,人或手机(或其他手持电子设备)成了空间的中心,以建筑物和装饰材料体现的空间形式不见了,而是表现为信息的“脱域”互联。在新的空间叠合中,不是静态的空间“等待”人去发现,而是人主动地“使用”甚至“营造”空间,这是一种与实体空间不同的看不见的网络空间。

这一现象在消费领域表现得尤为明显。以网络购物为例,以往界限相对明确的社会领域趋于模糊,消费者“不在场”便可以完成消费过程。实际上,网购模糊了家和商店、消费行为与日常活动的边界。一个人可以足不出户躺在床上购物,或者在地铁上便可通过手机发送订单;哪怕是上课或工作间隙也可以快速完成商品浏览、下单、支付的全过程。就商家而言,电子商务也将营销活动和日常生活紧密地联系在一起,家里可能是销售的场所,而店铺也可以是日常生活空间。在快速发展的互联网技

[1]参见郑也夫:《后物欲时代的来临》,上海人民出版社2007年版。

[2]Ritzer, George, *Enchanting A Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption*, California: Pine Forge Press, 2010, pp.150-171.

术的推动下,生产、消费、教育、娱乐等活动高度压缩在一起,多元差异的空间被整合到网络“世界”中。

正如,微信支付使家庭与商店、银行的边界模糊一样,只要手机微信绑定了银行卡或存入零钱,那么家、地铁站、机场、工作单位都可以是交易的场所。再以微信阅读为例,这种信息获得方式模糊了信息源、传播者、传播媒介和受众的界限,用户不用主动搜索,朋友圈就会自动转来大量文章,而且阅读也可以发生在坐、立、行走之中,发生在片段零碎的时间间隙,甚至不限于任何场所。只要接入互联网,微信阅读便可以无处不在、无时不有、无孔不入。微信阅读越是如此容易和频繁,便越会使人滋生这样的感受——没有微信或网络中断,便若有所失,而其他“有趣源”又难以轻易获取,其结果便是对微信的“黏着”或沉溺,哪怕微信上的内容并不总是十分有趣,还是要时不时地“粘”在上面。

从这里我们可以看到,社会空间的叠合意味着,互联网对日常生活的渗透和影响越来越带有具体而微、潜移默化的特点。当微信生活已渐渐成为日常习惯的一部分,进而被视若“自然”,它就难以成为人们反思的对象。甚至可以说,微信使用是如此方便、快捷、日常化的活动,以至于从中抽身本身就是一件极其困难的事。经常发生的情况是,在微信阅读中,有时“为什么阅读”“阅读什么”“学到了什么”都不重要了,重要的是时不时地打开微信看几眼,“看一看”已经成为一种不自觉的举动,而不看微信或看不到新的信息,便会产生莫名的不安。因此,微信阅读乃至一般意义上的微信使用,已不仅仅是日常生活的一部分,它还不知不觉地影响着人的精神和情感状态。“习惯性地看手机”是网络化时代阅读生态和精神状态的一个侧面。

三、行动者-目标距离的缩短

除了社会空间的叠合之外,移动互联网引发的空间变迁,还体现在行动者与目标之间距离的缩短上。一方面,移动互联网依然是麦克卢汉所言的“人的延伸”^[1],但这种延伸不再是传统的依赖于实物和物理空间的延伸,而是以新的“虚拟空间”的形式展现出来,这是一个由数字化网络传输技术构建起来的“抽象”空间,它不像传统的物理空间一样通过人的身体位移来体现,而是“隐藏”在网页和电子屏幕的“背后”。另一方面,网络空间拉近了人与所欲目标的距离,例如,远程在线沟通使得相隔万里的两个人就像近在咫尺,“网购”让人实现了足不出户便能完成消费,而网络电子地图使人待在家里便可以看到所向往的异国他乡的景观。

相比之下我们可以看到,汽车是双脚的延伸,但人必须开车或乘车才能实现“延伸”;电话是口和耳朵的延伸,但双方仅限于语音沟通而无法改变媒介和做更多的事情。在移动网络空间中,人成了空间的“中心”和“能动者”,可以在网络空间中收集、整合信息,也可以传播和创造新的信息,而且信息可以是文字、符号、图片、语音、视频等多种形式,这种新的“人的延伸”是纵横交错、辐射四面八方、不需身体位移便可跨越全球的“延伸”。或者说,移动互联网带来的空间改变已经不是“人的延伸”,而是来自不同人、不同场所的信息向个体“汇聚”,这一过程减少了人与所欲之物的中间环节,是为“行动者与目标之间距离的缩短”。

