

“赖在网上”的社会学分析

熊子瑜

随着互联网应用的快速普及，网络拖延作为一种新兴网络现象日益受到关注。根据 CNNIC（中国互联网络信息中心）2013 年报告显示，中国的网民上网水平已经达到一个重度上网水平的标准，网络拖延越来越表现出社会化发展趋势。本文通过研究发现，同现实社会的行为一样，网络行为是在网络社会结构的影响下发展的，表现出的是结构下的行为。但与客观结构相对应的，作为行为主体的网民有能力辨别结构所赋予的行为，能够对行为进行合理性反思并创造出有意义的新行为改造已有的网络社会结构，使网络社会合理有序、健康和谐地发展。

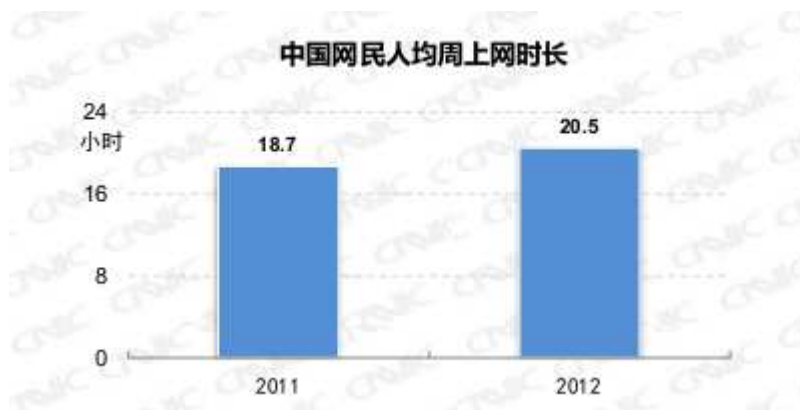
网络拖延——网络文化结构下的一个新兴网络行为

“拖延”一词目前走红于网络，其意思就是把该做的事情拖到以后再做、而浪费时间在不必要的事情上。网络拖延是拖延的方式之一，单从网络拖延字面的解释来看，网络拖延是一种拖在网上、赖在网上的行为，这种行为对于每个网民，尤其是网络成瘾的个体来说都可能发生。

一、网络拖延的社会化趋势

网络拖延尽管是一个个人行为选择，但近几年来网络拖延人群急剧增加，CNNIC（中国互联网络信息中心）的报告显示：在上网时长上，2012 年中国网民人均每周上网时间已达 20.5 小时，比上年增加 1.8 个小时。网络拖延已愈来愈呈现出日常化、社会化态势，它潜伏于我们的日常生活中，被当做是一惯常存在着。

图 1 2011—2012 年中国网民人均周上网时长统计



（注：资料来源于 CNNIC《第 31 次中国互联网络发展状况统计报告》）

而这按照《网络社会学》一书中对上网时间长短的评定标准来看，中国网民的上网时长已经达到一个稳固的重型上网水平。

表 1 按上网时间划分的网民类型

	类型	说明
1	轻型上网者	每周上网平均 3.5—5 小时的上网者
2	中型上网者	每周上网平均 5—10 小时的上网者
3	重型上网者	每周上网平均 10—30 小时的上网者
4	职业上网者	每周上网平均 30—50 小时的上网者
5	上网成瘾者	非职业上网，每周上网平均 30—50 小时或以上的上网者

（注：资料来源于郭玉锦、王欢编著的《网络社会学》（第二版），2010. 第 35 页）

二、网络拖延的特征

网络拖延既然是一种新兴的网络现象，那它又有那些特征呢？笔者通过对豆瓣社区一个叫“我们都是拖延症”的网络小组观察发现，网络拖延具有以下 6 个特征：

1、行为者偏年轻化，以学生、都市白领为主

在“我们都是拖延症”小组里已有 9 万多名成员，但由于这个小组只是网民在网络社区中的网络互动，所以 9 万多人的详细资料受到网络隐私设置无法公开，只有在社区的“成员报到帖”——小组组长设在首页置顶以集中整合组员资料的一个帖子中成员自己公开的信息中有一条涉及“你现在的身份（工作职业/学生专业等）”的信息回复。从回复的 2882 条帖子中统计出：报到的成员主要是学生和都市白领，在年龄上偏年轻化，且受教育程度和生活水平都较高。为了进一步探寻拖延群体的社会身份，笔者在细心阅读了所有打卡贴后，进一步证实了网络拖延群体的组成以学生和都市白领为主这一结论。

