

网络“约文化”与流动亲密关系的形成

■ 王 斌

(西南交通大学 中国高铁发展战略研究中心,四川 成都 611756)

【摘要】网络热词“约吗”折射出“约文化”在我国移动社交时代的崛起。“约文化”形成的原因在于网民缺场交往的普及、网络社交的立体化以及互联网消费转型等因素的共同作用。“约文化”的突生改变了青年网民之间的互动方式及联接形态,流动亲密关系由此不断成型。这种新型的亲密关系一方面令情感调节机制中的传统权威不断衰落、青年群体的组织化程度持续弱化;另一方面也为青年网民的集体行动和共同意识提供了从“缺场”到“在场”发展的新空间。因此,细致剖析网络技术引发的社会风险和机遇,并有针对性地对其进行干预和引导,才是当前网络社会治理语境下青年工作的务实之举。

【关键词】网络“约文化” 流动亲密关系 网络社会 社交应用

语言是映照社会现实的符号,也是反映青年生活方式的时代标记。当前,互联网流行语也折射出了青年网民的互动形态及其亚文化变迁的轨迹。诞生于 2014 年的网络语言“约吗”,虽然未能入选当年的“十大网络流行语”,却深刻展现了青年群体新兴的网络社交形式,同时也预示着互联网“约文化”的崛起。作为青年网民“线上 + 线下”社交的另类表达,“约文化”的形成既得益于“基于地理位置的服务”(LBS,即 Location Based Service)技术的日趋成熟,又来自于网民自身通过移动社交应用对离线互动的主动营造。由此,“约文化”在青年群体中催生了一种“流动的亲密关系”,这对当代的青年社会学提出了新的研究议题。为透彻分析该议题,本文将从三个方面展开研究。首先,对“约吗”一词进行历史回溯及意义澄清,认识“约文化”的实质内容;其次,阐释“约文化”崛起的原因和特点;最后,讨论“流动亲密关系”引致的挑战与机遇,并为青年社会工作提供更具前瞻性的解释框架和干预路径。

一、“约文化”的崛起:对“约吗”的词义溯源

“约吗”这一网络流行语是“约文化”生成并不断崛起的关键符码。“约吗”一词的具体来源已不可考,但新浪微博的“微指数”显示,该词首次出现于 2014 年 7 月 26 日。另外,笔者还通过“百度指数”发现,“约吗”在百度搜索引擎中被集中点击的时间段是在 2014 年 8 月 24~30 日

收稿日期:2016-12-30

作者简介:王 斌,西南交通大学中国高铁发展战略研究中心讲师,社会学博士,主要研究城市社会学。

之间。2014年10月20日,百度手机输入法在美国时代广场打出了“hi,约吗”的巨型广告,该词被搜索的次数随即达到了历史新高。同年11月15日,影视明星冯绍峰和倪妮二人在微博中的“秀恩爱”,更将“不约,叔叔我们不约”炒成了热门句式。

“约吗”在移动网络社交中的持续升温,令“约还是不约”俨然成为了我们这个时代一个无法回避且亟须反思的追问。大致来讲,作为网络流行语的“约吗”有如下含义:网民基于交友软件或其他网络社交方式的一种“调情”,它以制造线下见面机会、发生“一夜情”式的性关系为目的;用于朋友或陌生人之间在线筹划见面时打趣的口头禅;充当打招呼和表达问候的新词汇,相当于“喂”或“你好”;代表在某一特定领域或时空中找寻同伴的符号,以期实现下一步的共同行动。

从本质上讲,“约吗”一词具备三个基本特征。首先是社交性。“约”的最终目的是为了促成不同网络主体间“面对面”的离线沟通,因而,“约吗”是在征询对方“社会互动能否继续”“共同行动能否达成”的意见。其次是反讽性。由于“约吗”始终隐晦地暗含着一种“性”的底色,所以在虚拟对话环境中,网民大都使用该词来制造幽默、调侃和反讽的效果。一句“约吗”立刻可以营造出轻松的线上对话氛围。最后是日常性。“约吗”除了具有“性”调侃的灰色功能之外,其日常化的作用也不可忽视。无论是异性还是同性之间,也无论是亲友还是陌生人之间,“约吗”变成了一句已脱敏的大众俗语,成了在线征求意见、呼朋唤友和引发关注的工具。因此,“约吗”是一个具有多元社会意义的词汇。