我们可以借用齐美尔(Georg Simmel,又译西美尔)的观点,讨论移动互联网尤其是微信使用对“距离”的影响。在论文《卖弄风情的心理学》中,齐美尔引用了柏拉图关于爱情的格言——爱情是拥有和没有的中间状态,它一旦满足了自己的渴望,就会死亡。如果爱情处于从没有到有的路上,而且其本质就完全展现在这种路上的运动中,那么一旦它“有”,就不再是以前的它,可能不再是爱情,而是将爱的能量转化成享受甚或厌倦^[2]。简言之,齐美尔认为,事物的价值由它与行动者的距离决定:太近,

[1][加]麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,何道宽译,[北京]商务印书馆2000年版,第33页。

[2][德]西美尔:《金钱、性别、现代生活风格》,顾仁明译,[上海]华东师范大学出版社2010年版,第157-158页。

太容易获得,就没有价值或价值很小;太远,太难以获得,就没有足够的吸引力,价值也就随之减少。

齐美尔关于“爱情”的观点,可以理解为对现代人生活风格的一种隐喻,即很多唾手可得的事物,使人在享受轻松便捷的好处的同时,也失去了向往和追求的热情。只有适当的行动者与目标的距离,才能使人产生激情和愉悦的体验,而现代性的状况,尤其是媒介和信息传播技术的进步,不断拉近了这种距离,也制造了人之无聊和厌倦的情感体验。在网络化时代,这种情感体验也体现在人们的微信生活中。

微信极大地缩短了用户与其可能获得的信息之间的距离;只要拥有信息和内容,每个人都可以借助网络平台成为一个“自媒体”。微信对行动者与目标之间距离的缩短,达到了近乎“无孔不入”的程度,无论晚睡晨起还是工作间隙,无论室内坐立还是路上行走,微信都能使人轻松地获得很多想要的东西,如时文浏览、人际通信、网络支付、呼叫出租车甚至完成小额信用贷款。其中,微信阅读,包括阅读公众号文章、朋友圈分享的文字或收发的信息,更体现出微信对日常生活的渗透。手机微信阅读不仅可以“随时随地”,而且信息更新的速度极快,每个手持手机在上网的人,就像拥有一座流动的微型图书馆,穿梭于没有边界的信息空间中。不过,阅读内容的轻松易得,往往使微信阅读变得“快餐化”,失去了阅读的丰富体验和想象空间。

空间的变化往往意味着时间的变化,行动者-目标之距离的缩短,使“短时闲暇”如何度过的问题凸显出来。所谓“短时闲暇”是指那些相对零散的闲暇时间,如课间的十分钟,工作间隙的半小时,或者坐地铁的几十分钟。众所周知,一般人们比较容易安排活动内容的是长时间闲暇,如整个周末或一周假期,而“短时闲暇”不容易做出具体安排,因为它对活动内容和时间节奏的要求更高。对于短时闲暇,比较简单的做法是“就地消磨”——看手机、玩微信,它不受时间和空间的限制,也几乎不需要费力思考。微信适应了人们安排“短时闲暇”的需要,几分钟的闲暇可谓很短,却能用来浏览微信朋友圈的新消息,或泛读一篇图文并茂的文章,甚至可能快速浏览一部“漫画世界史”。

但与之相矛盾的是,微信填补短时闲暇的结果又可能导致了一种“逃避闲暇”的心理。本来,短时闲暇并不是一个“问题”,例如,可以通过看一份报纸、读几页书或闭目养神来度过,时间也比较容易消磨,人们并不觉得让时间慢慢“流淌”是一件令人难受的事。然而,当短时闲暇经常被手机微信所填充,人们便处在由手机微信所营造的连续的“时间流”中。“时间流”的中断,使人感受到有无事可做的“空白”,人们便逐渐不愿接受传统的消磨时间的那种方式,也不愿什么也不做而任由时间流逝了,甚至十分钟的时间也会显得极为漫长和难耐。

卢梭在《论人与人之间不平等的起因和基础》一书中曾说:“因得不到这些享受而感到的痛苦,远比得到它们而感到的乐趣大得多;失去那些享受固然不幸,而得到那些享受,也不怎么感到幸福。”^[1]卢梭说的是,当自然人向社会人过渡时,因有了闲暇和享受,反而受到了更多的束缚。用这句话来形容“微信人”的情感体验也是合适的:手机微信带来的便捷和有趣使人容易沉溺其中,享受“人机合一”的快感,但“人机合一”又使人惧怕零碎而短暂的闲暇,于是便不断陷于手机微信带来的网络约束之中。