2、手机上网逐渐成为重要拖延方式

在对“我们都是拖延症”小组成员的上网设备选择调查中作者发现，网络拖延者对手机的依赖非常强，浏览网页已经从以前定时定点的电脑上网形式发展成为无时无刻的手机上网行为习惯，用成员自己的话说就是“每天不刷手机就手

痒”。

3、网上信息选择以娱乐、消费为主

从上网内容来看，网络拖延者上网主要的活动是更新社交网站（注：在 CNNIC《2012 年中国网民社交网站应用研究报告》中，界定目前国内的主要社交网站是朋友网、人人网、开心网、搜狐白社会、相当规模的 QQ 空间、豆瓣网等网站。）状态、更新微博状态、网上聊天、浏览即时新闻、打网络游戏、看视频和网购。其中学生群体倾向于更新社交网状态、看视频和网上小说，主要上网目的是获取娱乐信息；都市白领群体则倾向于浏览网上即时新闻和网购，尤其是都市白领女性，在网购方面显得尤为突出；而随着微博的大众化发展，这两个主要的网络拖延群体都有将刷微博固定为日常网络习惯的趋势。但就总的内容选择来说，网络拖延者都是在网上接收与学习和工作不相干的多余信息。

4、行为的强依赖性

从网上到网下网络拖延者的行为表现来看，网络拖延者总是在找时间、找理由拖在网上，感觉在网上要做的事总有很多，但一下网就找不到事干，对网络有着极强的依赖感。

5、行为的隐蔽性

网络拖延者会有意隐藏自己的真实上网时间和对网络的实际依赖程度，并且网络拖延者只会在网上发泄、吐槽对于网络拖延的困惑和不满，而不愿意在网下对自己朋友和家人提及他们有网络拖延的习惯，这使得网络拖延行为在网下生活有很强的隐蔽性特征。

6、行为的偏贬义认知

“我们都是拖延症”的成员认可自己是有网络拖延习惯的人，但实际上并不认可网络拖延这一行为，很多成员试图用一种十分强迫的意识去切断日常生活与网络的联系。他们认为的网络拖延行为是一个亟待解决的问题，网络拖延被认为是一种消极的上网行为。

通过对“我们都是拖延症”小组的观察发现，小组成员并不认可网络拖延这一行为，对自己如此依赖网络感到迷惑而无奈。网络拖延不仅影响了其日常娱乐休闲时间分配，使他们以一种依赖的心理赖在网上，浪费了时间和精力，也使得他们为了经营自己的良好形象而去刻意隐蔽这一行为的真实影响，这种网上网下的双重人生引起了行为者自身深深的负罪感和愧疚感，进而产生自我

否定等消极态度。

网络拖延产生的结构性原因分析

从社会学的研究视角看来，网络行为是和网络结构紧密相连的，分析一个行为的深层次原因不仅要看到行为的个体选择性，还要看到推动其社会化发展的背后的网络文化结构。现今以重娱乐、重消费为主要导向的网络文化成为网络拖延背后的结构性原因。

1、中国的网络文化结构

现今中国的网络文化发展趋势突出了以微博为主的自媒体文化和以网购为主的相关网络消费文化的迅猛发展，表现出重娱乐、重消费的文化结构特征。

在以微博为主体的自媒体平台发展下，以往以社交为主的网络工具逐渐成为一个个人秀场，社交网不仅仅承担沟通联系的功能，更成为一个自我的“晒”平台。“晒”吸引的不仅仅是普通网民，由于“晒”的娱乐性和话题性，网络媒体更会利用“晒”效应将具有娱乐性、话题性的内容注入自媒体平台中。《微博传播与互动的社会学研究》一文的作者就热门微博主的统计发现，热门博主绝大多数都是影视、娱乐界的明星艺人，而他们的“晒”，不仅仅是一种生活化的表现，其更多带动的，是网上的娱乐文化、消费文化。

娱乐的网络文化本质不仅仅在自媒体上有突出体现，在网络信息搜索方面，搜索引擎下自带的关键词、网站上随时弹出的八卦讯息和左侧一栏中每日更新的新奇的网络新闻，都在对网络文化的娱乐导向推波助澜。

