

微信公众号配对“一周情侣”大部分参与者谈体验——7天后

你还是落单的你 我还是寂寞的我

近日,团中央约定“帮你找对象”的帖子成为青年关注的网络热门话题,青年人如何摆脱单身也成为了青年人讨论的话题。最近,社交网络上出现了一周配对的自发活动,每周活动信息点击量超过了10万次。据活动平台显示,2万位青年参与最近一期的“一周CP”的活动,组成“一周情侣”。这一新形式是都市青年人“寂寞的寄托”,还是“形式的走秀”?

青年报见习记者 陈晓颖

体验者

7天里一起分享和做任务

“我们谈一场7天就分手的恋爱好不好?”27岁的单身白领屈正和一位年龄大她1岁的男性进行了一场体验情侣的活动。

“七天里,我和异地的陌生男性组成了一对‘临时情侣’。”屈小姐说,一开始她在朋友微信发来的链接中,了解到这个活动。每天两位进行“自我介绍”、“讲述自己熟悉的菜”、“手写一首诗并拍照上传”、“分享一首自己喜欢的歌曲”等任务。

据悉,“一周CP”是由概率论于2016年5月21日首创推出的,并非新鲜事物。CP是英语单词couple,一对爱人的意思。“一周CP”指的是两位单身的活动参与者经过微信或者客户端提交信息,通过系统随机分配,在一周时间内模拟情侣,在线上进行活动。每周五之前,申请人通过填写详细的个人资料申请报名,选择“对方年龄小于我”或者“大于我”,以及

期待速配对象的性别。申请人通过转发增加通过的成功率。每周五晚上公众号将发布通过的名单以及对应的“配对人”。申请者需要填写个人介绍、特点、正在忙什么事情等必填信息,进行申请。

“这个活动看上去快节奏,但是你通过我们的任务可以深入了解你的CP,而且可以和群里的其他人也建立联系。我们第一次举办的时候有一千人报名,筛选了500人出来参加。当时反响很好,随后我们沉淀了几个月的时间来打磨。”据投资界报道,概率论“一周CP”的主办人群小爷是还是在校学生,她靠此平台,还获得了天使轮融资。不过如今网络上出现了模仿“一周CP”的随机分配平台,均为免费配对体验。其实高校的社团组织、社会的相亲平台都曾举办过一周速配的活动。两位参与者通过完成项目的方式,达到交流与互动。

管理者

基本一周后“情侣”就散了

《合约情人》、《假装情侣》,这些电影中男女主角通过假装情侣,“假戏真做”的情节曾经吸引了不少人。目前在上海交通大学研究生在读的吕同学报名时觉得,说不定通过参与活动,能找到“对的他”。小吕报名参与了本周的速配活动,速配的对方也在上海某高校读研究生。从学历、所在城市来看,均属于“合适”的配对。不过,刚“配对”成功的小吕却放弃了。“他自我评价说自己‘长相上乘’。”吕同学说自己对此抱有期待,却在看到对方朋友圈中的照片后,失望地“解散”了。“对他长相期待满满,一看照片,和想象差别太大。不玩了。”

记者采访她所在小组的管理者了解到,类似“一照不合”、“一言不合”的情况经常发生,故组织方在须知中标出:“如果CP真的不合适,请礼貌地告知对方,和平解散。”

“工作都这么忙了,哪有时间去沟通聊天?”参加完一周CP的25岁上海律师张先生觉得,和陌生人分享生活需要时间,并非所有参与者都会在聊天过程中“全情投入”。往往自己连着发几条信息,对方相隔几小时回复短短几句。他觉得“热脸贴冷屁股”的情况很没有意义。

当然,不少人通过有人收获了感动。在5月20日,CP的任务为“任意形式送对方玫瑰花”。一位参与者收

到了对方发来的手绘玫瑰花照片。

“活动看似浪漫,但说白了就是两个有交友诉求的年轻人进行了一场网恋。”屈正觉得,活动的形式大于实际。“我们都过了大学生向往青涩恋情的年纪。网恋根本糊弄不了我们。”