四、空间感的虚化

除了空间叠合、行动者-目标距离的缩短之外,移动互联网引发的另一个变化表现为人的空间感虚化。如前所述,数以亿计用户使用手机微信,不仅体现了信息获得的迅捷性和丰富性,还意味着人际互联互动变得简单直接。就个体用户而言,有了手机微信就形成了一个高度浓缩的“小世界”,以往需要依赖很多人来实现的目标现在可以通过手机微信来完成;而在信息获得和互联的意义上,手机微

[1][法]卢梭:《论人与人之间不平等的起因和基础》,李平沅译,[北京]商务印书馆2015年版,第92页。

信又营造了一个没有边界的广阔空间,似乎人的口眼耳鼻手脚都可以无限延伸。在这种情况下,微信生活也在逐渐改变人的空间体验。

说到时间与空间紧密相连,我们可以先从人的时间感谈起。由于手机近在手边,人们几乎不需身体位移便可以收发信息,加上网页的开关切换可在瞬间完成,信息获取的“过程”高度简化,进而带来时间感的抽象化,即几乎“感受不到时间”。用吉登斯的话说就是:“压缩时间直到极限,形同造成时间序列以及时间本身的消失。”^[1]即使是边走边看手机,经过一段真实的物理距离,但似乎也缺少“过程感”,这不仅是因为网页或电子书页是“虚拟的”,关闭或翻过后便了无痕迹,还因为人的注意力高度集中在电子屏幕上,弱化了对周边环境与行走过程的感知。

在时间感虚化的同时,空间感也虚化了。在网络空间中,信息的获得不是来自某个地点或位置,例如,不是在村头巷口,不是在办公室或图书馆,也不是在书房或客厅,它存在于电子显示屏的“背后”,似乎离我们很“近”,也离我们很“远”;它没有实在的标识物,无法容纳人的身体和肢体活动,没有直观的标准计量及深度和广度,这是一个往往只能想象而难以言说的空间。与传统的线下空间相比,人在使用移动互联网时的空间感是高度虚化的、想象性的。

时间感与空间感的虚化也意味着现实感的虚化。就像鲍德里亚所指出的那样,媒介信息超现实地(hyperreality)构成了一个全新的世界,消除了以往的工业社会模式中所有的边界、分类以及价值,现实在退隐^[2]。所谓“现实在退隐”,主要强调的是媒介信息对人的现实认知和现实感的影响,具体而实在的现实似乎“不存在”了。在一定程度上,虚化与具体性构成对立关系,时空感受的虚化,意味着具体而丰富的生活感受的“丧失”,其结果是,越是沉溺于虚化的体验,便越感到现实的单调乏味。进而,潜在的无聊厌倦便与对互联网和微信的沉溺相伴而生。

空间感虚化及其社会后果的发生逻辑是,网络媒介信息与日常生活结合得越紧密,其对非网络化生活的“渗透”和“挤占”便越多。在非网络化生活中或网络化程度较低的情况下,人们的现实感往往来源于两个方面:一是直接的人际往来,无论是熟悉的人(如家人朋友)还是陌生的人(如商店的职员),往往处在近距离的、直接的互动中;二是对时间变化和空间位移的感受,例如,在一个七天的假期里,选择呆在家里或外出旅游,人的现实感是不同的,在假期结束时,前者给人的感觉是七天“空白”,而后者则让人回想起时间的“流动”和时空变换的场景。相比较而言,直接的线下互动和丰富的时空体验,增强了人的现实感和充实感;反之,现实感和充实感的缺失,则意味着空虚厌倦的情感体验。

因此,在移动互联网条件下,频繁的信息交换不意味着现实感的增加,甚至可能相反,缺少“察言观色”“眉目传情”意义上的互动,人们便弱化了对彼此生活的切身感受,交往体验的“不真实感”便也增加了。在宏观层面,这体现了科学技术进步对传统生活逻辑的改变甚至“解构”;在微观层面,这意味着人对外部世界的体验和自我认同在互联网技术的影响下悄然改变。当然,并不是说一切网络化交往必然带来“不现实感”和诸多负面情感体验,而是说在比较的意义上,相对于非网络化条件或网络化程度较低的情况,移动互联网的发展增加了空间感的虚化以及较为单调的情感体验。

