



中青报·中青网记者 王品芝
实习生 孙丽萍

吃饭逛街、血拼瑜伽……只要是能结伴做的事,就可以“搭”。年轻人为什么热衷于“找搭子”?在许多年轻人眼中,“搭子”主打的就是“垂直领域”的“精准陪伴”。

近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1335名受访者进行的一项调查显示,63.1%的受访青年认为找“搭子”是因为兴趣相投,有

年轻人社交新方式 72.6%的受访青年生活里有“搭子”

68.9%受访青年认为找“搭子”是踏出社交舒适圈的勇敢一步

中青报·中青网记者 王品芝
实习生 孙丽萍

“饭搭子”“游戏搭子”“健身搭子”……这段时间,“搭子社交”的相关话题引发网友讨论关注。只要兴趣一致,不必十分相熟,只要节奏合拍,就能结伴出行……生活里,你有自己的“搭子”吗?

近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1335名受访者进行的一项调查显示,72.6%的受访青年表示自己生活里有“搭子”,68.9%的受访青年认为找“搭子”是踏出社交舒适圈,寻求新型社交模式的勇敢一步。

72.6%受访青年表示自己生活里有“搭子”

80后公务员彭涛今年春节在社交软件上寻找到“搭子”,一起开车去了云南芒市、瑞丽和巍山古城。

调查中,72.6%的受访青年表示自己生活里有“搭子”,20.0%的青年表示还没有,有需要会找,7.4%的青年表示没有,也不会去找。

北京某高校研究生苏泽霖特别喜欢逛公园,本来跟室友约好每周一块儿去,但是后来室友有自己的事情,她就只能找“搭子”。“逛公园的时候我喜欢让别人帮我拍照,所以就在社交账号上发了一篇帖子,找跟我年纪差不多、会拍照的女生,研究生或者大学生都可以,空闲时间大家一块儿去逛逛北京的公园,互相拍照。最后找到两个合适的‘搭子’,玩得挺好。现在如果有空的话,我们每周都会出去一次。”

华南师范大学心理学院副教授迟毓凯觉得,年轻人都有交友的欲望,“搭子社交”是新时代交友方式多元化的体现,是一种正常的现象。依赖技术的进步,网络上的弱连接很容易建立,年轻人尤其是单身的年轻人会热衷找“搭子”。



调查中,大家主要有饭搭子(52.9%)、运动搭子(43.4%)、旅游搭子(37.7%)、学习搭子(34.2%)、游戏搭子(31.1%),其他还有:遛娃搭子(22.4%),团购、凑单、逛街等购物搭子(24.8%),观影、追剧搭子(19.9%),露营、野餐等户外搭子(17.1%),上厕所、打水等校园生活搭子(8.6%)。“我之前有个一起学习英语的‘搭子’,我俩都作英文演讲,需要事先练一练,就决定抽出空闲时间一起演练。”苏泽霖跟自己的学习“搭子”从上个学期一直搭到现在,每周差不多有三四天会见面练习。

在找“搭子”的过程中,大家通常会考虑兴趣爱好(70.1%)、道德品质

北京某高校研究生苏泽霖觉得,现在的年轻人都比较专注于自己的生活,很难找到一个固定的长时间的玩伴。同时生活节奏很快,生活压力也很大,大家会想从别人那儿获得一点儿新鲜感。“我觉得找‘搭子’也算是寻求新鲜感的一种方式,你和身边人的相处模式固定化之后,可能偶尔会想要遇见不一样的人,听听不一样的故事。”

调查中,52.3%的青年觉得找“搭子”能扩大个人社交圈,45.0%的青年觉得彼此有边界感,情感负担小,42.9%的青年觉得可以互相激励、互相监督、互相帮助。

刘雨萌觉得年轻人热衷于找“搭子”有3个主要原因。首先是因为在生活当中与自己完全契合的人比较少。“生活当中,本科同学高中同学分散在全国各地,

身边熟悉贴心的人没有那么多,能够找到人随时随地一起做某件事很难。因此,在自己强烈想要做某件事的时候,如果可以随时找到‘搭子’,满足自己当下的兴趣需求,效率会比较高。”

“其次,年轻人想要寻求新鲜感,希望和不同的人出游,收获多样、独特的体验。此外,‘搭子’相对于朋友来说是更加浅层的关系,并且和自己的生活交叉较少,这样即使产生矛盾也不会有太大的影响,大不了可以断掉这段关系寻找新的‘搭子’。”刘雨萌说。

华南师范大学心理学院副教授迟毓凯说,现在的年轻人懒得进行深度交往,因为深度交往劳心费力,他们无论是对于互联网信息的获取还是人际交流,都更倾向一种浅层次的认知和加工,不愿意进行深入的投入。这也跟他们工作和学习的压力

看完一次电影之后就再也没有聊过了”。

此外,时间是否充裕(34.2%)、外貌颜值(29.5%)、是否能提供帮助(15.3%)也是大家找“搭子”时会考虑的因素。

68.9%受访青年认为找“搭子”是寻求新型社交模式的勇敢一步

刘雨萌觉得,“搭子社交”是一种更加开放、自由的社交方式,会收获很多新鲜、独特的体验。她建议,由于对“搭子”一开始并不了解,所以期望不要太高,这样失望的概率也比较小。不过她也感觉,“搭子”属于一种浅层的社交,如果不主动维系的话,很容易断开联系。