但近几年，对于像笔者这样的大学生来说感受网络文化最深的就是网上消费文化的快速发展。网购所带来的方便快捷的网上消费已逐渐被大众认可和接受，通过观察现在主流的网购网站可以发现，网购网站的商品种类齐全，价格层次也多样，的确会吸引到不同需求的网民，尤其是网购热潮所带动的团购效应，使得便捷、廉价的网购讯息被消费者接受。但在享受网购便利的同时也要看到，目前网络经济市场太注重于销售，导致网上垃圾信息、虚假广告泛滥。CNNIC 将中国网络经济的发展状况与一些发达国家进行对比后发现：对于大部分发达国家的企业来说，开展在线销售的比例都小于在线采购，甚至在有些国家二者相差一倍以上。但我国网络经济是在线销售的普及率处于各国平均水平以上，在线采购则相反，中国网络经济结构发展已经表现出卖大于买的状况。如果仅仅注重暂时的经

济效益，而不重视建立一个良好的投资环境，长久发展只会加深大众对网上消费的偏见，不利于打造一个和谐健康的网络经济环境和网络文化。

值得注意的是，在中国网络文化重娱乐、重消费的发展过程中，娱乐、消费二者之间是相辅相成、互为前提的。首先娱乐是以消费为导向的，网上不断涌出的时尚广告、团购打折、色情信息，自媒体上微博名人“晒”出的生活记录，都免不了推销的意图。而网上消费正是需要这样的娱乐性包装，网购信息传播是企业的重要营销模式，有学者认为，网购只是一种“符号性消费”，其真实的实用价值已落到次要地位，依赖于娱乐消费文化下大众追求即时流行时尚的心理。

2、中国网络文化对网络拖延的影响

第一，网络文化结构影响网络拖延的群体构成特征。

网络娱乐消费文化主要倾销的人群，需要有两个必备要素：第一，有机会并且愿意接触流行时尚；第二，有钱和有闲。网络拖延群体的成员组成主要是学生和白领，他们接受良好的教育和享有较好的生活条件。在对豆瓣网帖的统计发现，学生的闲时较多，易受到网上娱乐信息的影响，网虫、网咖、宅男等说法最早就是从学生群体中流行起来。而白领是可供网购的钱较多，尤其是女白领，很多女白领在小组发帖述说自己的“月光族”生活，尽管每月购物生活都已经过得捉襟见肘了但还是经常在淘宝网、京东商城等网上商铺流连，各种团购、打折、特价的诱惑让她们控制不了浏览信息的欲望和消费行为。可以预见，随着这种网络文化的发展，会有更多的学生和白领加入到网络拖延群体中来。

第二，网络文化结构的传播方式影响网络拖延的传播工具。

目前，中国网络文化结构所依赖的传播方式已逐渐向移动互联网转移，手机的角色正在经历着由通讯工具向上网工具的迅速转变。根据 CNNIC 对于上网设备的调查显示：手机已经成为娱乐消费网络文化的重要载体，成为中国网民第一大上网终端。

图2 中国网民2011—2012 上网设备调查



(注：资料来源于 CNNIC《第31次中国互联网络发展状况统计报告》)

同时在 CNNIC 对 2012 年上半年的网民手机使用调查中显示，手机的网络应用已基本涵盖中国网络文化结构的主体内容，而随着移动互联网随时随地的联网特性的发挥，超过一半的手机网民每天要进行多次手机联网，这表明手机已经逐渐成为网络拖延行为产生的重要网络工具。

图3 2012 年中国手机网民使用手机上网频率调查



(注：资料来源于 CNNIC《2012 年中国手机网民上网行为研究报告》)

第三，网络文化结构影响网络拖延的内容和发生频率。

以娱乐、消费为主体的网络文化结构催生出大众追赶流行、时尚的心理，在

网上有每天不间断更新的流行音乐、影视剧集、好友动态，有分类繁多的打折商品、最潮服饰，世界各地的讯息每分每秒都聚集在因特网上，网络文化像一块磁石吸引着人们的关注和沉迷，网络社会的存在对我们的时空概念都在重新定义。在网络里，是一个比现实社会更超前、更时尚、时空无限延生的社会，在网上可以得到超脱现实社会时空约束的满足感。这直接影响了现实社会的个人对网络世界的向往，为了满足自己的流行心理需要而直接增加了个人上网的频率。

