



- 与共同爱好者线上互动线下聚会
- 在社交平台寻找“生活搭子”
- 跟不同群体组成不同“圈子”

社群社交 从线上走入线下

■本报记者 韩爱青 文/摄

几乎每半个月,张倩都要参加一次“二次元”(动漫爱好者称虚拟世界和相关文化为“二次元世界”,简称“二次元”)社会群体聚会,为此她要提前美容、准备衣服……活动当天化个美美的妆,和一群年轻的“社友”拍照、做游戏。在如今网络高度发达的时代,人们的社交模式正在经历一场变革,因为有着较一致的群体意识而组成的网络社群,通过某种方式(如社交媒体、论坛、线下活动等)相互联结、交流和互动。这一更灵活和自由的社交模式——社会群体(以下简称“社群”)社交,成为不少人生活的一部分,甚至是一种新的生活态度。

“搭子”“社群” 拓展社交圈

早上跑步有“跑搭子”、中午吃饭有“饭搭子”、徒步旅行有“走搭子”……28岁的市民小杜过上了各种“搭子”生活。小杜是一家合资企业驻津办事处的会计,办事处除了一位负责人,只有他一名员工。负责人经常京津冀三地跑,他自己除每月末要出差一段时间之外,其余在津上班的时间相对自由。小杜没有同事,同学和朋友又大多分散在国内其他城市,社交圈比较窄。他喜欢跑步,一次偶然的机会,在社交平台上发现有跑友发出的“召集令”,寻找跑步“搭子”,沿着海河蓝丝带跑一圈。“当天去了大概十多人,年轻人为主,也有中年人,虽然大家互不相识,但结伴一起跑步很愉快。”其后,小杜又参加了几次临时寻找“搭子”的跑步活动,其中有熟面孔,也有生面孔,大家一起跑步,有时候跑完还聚餐,在跑友中他结识了各行各业的新朋友,拓展了社交圈。

小杜单身,一个人吃饭难免孤独,还没办法多点菜。他抱着试试看的态度,在社交平台上寻找单位附近的“饭搭子”,还真有人响应。“今天中午想打牙祭,河西区利民道附近,吃烤鱼,有愿意去的私信。”很快有人私信他,愿意一起去。“最多的时候,有5个人一起吃饭,可以点一大桌好吃的饭菜,饭钱AA制,吃得好花得少,很实惠。”小杜告诉记者,当他开始深入了解“搭子”“社群”后,他发现,可以找“搭子”的项目有很多,如“旅游搭子”“自习搭子”“逛街搭子”“观影搭子”“徒步搭子”“回家搭子”“健身搭子”等。

“搭子”的完整含义是“临时搭伙,去做或完成某件事”。通常情况下,“搭子”之间不知道也不需要知道对方的全名或真实姓名,一个网名、化名或一个简称即可。“大部分时候,‘搭子’之间不主动打听对方的情况。”小杜说,“搭子”“社群”能满足一部分人的社交需求,又无需去费力建立特别稳固的关系,这让他感觉舒服而又轻松。

非遗“社群” 回归传统文化

绒花缠花、沉香手作、手工编织……每周都有一天,一群年轻人会聚在北辰区果园新村街道的半亩方塘非遗文化学院,一起研究非物质文化遗产技艺(以下简称非遗),并亲自动手制作非遗作品。在这个非遗“社群”里,34岁的李靖是领头人,他是河东区非物质文化遗产项目——“白氏传统首饰修复与制作技艺”的第五代传承人。

半亩方塘非遗文化学院同时也是一个非遗作品的展馆,平日里有不少年轻人来参观,其中一些人喜欢非遗技艺,找李靖请教。看大家积极性这么高,李靖便每周在学院固定授课。“我们这群小伙伴每次交30元的材料费,聚在一起,跟着李靖老师学习非遗技艺。”24岁的王英子刚刚参加工作不久,空闲时间,她最喜欢来半亩方塘非遗文化学院,学非遗技艺、做非遗作品、交好朋友。

在快节奏的生活里,人们难得坐下来,静下心来制作非遗作品,在每周两个小时的时间里,大家彻底放下手机,忘记生活中的烦恼和喧嚣,只认真地干一件事情,还能得到回报——一件自己亲手制作出来的非遗作品。上完课,大家有时还会AA制聚餐,体验到不一样的生活。在李靖的带领下,这群小伙伴不仅传承传统文化,还一起做公益,帮助一些困难的老人和困境儿童。李靖告诉记者,目前他的非遗“社群”里已经有小伙伴150多人,这个数字还在不断增长。