五、总结与进一步思考

从字面上看,网络化是一种“进行时”,意味着互联网在不断地塑造着人们的日常生活。随着智能手机和移动互联网的紧密结合,社会生活的网络化趋势愈加明显。智能手机在功能上已经远远超出

[1]转引自〔美〕卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九等译,〔北京〕社会科学文献出版社2001年版,第530页。

[2]转引自〔美〕瑞泽尔:《后现代社会理论》,谢立中等译,〔北京〕华夏出版社2003年版,第132-133页。

一般的通信工具,它可以安装各类软件,如电子游戏、电子地图、电子图书、社交软件、音乐软件、学习资源等,可谓门类繁多、数不胜数。而移动互联网则将移动设备的网络化影响进一步扩大,使互联网信息可以如影随形,海量的网络信息瞬间可得,且受具体空间或场所的束缚越来越小,对时间完整性的要求也大幅降低。简而言之,移动互联网使网络化更细致入微地影响着人们的日常生活。

今天,在互联网技术日益发达的背景下,“微信生活”已逐渐成为一种风尚,它在悄然地改变着人们的生活方式甚至精神面貌,这种影响具有重要的社会学意涵。社会空间的叠合、行动者-目标距离的缩短、空间感以及现实感的虚化,潜移默化地塑造了“网络人”和“微信人”情感体验。就手机微信而言,网络化、空间与情感体验的内在关联在于:微信“化多为一”使空间叠合、功能复合;“化远为近”使空间压缩、距离缩短;“化实为虚”使空间感与现实感虚化,使“微信人”不断体验着网络化带来的“便捷”“容易”“简单”,同时也逐渐滋生了对它的依赖甚至沉溺。

在网络化时代,手机微信是透视社会状况的一扇窗,它使人在欲拒还迎中体味着“沉溺”与“厌倦”。这一状况给我们提出的问题是:人若无法选择一种社会现实,何以选择个人的生活方式?吉登斯用“生活政治”(life politics)概念表达人们对生活方式的选择与权衡。生活政治是相对于解放政治(emancipatory politics)而言的,解放政治关注的是将个体和群体从影响其生活机遇的种种束缚中解放出来,关涉的是减少或消除剥削、不平等、压迫,把正义、平等、参与作为实现的目标;而生活政治是一种生活方式的政治,一种以反思性方式组织起来的自我实现的政治。简言之,解放政治是生活机遇的政治,生活政治是生活方式的政治^[1]。

生活政治涉及影响自我认同的决策,个体必须把多元化的可传递经验(mediated experience)与本土生活、未来预期与过去经验,以合理而连贯的方式相连结。吉登斯对生活政治的展望,并不是诉诸一种对外部环境的激进批判,而是寻求个体的自我反思性,认为只有当个体能形成一种内在真实性,即基于对生命历程的整体性理解而形成基本信任时,生活方式的平衡才能实现。由此来看,即便我们生活在网络化时代,但我们生活方式的源泉,仍然包含大量“线下”的、传统的、多元的资源,而互联网仅仅是其中有限的一部分。

即便在信息无孔不入的微信生活中,生活方式选择的空間也仍然存在,那就是对社会生活的深度参与并时刻保持一种反思性态度。对于生活政治的机遇和挑战,吉登斯曾对社会学抱以这样的期许:“社会生活已经变得分散而多元,充满了许多新的不确定因素,这时,帮助我们理解这个社会就成了社会学创造性思维的事情了。”^[2]在网络社会中,注重社会实在和切身体验的“社会学式的生活”,或许是“网络人”和“微信人”的一种必要选择。概括地说,这种生活注重引导个人将自身放置于更广阔的社会环境和社会过程中,即在“人生圆局”中审视自我与外部世界的关系,在对广阔多元的社会现实的参与中积累多样的生命体验。

总之,日常生活中的网络约束及其后果不能局限于用网络本身来解决,那样只能陷入“依赖”(不断借助网络媒介)与“厌倦”(单调乏味的体验)的循环,而是需要在广阔的时空背景中寻求一种能够激活现实性和感受力的生活方式。

〔责任编辑:方心清〕

[1][英]吉登斯:《现代性与自我认同》,夏璐译,[北京]中国人民大学出版社2016年版,第199-200页。

[2][英]吉登斯:《为社会学辩护》,周红云等译,[北京]社会科学文献出版社2003年版,第7页。