部分学者将“约吗”和“小鲜肉处置”“逗比”等词汇统归为不符合社会道德规范的流行语^[1],这无疑是一种过于简单的认识。他们似乎只看到“约吗”潜藏的“性暗示”,却没有关注到移动社交时代里“约”已成为青年网民的一种流行生活方式,而这正预示着网络“约文化”的跃然成型。值得一提的是,我们绝不能把“约文化”视为“一夜情文化”(sexual hookup culture),因为后者只包含了那种丧失责任模式的负面性文化^[2];而前者的实质则是青年群体在互联网社会语境中构建的新兴互动形态和网络文化,它更具广泛的社会学意涵。进一步讲,青年网民间的“约”已跃迁为一类新型的价值取向、行为方式和都市经验,并被迅速地结构化成网络社会中的“约文化”。

当前,网民群体不仅能够通过各类社交应用实现人与人的相约,而且“约饭”“约车”“约运动”等也成为常态。以“约车”为例,截至2016年6月底,我国网络预约出租车与预约专车的用户分别达到1.59亿人和1.22亿人^[3]。可以预见,使用各类“网约”服务的人群还会继续增长,“网约”频率也将从偶发向日常化转型,“约文化”必然随之不断稳固。因此,青年网民间的互动模式在此过程中得以更新,一种适于移动网络交流的新型亲密逐渐凸显。当然,在具体分析青年网民亲密关系的变革之前,我们还有必要对“约文化”的生成原因做一简要阐释。

二、“约文化”何以可能:一个探索性的解释

广义地讲,移动社交时代的“约文化”是一种网络文化(cyberculture)。贝尔曾指出,网络文化来自于电子技术的更新,它是人们在互联网中交换信息时所产生的理念、经验和隐喻^[4]。具体到中国互联网社会的发展现状来看,规模庞大的网民基数、急速发展的信息技术以及迅疾变迁的网络经济,都持续地推动着网络文化的生产和更迭。这也构成了“约文化”的生成逻辑。

(一)“缺场”交往为“约文化”奠定了互动基础

现阶段,线上“缺场”社交的普及率上升、网民社交心态的不断开放,都为“约文化”的形成

创造了必要的群体互动。截至 2016 年 6 月,我国网民数量达到 7.1 亿人,互联网普及率为 51.7%,这两个数据分别比 10 年前增长了 5.7 亿人和 41.2 个百分点^[5]。快速普及的互联网深刻地影响着当代中国技术应用、商务交易、网络娱乐、网络金融和公共服务,也剧烈地改变了中国网民的社交方式及心态。尤其是随着 Web2.0 的到来,网民之间的关联不断加深,互动场景和交往习惯也持续向线上转移,在线“缺场”社交成了一项最为普遍的网络行为。据中国互联网络信息中心统计,QQ、微信等即时通讯工具在我国网民中的使用率达 90.1%,其中 82.7% 的用户网龄超过 5 年,36.9% 的用户平均每天上网时间达 6 小时以上^[6]。线上社交群体整体呈现出用户规模大、触网时间长、涉网程度深的特质。

特别是对于青年网民而言,他们还具备“数字原生代”的属性。较之于上一代的“数字移民”而言,该群体更熟悉网络技术和网络文化,也更乐于通过互联网进行线上社交。一方面,青少年网民对虚拟网络环境有极强的依赖感和信任感。相关数据显示,有 58.4% 的青少年网民对互联网感到“十分依赖”和“比较依赖”。同时,青少年网民中还有 60.1% 的人对互联网“十分信任”和“比较信任”^[7]。另一方面,这种较高的依赖感和信任度也使得陌生人间的线上社交更为普遍。数据表明,有 40.4% 的社交用户希望通过社交软件认识更多的新朋友,而 45.2% 的社交用户拥有线上结识的朋友且保持联系^[8]。总之,越来越多的青年网民被裹挟进社交网络之中,他们日益开放的社交心态不仅释放了生人交往的潜在需求,而且也赋予了“约文化”一种都市时尚生活的标签。这便为“约文化”的形成提供了巨量的社交网络使用群体。