时尚“社群”是一个非常纯粹的女性交流平台。

时尚“社群” 主打陪伴感

亚君曾主办过一本时尚杂志,她也有一个属于自己的“社群”,成员有近200人,核心成员50多人。她没有给“社群”起名字,在她的想法中,这是一个纯小伙伴的聚会,没有商业色彩。2007年,亚君在办杂志时,每个月都会组织线下活动,“社群”里的“元老级”成员就是那时候积累起来的“人脉”。杂志早已停刊,但活动一直没停,不再以商业为目的,亚君“社群”的聚会为小伙伴们提供了非常纯粹的女性交流平台。

“社群”里小伙伴们自称是“三十而已”,但其实成员们的年龄跨度从20岁到80岁,主力群体是35岁到55岁左右的中年女性。“她们大部分具有比较高的文化水平,是自己生活中的‘大女主’。”亚君这样评价小伙伴们。她们的活动基本都带着时尚感,从秋日里在老牌酒店花园里的“芦苇羊绒走秀”,到品冬阴功饺子、大别墅里的咖啡蛋糕下午茶,再到欣赏小伙伴花很少钱爆改的家……参与每一次活动,大家都非常快乐。

“每一次聚会,大家都在畅聊,从房子到孩子,从股票到选票,从黄金涨到身体健康,无主题无节奏,无下限有节制。”亚君告诉记者,陪伴感是这个“社群”最关键的内核。不管年龄多大,大家其实都渴望这种回到大学集体宿舍的感觉。“如果和男性朋友唠叨自己的烦心事,因为想法不一样,常常会出现‘尬聊’的情景。但女性之间,共同的角色让共同话题更多,把想说的都说了,烦恼也就消解了。”在亚君看来,“社群”里的伙伴们大多经历的事情比较多,经常能提出有建设性的建议。社群里小伙伴们的关系是松弛而又舒服的,彼此之间没有任何利益往来,反而能轻松地交往、长久地陪伴。

一起。他们的交往大部分仅限于“社群”活动中,极少会在生活中的其他场合再有交集,他们的相处简单而又放松,完全没有负担。

“当前,人们尤其是年轻人喜爱的‘社群’活动是一种新兴的社会交往方式,往往借助数字技术开展社会交往,具有‘浅交往、弱关系、强目的’的特点。”天津社会科学院社会学研究所副研究员桂慕梅认为,人们热衷组织“社群”开展活动,是因为有日常交往、信息获取与分享、发展个人兴趣和爱好、获得认同感和归属感等需求。在现代社会的背景下,很多人出生成长在一个地方,求学就业在另一个地方,脱离原有熟悉的社会关系网。为解决日常生活的现实所需,或为排解生活中的孤独感,他们需要建立新的社会关系网。部分人通过“社群”活动发展个人兴趣爱好,跳脱日常单调重复的工作生活环境,进入新的社会空间,既是身心的一种释放,也让人能够体会到对生活即刻的掌控感。另外,人们选择进入某个“社群”,最初就抱持对这一“社群”活动内容及其文化内涵的认可和接受,通过亲身的“社群”活动实践,个体感觉被“社群”所接纳和包容,往往能够产生一定的归属感。

“二次元”“社群” 游戏是主题

2024年12月21日,在北辰区由闲置厂房提升改造后的一处综合性文体产业园内,一场“二次元”“社群”聚会正在火热进行中。偌大的厂房内,近200名喜欢“二次元”的人聚在一起。现场放置着一些宣传海报,有几个人cosplay(通过服装、道具、化妆、造型等方式,把出现在动画、漫画、游戏作品中某位角色或者某段剧情进行现实还原的活动)成游戏主角,“社群”小伙伴们称其为“纸片人男友”。大家挨个和喜欢的“纸片人男友”拍照,中间还设定一些游戏环节。张倩也在其中,上午参加活动,中午和小伙伴一起聚餐,晚上又去滨江道商业街“打卡”商场大屏播放的“纸片人男友”宣传片。当晚上活动结束后回到家中时,丈夫和儿子早已进入梦乡。“每次参加‘社群’活动,都是我彻底放飞的时候,能放松一天。”

张倩今年39岁,是一名宝妈,日常生活是家和单位两点一线,朋友圈是几位关系不错的老同事和偶尔联系的老同学,生活枯燥无味,没有朝气。

她加入“二次元”“社群”源于一款目前比较火的“乙女游戏”,这是一款以女性为主人公的游戏,游戏本质就是玩家通过操作来解锁剧情,和男性角色谈恋爱。开发游戏的公司经常举办一些线下活动,喜欢游戏的粉丝们会通过社交平台自发参加活动,而张倩就是这样结识了一群同样喜欢玩这个游戏的朋友。她参加的线下第一次活动是给游戏中的“纸片人男友”过生日,也是在这次活动中,她认识了除学校同学、单位同事以外的一群新朋友。其中有两个人和她特别聊得来,均是在校大学生。她第一次感受到年轻朋友给她带来的惊喜和震撼,了解到她们的人生观。瞬间,她觉得自己变年轻了。