第四，网络文化结构影响关于网络拖延的社会态度，导致网络拖延的隐蔽性。

在中国以娱乐、消费为主体的网络文化认同形成过程中，大众对上网的社会态度是：网络只用于平时休闲娱乐就好，过多泡在网上就是浪费时间、不务正业。因此，对于网络拖延这一行为来说，社会态度是不赞同、不支持，甚至于是反感这种行为的。这在家长对于孩子上网的态度上表现得尤为突出，很多家长会对孩子的上网时间严格把关，并认为孩子上网学习实际是在为上网找理由，对此持怀疑态度。



中国网络文化结构的发展分割了虚拟空间和现实空间的距离，使得网上心理与现实网络社会态度逐渐形成对立。对于上网者来说，上网可以满足其追求流行时尚、享乐消费的心理，但现实生活中大众对娱乐消费的网络文化形成的社会态度是网络只用于平时休闲娱乐就好，过多泡在网上就是浪费时间、不务正业。中国网络文化重娱乐消费的网络内容容易使得网民的网上行为和网下行为产生矛盾，在网上网民可以通过即时消费获得暂时性满足，但下网后为了隐藏自己将过多精力、金钱投注在网上，现实生活中会刻意遮掩自己的上网内容，从而使得网络拖延这一行为隐形于社会生活中。

总的来说，网络拖延行为并不只是一个个人的即兴行为，其行为背后体现出的是更深刻的网络文化结构构建意义。本文从社会建构理论视角出发，在通过对

中国网络文化结构的深入分析后认为：网络拖延是指以娱乐、消费为主的网络文化吸引网民将时间精力集中在网上的网络行为。

战拖——应对网络拖延的选择

“战拖”是“我们都是拖延症”小组内部的用语。结合网络拖延群体的特征，本文对战拖这一行为定义为：战拖是指网络拖延群体由于不认可网络拖延这一行为而展开的有意远离网络的行为选择。目前战拖的方法五花八门、内容繁多，但均是着重于个人心理的治疗。本文认为在战拖方法的选取上不仅要强调改变个人认知和个人行为，更需要的是社会监督和社会控制，而社会监督又不能仅依靠集群的网络式监督，事实上，现实生活中的监督和规避尤为重要。

1、个人层面

第一，合理使用自媒体平台

合理使用自媒体平台包括两方面的内容：首先，要理性看待网络上“晒”文化所衍生出的消费跟风现象，不要过多花费时间和精力关注名人生活，自己也要谨慎应用自己的“晒”权利，理解“晒”背后的营销意义，以减少作为一名普通大众过度“晒”而产生的生活负担。其次，对于在网络空间、论坛上的登陆使用、回帖评论也要适度，不可过多沉溺其中。

第二，理性控制网络消费

网购对于有钱有闲、追求时尚的白领来说的确是很大的诱惑，但最近重庆一名女白领网购至负债自杀的新闻还是提醒网民要理性控制网络消费。目前关于这方面的建议有很多，笔者认为比较有用的具体建议有三条：（1）、选择固定的、有信誉的几间网购商铺；（2）、有一个清晰明确的网购计划，每月在支付宝存入固定的费用，以避免随心购买出现的网购超支状况；（3）、尽量少搜索团购信息，团购信息每天都有更新并且价格很低，除非有中意的搜索商品，否则只关注信息会让人有很强的购物冲动。

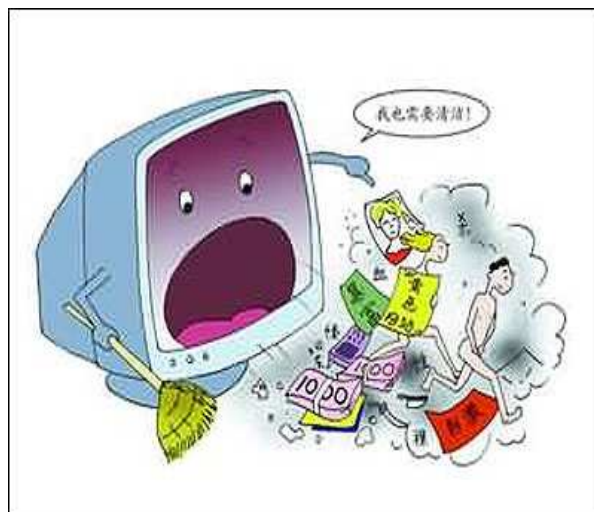
第三，改善休闲习惯

上网目前主要是作为一种休闲娱乐形式，但如果将过多时间投入其中反而不能达到一个休闲娱乐的效用。因此网民要随时注意纠正自己的休闲习惯，不仅要控制好休闲时间，还要对休闲的内容进行选择，既要保证自己的兴趣爱好，又要注重休闲的多样性。