(二) 网络社交的立体化为“约文化”创造了技术条件

移动社交应用不断细分,用户黏性持续增强,从“缺场”到“在场”的立体化互动日益频繁,“约文化”的社会生态得以建立。近年来,中国互联网蕴含的商业价值日渐膨胀,各类移动应用的开发随之呈现出爆炸式增长的态势。在此背景下,我国的社交应用也同样经历着一个聚焦关键受众、凸显特色功能的细分化过程。在本土互联网起步的最初阶段,网民的社交工具大都局限于聊天室、个人博客、贴吧和论坛,而如今的社交应用不仅涵纳了微信、陌陌等即时通信工具,而且也包括了 QQ 空间和微博这类综合型的社交应用。另外,一大批基于兴趣开发的垂直类社交应用也快速产生,图片/视频社交、婚恋/交友社交、职场社交等应用形态陆续涌现,大量青年网民成为其拥趸。持续分化的社交应用深度地迎合了各个亚群体的内在诉求,用户黏性在同一社交聚落的互动中得到显著增强。

社交应用的细分除了需要通过创建平台来聚合特定的网民群体之外,还必须提供更加便捷的操作和独特的功能,以此为用户带来自我展现、了解他人和互动沟通等服务。于是,在“网络随身走”的移动互联时代,互联网技术开始引导网民走向更为丰富的线下互动,并将拓展离线交往场景作为发展重点。借助“基于位置的服务”(LBS)这一功能,网民能实现就近的真实互动,也加深了他们彼此在线下的关联程度。质言之,移动社交应用最大限度地拓宽了“线上—线下”的联动纽带,“网约”由此突破了“次元壁”的限制,青年网民群体实现了同一时空内的真实接触。“在线约、离线见”的社交模式令线下交往被极大地扩展,青年网民在社交应用上的黏性进一步巩固,网络社交的立体化构成了滋生“约文化”的技术前提。

(三) 网络消费的更新为“约文化”提供了发展动力

当前,社交化的网络消费快速增长,新经济业态升级加速,网络消费的更新为“约文化”的形成提供了关键动力。在“互联网+”的大背景下,新兴经济业态和网络文化互构共生,而这类经济的“新”,正体现在其越来越明显的社交化属性上。历史地看,社交应用一直都是互联网商业必争的端口,而通过社交应用来创造商业价值的途径主要有两种:一是在社交应用中促进消费,比如付费开通会员、购买表情和获取其他服务等;二是借由社交应用导入流量,从简单的广

告植入发展到如今基于社交平台的电商化运营，“微商”便是其典型代表。社交应用与购物通道互相补足，其联系日益密切。在此背景下，各互联网公司也都不遗余力地在自身的平台上增添社交因素，并企图凭借口碑营销和“网红经济”来制造现象级的话题及商品，诱导网民进行消费。据统计，2015年网民人均年度社交化网购金额为2134元，较2014年增长了75.5%^[9]。另外，在微信、微博、陌陌这三类应用里，用户对商业活动的总参与度分别达到了37.9%、49.7%、51.1%^[10]。

说到底，“互联网社交+商业”在本质上构成了一种新兴的经济业态。经由那些提供“基于地理位置服务”的社交软件，人与人、人与物之间的关联被深度延展。特别是通过“约”的方式，线上虚拟联系能即时地转化为线下消费，这是驱动新经济业态产生的关键要素。以各类“约饭”主题的社交产品为例，这些应用软件试图以“组合饭局”“家庭厨房”等形式来集结个体化的陌生青年。“以饭交友”不仅令在线的实时沟通延伸至离线的消费行为，而且也让网络文化触及了传统理念的内核。具体而言，传统意义上参与聚餐的主体是熟悉且固定的，但移动社交时代中“约饭”却兴起于陌生网民之间，生人间相互接触的途径、范围和频率都受到了社交应用网聚效应的放大，这为新经济业态的生产提供了稳定的机制。反过来，新经济业态的壮大也催生了多元化的线下消费场景，这也有效推动了青年网民极为活跃地参与其中。“约文化”得到了市场和网民主体的双重肯定，其发展速度日趋加快。

不难看出，“约文化”有着十分鲜明的特点。首先，“约文化”高度依赖网络技术。通过移动智能终端，网民的个人信息被社交应用清晰地记录和展示。这为陌生人之间的沟通、娱乐和分享提供了丰富的内容与便捷的通道，网络技术对于文化形塑的能力空前剧烈。其次，“约文化”对空间有着较高要求。“约文化”区别于其他网络文化最为突出的一点就是，网民将互动的重点放在了线下。移动社交令“约”变成了由虚拟向现实过渡的行为，网民间的在线约定是为了确定他们在现实空间中的特点交集，进而保证其在有真实接触的前提下完成互动的延续和深化。最后，“约文化”具有显著的线上—线下联动属性。虽然大部分网民间的“约”都集中于离线的真实场景，但线下接触却离不开网络技术在线发挥的聚合、定位和匹配等功能。线上、线下社交的相互促进，使主体间的互动更为充分，“约文化”的社会效应开始显现。