就这样,小伙伴们在线上建立了微信群,这其中有大學生、刚工作不久的白领、有一定经济基础的中青年人,大家定期举办线下活动,主题都是“二次元”,但每一次活动的地点、形式和内容都不一样。有时候租用酒店的宴会厅,有时候包一家酒吧,有的时候是在废弃的工厂仓库……活动经费AA制,从50元到150元不等。“我突然发现不一样的人生,可以让我在纷繁的工作、家务活儿中暂时解脱出来。”每次活动前一两周,张倩都会积极运动瘦身,让自己能有一个良好的状态,心情也跟着好起来,因为“社群”里的小伙伴们大多是年轻人,她不想让自己看起来和对方差距过大。

“社群”里小伙伴们的友情也不仅限于活动中。张倩说,“社群”里一名刚毕业的大学生小灵在东区租了一处房子,合同上写明租期一年,但中介人口头承诺可以短租,不租的时候提前告知,退还全部押金。可居住3个月,当小灵想退租时,对方态度却大转变,说只能按照合同办事,可一旦支付了违约金,押金所剩无几。小灵和其他有相同情况的消费者一同将这家公司告上了法庭,可她毕竟社会经验不足,到了开庭当天不知所措。张倩陪她一起去法院,帮她出谋划策,最终小灵依靠法律维护了自身权益。

张倩告诉记者,“社群”里小伙伴们不再是传统观念中的熟人,因为共同的兴趣爱好,大家结识,但彼此之间的联系大多维系在每一次活动中,离开“社群”后,依旧回归自己本来的生活。



在各种生活“搭子”中,“饭搭子”是最常见的一类。

记者观察

“社群”生活 无处不在

记者在采访中发现,其实“社群”在现代人们的生活中,可以说是无处不在。身处网络时代,部分人满足日常生活需求都可以通过网络完成,但却因此失去了线下社交的亲密感,陷入“群体性孤独”,唯一的解决方式是与他人产生联系。而“社群”通过线上联络、线下活动的方式,既有网络社交的便利性,还能满足线下社交的需求。各类玩具“社群”、读书“社群”、旅游“社群”、健身“社群”……每个人重新审视一下自己的生活后就会发现,其实大部分人都生活在不同“社群”中。而因为“社群”的兴起,不少商家的营销手段也以各类“社群”为依托,这也说明了“社群”的普遍性和重要性。

人们为何会如此热衷于“社群”生活呢?调查中发现,主要有以下三点原因:一是共同的兴趣爱好。比如,喜欢“二次元”的人们和聚在一起学非遗的人们。二是想做一件事情,但又不想孤单一人时,希望能找到陪伴者。这是“搭子”“社群”兴起的原因。三是生活中的烦恼需要纾解,但又不想找“熟人”,只想“不负责任”地向陌生人倾诉,就像亚君的“社群”。而这些“社群”还有相同的特点:“社群”里不会有同事、朋友或者同学,是一群完全陌生的人聚在



非遗“社群”成员制作非遗作品。

专家提醒

享受“社群”关系 弘扬正能量

桂慕梅告诉记者,“社群”有着积极的意义,但仍要注意在新型社群关系中,成员之间往往缺乏足够的了解和信任,沟通可能会流于表面,难以触及深层次的情感和思想,可能会产生交流障碍,导致误解、隔阂,甚至矛盾的产生。

“‘社群’存在的些许风险对于给人们带来的好处来说,其实是‘瑕不掩瑜’。”天津理工大学社会发展学院社会工作系博士、讲师杨亮承认为,人们参与“社群”活动,能够在共同的目标或兴趣基础上找到特定情景的陪伴者,还能通过构建各种纽带,建立与现实社会的联结,使他们找到情感和社会支持,获得价值与社会认同、得到情感共鸣和缓解孤独等。当学业、工作和生活中遇到问题时,人们可以通过“社群”的“弱关系”获得建议和帮助,有助于缓解焦虑的情绪,有助于问题的解决。而且大家朝着同一目标和兴趣去努力,其实也能在一定程度上给社会带来正能量,还能促进消费,有助于经济发展。“如今的‘社群’关系既反映了人们对个性表达和社交质量的追求,也体现了他们在快速变化的社会中寻找归属感和自我认同感所做的努力。”