“85后”尹峻先生抱着期待的心态参与了此次活动,“上学、工作期间,身边的同学、朋友都没有女性。这对我来说当然是一个‘脱单’的途径。”今年3月份参加了活动的尹先生“速配”到了一位同城的研究生。“网恋中做任务和实际的情侣互动还是有区别的。加上她的聊天兴致并不高。活动结束后也再没有了联系。”这也让小尹意识到,聊得来,有共同爱好才是他对“另一半”的期望。

曾有参与者感慨说:“我不否认一周cp真的能遇见真爱,但需要的恋爱技巧和时间精力要更多,它只是省略了刚开始选择的时候的困难。”据参与了17场活动的“微信群”管理者介绍,基本上一周后,组成的情侣就散了,“一百对里面有2组能走到最后,已经是奇迹了。”

记者调查了近30位“一周CP”的体验者后发现,对活动的好奇是驱使受访者参与报名的主要原因。上海海事大学的许同学说:“我首先是好奇这活动是干吗的?再就是好奇,缘分能让我遇到怎样的人。”



周培骏 制图

主办方

个人信息不会外泄 骚扰者会被封号

活动需要填写个人姓名、电话、城市、爱好等个人信息。网友“是真名”在网上发帖质疑:“这个活动可能是一场阴谋。内部人员通过与外部人员聊天,套取别人的私人信息。感觉我们这种单身群体越来越多,有人也肯定想从中看到了需求,从中牟利。”对此说法,一周CP工作人员微信回复记者说,参与者的个人信息不作为商业用途。但一周CP的运营方在接受青年报记者采访时表示,盈利的方式保密。主办方采访人介绍,对方的信息需要双方都在线上确认后才可以看到,也只能看到自己与对方的信息,并不存在

对外泄露的情况。

“5月20日,刚加了我的配对人,他就发来了‘我们去过夜’的信息。”谢小姐是浙江温州的一位一周CP体验者。当她收到这条信息后,对速配活动的人身安全性提出了质疑。

“遇到骚扰,参与者务必留证据并立即举报。被举报的人一经核实,会被永久封号。”第37期一周CP的管理人表示,在活动开始前,几乎每组的参与者都会出现一两“动机不单纯”的情况。管理人在群众反复提醒分管的58位参与者:“在不确定对方真实情况时不要见面。网上收到骚扰信息后及时举报。”

[专家]

新媒体交友有风险 组织方要撑好“保护伞”

国家二级心理咨询师、情感专栏作家、浙江大学特聘讲师李劲波分析说,从所用时间来看,和陌生人组成一周的情侣,实际是不够了解、感受对方的品性与感情的。

“可能青年人的心态是,反正闲着也是闲着,活动听起来也很有趣,为什么不尝试?或者是我现在也是单身,可以参加去接触一位潜在的对象。”李劲波分析,一周CP在网络上火爆,和都市生活下社会人的寂寞感有一定的关系。“好奇心驱使下,都市青年选择以互联网配对网友的方式寻求安慰。但从心理学的角度分析说,一周CP的活动基本上不见面,通过移动互联网完成任务,其实并不能满足‘社会支持’。”社会支持指的是来自社会各方面包括父母、亲戚、朋友等给予个体的精神或物质上的帮助和支持的系统。移动互联网上单纯地“做任务”与实际情侣见面、聊天的互动体验相差甚远。

他分析说,一周情侣的活动与传统的网络“摇一摇”、“漂流瓶”相比,本质上并无明显差异。但因有“谈一场一周分手恋爱”的预设,动机更单纯。此外,有了前期筛选,一定程度上保证了参与者的活动体验感。

“一周CP类似网上的婚介。从本质上看,这和电视节目《相约星期六》并无区别。”复旦大学社会发展与公共政策学院教授、博导胡守钧分析说,这“新媒体婚介”是好事,但也伴随着高风险。

“毕竟年轻人更单纯,他们觉得平台筛选过,轻易就信任对方。”此外,胡守钧观察到,这是青年人自发的网络活动,相关部门很难监管。胡教授觉得组织方要在每个环节都为参与者撑好“保护伞”,防止参与者受到人身伤害。

胡守钧表示,对于互联网途径解决青年婚恋问题,不可忽视风险。建议工会或者民政部门参与进来,协助把好事做好。