三、流动的亲密关系：“约文化”的社会效应

钱伯斯(Deborah Chambers)在其著作《社交媒体和个人关系》的开篇就提到：“在晚期现代性中，个人生活的一个最大变化就在于，社交媒体的使用已经开始影响人们的私人关系了。”^[11]因而，建基于社交媒体之上的“约文化”也愈益辐射到人们的日常生活之中。尤为重要的事，“约文化”变革了青年网民的互动方式和联接形态，一种流动的亲密关系正在该群体内逐渐成型。

(一) 流动亲密关系的表现形式与主要特征

亲密关系是主体在交往中形成的一种紧密的、带有情感的社会纽带。有论者指出，亲密关系区别于普通社会关联的本质属性就在于：互动的多方必须相互了解、依赖、关心、信任、承担责任和积极奉献^[12]。当然，亲密关系的含义和表现会随着社会转型而发生改变。就现阶段的状况而论，由于互联网加强了网民间的联接，亲密关系不再局限于家庭的私领域，已开始转向友谊和社区等公共空间^[13]。另外，线上社交的成熟使得人与人之间的亲密日益具有数字化和虚拟化的属性，“点赞”“关注”“转发”“评论”和“圈粉”等在线社交行为都能达成主体间关系的亲密化。移动智能终端的普及与“约文化”的相互叠加，更令这类网络亲密具有了流动的新型特征。

诚如鲍曼所言,随着全球化程度的加深以及后工业社会的来临,流动的现代性让沉重、固态的社会结构蜕变成了轻盈、液化的组织形态^[14]。人与人之间的联接与亲密也随之显得更加自由而流动。从我国的现实来看,改革开放以来,快速的城镇化进程改变了原本固着于一地、一人的传统亲密关系,人们之间的联接随着人口迁移而迅速流动起来。21世纪初期兴起的网络社交,实现了流动主体在不同时空中远距离便捷交流,虚拟互动令我们时代的亲密关系更趋于开放、多元和灵活。当前,“约文化”的崛起最大限度地促使了亲密关系的流动化,这在青年网民群体中尤为突出。

流动的亲密关系在青年群体中表现出以下两个特征。一方面,从空间的流动性来看,当代中国正处于人口大流动阶段,15—29岁的青年群体在2010年的流动规模达到了1.01亿人^[15]。大量的青年网民在城乡之间、城市之间以及城市内部发生位移,“基于地理位置的服务”能帮助他们快速地实现异地社交,这符合青年流动常态化的社会现实,新型的亲密关系由此得以建立。另一方面,从身份的流动性来看,应用市场的深度细分令青年网民往往拥有多个社交账户,在线的生人社交从熟人互动中日益剥离。青年网民开始在各类社交平台中构建不同的身份,这也使得他们习惯与陌生人建立适于当下情景的、易于转移的亲密关系。更为深入地讲,流动的现实和虚拟环境共同赋予了青年网民“流浪者”的体验,他们对亲密关系愈益抱有一种“好聚好散”的态度,同时也更认同那些能够自由移动、随时缔结和终止的社会纽带。总之,移动互联时代强化了“网络随身走”的现实,流动的互联网和流动的个人经历发生了深度的融合。青年网民已不再认可以往那些可能造成牵绊的传统亲密关系,转而着手营造一类便于“携带”和“重组”的亲密关系。不过,值得强调的是,流动的亲密关系绝不意味着“一切坚固的东西都烟消云散了”,因为在本质上它仍是一类互动方式和群体结构,流动的属性只代表了其在网络社会中所具备的另类的组织形态。正因为如此,流动的亲密关系也不可避免地为当代社会的治理带来新的困难及时代机遇。

(二)流动亲密关系引发的新挑战与新机遇

按照周晓虹的论述,国家—社会关系的重塑必将影响到青年文化和青年的代际形态^[16]。但同时我们还应看到,青年文化也折射并再造了国家与社会的动态结构,由“约文化”催生的流动亲密关系亦是如此。历史地看,我国历经了从乡土社会到总体性社会、再到市场社会和网络社会的结构变迁,亲密关系在各阶段亦有其独特的内涵与禀赋。在乡土社会中,“差序格局”主导了人际互动,青年人的亲密关系被统摄在以血缘和地缘为主导的大家族范域内。建国后形成的总体性社会更新了成长于乡土之上的固定亲密,国家开始“吞没”社会,青年间的亲密关系被改造成了革命同志般的“战斗友谊”。改革开放后,社会主义市场经济合法性随之被确定,市场行为改写了亲密关系中的政治逻辑,亲密的表达渐具经济和民主的特征。伴随着我国网络社会在21世纪初的到来,特别是近年来移动社交应用的流行,亲密关系中的流动性持续加强,这改变了青年间的聚合形式,由此也带来了一系列的挑战和机遇。