2、社会层面

目前一些企业为了防止员工上微博、逛淘宝，居然采用关闭“外网”的方式，来强迫员工摆脱网络拖延，这种方法在短时间内可能有效，但长期来看不仅不会改善办公室的拖延现象，反而会影响企业的正常办公开展。在网下社会监督方式选取上，不能太过激进和极端，如出现断网、拔网的强制方式，这样会导致网络拖延者更有意于隐藏自己的拖延行为，或更不愿意在现实生活中承认网络拖延事实。合理的网下社会监督是要有程序、有计划、有步骤地指导网络拖延者战拖，对其战拖行为要予以更多的鼓励支持和方向引导。在战拖的社会监督过程中必须认识到，战拖重点在于要对当前网络文化结构所产生的负面影响有深刻认识，并且需要有力的社会控制参与到网络社会结构的重塑中。因此，针对网络社会文化结构的社会建构，本文认为有效的社会监督应从对网吧的有效控制和整肃不良网络营销着手。

第一，整肃不良网络营销：



中小企业重营销轻采购的发展模式使得中国网络经济模式与全球网络经济销售采购比例相当的经济模式差距越来越大，并且经常跳出的网络广告和网上虚假信息传播不仅使得网民不胜其扰，长久下去对发展健康可持续的网络经济环境也会带来威胁。综合统计中小企业在互联网上的营销模式，根据 CNNIC 对中小企业网络营销方式的调查发现：中小企业的网络营销主要以网络搜索引擎、网络自媒体、网站广告为平台开展营销。

图 4 2012 年中国中小企业网络营销推广方式选择



(注：资料来源于 CNNIC《2012 年下半年中国中小企业互联网应用状况调查报告》)

因此整肃中小企业网络营销的范围，应从网络搜索引擎、网站和网络自媒体着手，在网络搜索引擎内容上，应该建立针对搜索引擎内容的关键字排查系统，对搜索娱乐、消费相关的关键字和相关网站内容进行清理和整顿，以减少网络广告和网络垃圾信息对网民的干扰；其次，随着电子商务的发展，以淘宝为主的在线销售网站体现出迅猛的发展势头，但必须看到，一个买卖不平衡的互联网经济环境长久发展下去只会引起更多的消费疲劳和社会舆论指责，失衡最终可能会引起强烈的社会反弹，出现像战拖这样的反互联网群体，因此互联网经济发展模式有必要在保持销售稳定发展的同时更加注重电子商铺间的资源流通和确保网店在互联网上的可采购资源补给，从而塑造一个可持续发展的互联网经济环境。在打造互联网经济环境的同时也不能忘记加强对网络自媒体的信息安全保护，以减少企业营销通过即时聊天工具、社交网站等的不断渗入对网络销售环境的不良影响，从而塑造一个健康合理、和谐发展的网络文化环境。

第二，对互联网公共场所——网吧的有效控制：



网吧作为提供暂时上网服务的场所，在城市发展过程中一直被视为城市无业人员的聚集地、未成年人群的网络温床。虽然在 CNNIC 关于 2012 年网民上网地点的调查中，网吧的使用下降十分明显，降了 5.5 个百分点，但它仍是城市流动人口和青年群体的重要上网渠道，而随着农村互联网的发展，农村网吧也已成为一个发展重点，因此对于网吧的合法化规导是一直都必须引起关注和重视的。当前网吧的整顿工作主要是落实网吧实名制，但有调查显示，即使是在一些正规网吧，实名制都无法得以真正落实，网吧管理员一般对未成年青年借用成年人二代身份证上网采取默许态度，甚至有些网吧会向青少年提供他人二代身份证使用，更别说隐身在城市里、农村里的非法网吧，更是一直到网吧的合法化发展产生隐患。为了尽可能避免上网人群进一步在网络上产生拖延的可能，对网吧的有效控制显得尤为重要。在对网吧的有效控制手段采取上，不仅要进一步加强网吧行业的行业自律和法律教育，对网吧非法行为和非法网吧更是要及时予以处理和打击，从而促进网吧经济的健康有序发展。

来源：作者投稿

（作者为成都理工大学文法学院在读学生）

原载：《社会学茶座》第 47 辑