从挑战上讲,流动亲密关系蕴含的最大风险是情感调节机制中的传统权威不断衰落,青年群体的组织化程度加速弱化与塌陷。在传统社会的语境中,被“组织起来”是亲密关系形成的首要前提。陌生人之间要发生亲密互动,必须通过制度规范或日常权威的引介和把关,比如,乡土社会中亲密关系的达成需要得到家族长老的首肯,而到了总体性社会的历史阶段,“长老统治”逐步失效,代表国家权威的“工青妇”等群团组织、单位和公社成了“制造亲密”的主体。即便是在市场社会的大背景下,亲密关系也难以逃离学校、社区和家庭的制度化干预。但流动亲密关系的出现却从根本上改变了亲密建立过程中的组织化机制。凭借移动社交应用,青年网民不仅能逃逸出制度和权威的审查,而且流动亲密关系的快速形成和终结,甚至还颠覆了传统社

会的治理规则。进而,有学者指出,经由互联网结成的亲密关系可能诱发共同体的异化,传统社区共识解体、家庭价值离散、社会纽带断裂等危机暗流涌动^[17]。

国内亦有论者持相似论点,在他们看来:“一旦流动的人生境遇使‘我’从‘我们’中浮现出来,‘亲密’的价值和意义随之降低,虚拟空间中的亲密关系不可避免地疏离开来。”^[18]但笔者认为,流动的亲密关系绝非只有负功能,相反,它在一定程度上为青年们结成新型的共同体提供了基础。实际上,流动的亲密关系虽然瓦解了传统的组织化原则,但同时也创造了新的社会团结形式。青年网民已不再依靠旧有的组织和制度体系来实现“被动的”亲密,他们能主动地利用网络技术,制造彼此间真实的、协商化的关联。虽然这一联系具有短暂、流动和易变的特征,但它却是孕育新公共性的重要源泉。

笔者曾提出,随着网络社会个体化阶段的到来,“线上线下同步动员、现实虚拟共同行动”的互联网公共性正日益崛起^[19]。特别是在移动社交应用普及之后,网络新公共性的再生产显然不能再单一地依靠网民的在线聚合了,而是越来越多地需要在线“缺场”交流和离线“在场”互动的相互配合。流动的亲密关系正是青年之间“虚拟+现实”交往的产物,它能有效形成强烈的集体行为和共同意识,且比简单的线上虚拟社群更具现实改造能力。故此,亲密关系的变革不仅能导致吉登斯所言的个人生活的民主化^[20],而且在合理的社会疏导机制下,流动的亲密关系还能在更广泛的意义上推动“良善社会”(good society)的建设,进而促使当代青年参与社会治理,发挥他们在社会建设中的主体作用。

四、流动亲密关系语境下的青年工作

伴随着移动社交的兴起,网民的互动习惯和交往方式已被深刻改写了。因此,“约吗”一词的迅速蹿红在本质上反映了青年网民互动形态的变迁,它不仅成为了表征“线上一线下”高度联通的文本符号,更在各种社会经济因素的推动下,加速了网络“约文化”的成长,进而直接引发了流动亲密关系在青年群体中的崛起。

这种流动的亲密关系一经形成,就要求现时代的青年工作重新展开思考和定向。一方面,我们要防止这类新型的亲密关系对青年网民道德的腐蚀。当前,流动的亲密关系由于规避了传统权威的审查,容易致使青年网民放松对自身的道德约束。“网络一夜情”及其相关问题的大量滋生,就是流动亲密关系负面效应的集中表现。事实上,该现象的形成除了是因为网络技术让线下的亲密变得更易缔结之外,还在于青年群体在网络社会中缺乏正确的价值判断。因此,学校教育需积极培养青年群体在网络社会中的道德与理性,通过选修课、讲座、校园文化节和党团组织活动,帮助青年群体建立起良好的网络使用习惯,并使其获得全面、健康的性知识,从而最大限度地在移动社交时代构建出青年网民的自律行为。另一方面,我们还要注意发挥流动亲密关系的引导作用,促使青年群体主动参与现实的社会建设。从这个层面上讲,当前青年工作的一个关键任务就是:以激活流动亲密关系的正向功能为目标,既大力营造出丰富的主题化线下场景,引领青年网民大方得体地相“约”,又不断拓宽和创新由线上至线下的活动转移途径,打造一批“在线约定+离线结伴”的精品项目,以新型组织化的形式吸引更多的青年网民投入志愿服务和公益活动。

移动社交时代的青年工作应准确把握好以下两个方面:一是青年工作要充分利用网络技术,做到“上得去”“下得来”。所谓“上得去”是指青年工作要积极向“线上”转移,通过构建在线的青年领袖和青年组织,实现对青年群体的长效引领。而“下得来”则是指青年工作不能简单地受限于虚拟环境,重点推动线上组织与网络行动的落地同样十分重要,这能有效促使青年

群体在线积累的资源向线下的社会效益转化。二是青年工作还得调整介入方式,努力做到将自身与青年的关系“密切起来”。进而,在流动的时代中,青年工作才能以“亲密化”的互动保持与青年的一路同行,陪伴和服务该群体的健康成长。

总之,诞生于移动社交时代的“约文化”是对传统亲密关系的一次革新。如果说在乡土社会中青年间的亲密关系是讳莫如深、受到压抑且沉重的话,那么在“约文化”盛行的当下,青年网民间的亲密关系就开始具有可公开展示、可协商以及流动轻盈的特征了。基于此,当代青年工作者必须在以下两个方面达成共识:第一,“约文化”和流动亲密关系都是青年网络社交的新现象,我们不应将它们拔高到道德层面并对其贴上“污名化”的标签,相反,积极正视并理性研究才是正确的应对之道;第二,更为长远地看,现今许多新的青年现象和亚文化都与网络技术的发展密切相关,我们需努力规避技术恐慌症(technophobia)和技术崇拜症(technophilia)这两类典型的错误。事实上,网络技术绝不会外在于社会机制而单纯地对青年群体产生影响,因此,细致剖析网络技术引发的社会风险和机遇,并有针对性地对其进行干预和引导,才是当前网络社会治理语境下青年工作的务实之举。

[参 考 文 献]

- [1] 樊玉立:《2014 十大流行语出炉:顶层设计居首,萌萌哒上榜》,载《江南时报》,2014 年 12 月 17 日。
- [2] Justin R., Garcia et al., Sexual Hookup Culture: A Review, *Review of General Psychology*, 2012, (2).
- [3][5] 中国互联网络信息中心:《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》, <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hltjbg/201608/P020160803367337470363.pdf>
- [4][21] David Bell, *An Introduction to Cybercultures*, London: Routledge, 2001 :p. 8,2.
- [6][8][10] 中国互联网络信息中心:《2015 年中国社交应用用户行为研究报告》, <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/sqbg/201604/P020160722551429454480.pdf>
- [7] 中国互联网络信息中心:《2014 年中国青少年上网行为研究报告》, <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/qsnbg/201506/P020150603434893070975.pdf>
- [9] 中国互联网络信息中心:《2015 年中国网络购物市场研究报告》, <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/dzswbg/201606/P020160721526975632273.pdf>
- [11][13][17] Deborah Chambers, *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship*, New York: Palgrave Macmillan, 2013 :p. 1,2,3.
- [12] Rowland S. Miller, *Intimate Relationships*(7th edition), New York: McGraw – Hill Education, 2012 :p. 2.
- [14] 齐格蒙特·鲍曼:《流动的现代性》,欧阳景根译,上海:上海三联书店 2002 年版,第 43 页。
- [15] 杨菊华 张 钊等:《流动时代中的流动世代:近 30 年中国青年流动人口特征的变动趋势》,载《中国青年研究》,2016 年第 4 期。
- [16] 周晓虹:《中国青年的历史蜕变:国家与社会关系的视角》,载《江苏社会科学》,2015 年第 6 期。
- [18] 张兆署 王 建:《制造亲密:虚拟网络社区中的日常生活》,载《青年研究》,2013 年第 6 期。
- [19] 王 斌:《我国网络社会的个体化及其治理》,载《人文杂志》,2016 年第 2 期。
- [20] 安东尼·吉登斯:《亲密关系的变革》,陈永国 汪民安等译,北京:社会科学文献出版社 2001 年版,第 242 – 245 页。

(责任编辑:任天成)