对于“搭子”社交,68.9%的受访青年认为是踏出社交舒适圈,寻求新型社交模式的勇敢一步,53.7%的青年认为是一种高效的人际交往乃至学习生活方式。

迟毓凯说,我们在手机上消耗了太多时间,但是刷手机和生活中真实的感受、真实的交往还是有区别,在手机上玩游戏也好,交友也好,看视频也好,当你抽离出来的时候,可能会有一种比较空的感觉,所以人是需要去进行线下交往的。现在很多人好朋友可能只有几个,又远在不同的地方,这种情况下需要满足生活中的需求,“搭子”这种交友方式很合适,是对当下人际交往的补充和丰富。

苏泽霖发现,“搭子”也在慢慢成为一种新兴的“脱单”方式,男生会找女生“搭子”,女生会找男生“搭子”,相处的过程和相差不多。“但是在这个过程中大家一定要有很强的安全意识,不要被骗。”

“线下深度交友需要大量时间陪伴,现在的生活节奏很快,比较难以建立这种深度的交往关系,这种情况下出现‘搭子社交’,我觉得是好事。”迟毓凯认为,应

大,不想把更多的精力放在交友和人际关系上有关。

迟毓凯认为,“搭子”是一种进可攻退可守的状态,更多是凭兴趣出发,双方没有心理压力和负担,同时,“搭子”也能满足对别人和对世界的好奇心,“技术的进步催生了这种新型交友模式。原来都是熟人社会,现在是网络社会,不管你的爱好是多么冷门,都能在网上找到有相似兴趣的人”。

受访青年中,00后占27.9%,90后占49.9%,80后占22.2%。

(应采访对象要求,苏泽霖、彭涛为化名)



标明“儿童食品”就安全了吗?

超三成受访儿童家长直言不放心

中青报·中青网记者 杜园春
实习生 丁香雪钰

目前,不少打着“儿童食品”旗号的产品成分与成人食品无异,甚至为迎合儿童口味,一些“儿童食品”加了更多盐、糖、添加剂等。日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1334名家有0-14岁儿童的家长进行的一项调查显示,面对市面上的“儿童食品”,31.4%的受访家长直言不放心。

很多时候家长无从判断食品是否安全,只能去买更昂贵的产品

“孩子特别爱吃一个牌子的奶片、海苔片,有一天我好奇尝了尝,齁甜,这对孩子能好吗?”因为对市面上的“儿童食品”不是很放心,从事家装行业的童嘉玉介绍,孩子一岁以前,吃的食物都是她亲自做的。“饼干、粥、面条、肠、鸡蛋羹、肉末青菜,换着花样做,花了不少时间。等孩子1岁了,抵抗力强了,加上平时都是老人帮忙带,我就不那么讲究了,开始在外面给孩子买着吃。”

“我平时买儿童食品的时候,会特别注意看配料表,好多都有一串名字很长的化学添加剂,这种即使标着‘儿童食品’我也不敢买。”童嘉玉说。

“我国还未出台‘儿童食品’相关安全标准,企业生产出来的‘儿童食品’质量参差不齐。很多时候家长无从判断是否真的安全,只能去买更贵的产品。”在河南新乡某行政机关工作的4岁宝妈魏依坦言,面对现在品种繁多的“儿童食品”,心里是没底的。

王伟晨是一家专门生产制作深海鱼食品的企业品牌负责人,据他介绍,虽然国家还没有专门针对所有儿童的各年龄的食品划分标准,但是具体到某些产品品类,是有一些相关行业标准可以参考的,例如针对婴幼儿配方食品就有相应的食品安全国家标准。“我们的一款鳕鱼松产品就拿出了婴幼儿配方食品的一些行业标准来制定。”不过,他也坦言,针对3周岁以上的儿童食品,现在更多是企业自行决定生产制作的标准,或者“一些行业协会牵头做一些细分产品的标准”。

面对市面上的“儿童食品”,68.5%的受访家长表示放心,31.4%的受访家长直言不放心。交互分析发现,家有13-14岁孩子的受访家长(43.0%)最不放心,其次是家有7-12岁孩子的受访家长(36.8%)。

对于儿童食品包装上的宣传标语,51.6%的受访家长持保留态度

对于食品包装上的宣传,童嘉玉总是持保留态度,“我不会完全相信商家的宣传,选‘儿童食品’还是得照着我的标准去评判筛选一下”。

在魏依看来,宣传只是宣传,“商家宣传都有拔高的可能,有些甚至会利用消费者的信息差搞‘重虚乌有’的一套。我不会将宣传作为重要参考因素”。

重庆的王森从事金融行业,大宝4岁,二宝还未出生。她一直很注重为孩子购买有儿童标志的食品。因为经常去品牌的线下专营店购买,总会遇到推销的导购人员,但王森有自己的判断标准,“我会多比较一下,或者买之前先在网上一做功课,这样面对导购的推荐就能更好地分辨”。

而对于各种有关儿童食品的宣传,王森习惯于找相对权威、靠谱儿的渠道先去验证,再决定是否相信和购买。“我会咨询一些医生朋友,以及身边生过宝宝的妈妈。像前阵子我看中了一款儿童酱油,宣传‘零添加’。我咨询了医生朋友,他们告诉我那款酱油成分与一般的酱油没什么区别,只是价格贵了许多。我就不会买。”

看到儿童食品包装上的宣传标语,51.6%的受访家长会持保留态度,感觉“到底有没有这功能还得另说”,42.7%的受访家长认为“对孩子挺好能选一选”,34.6%的受访家长会感慨“现在的产品做得越来越好了”,31.0%的受访家长吐槽“噱头,未必有科学依据”,19.8%的受访家长心想“也就看看,虚假宣传”,19.4%的受访家长会感到“宣传都这么厉害不知买哪个了”。

受访儿童家长中,孩子在0-3岁的占33.1%,3-6岁的占43.0%,7-12岁的占19.0%,13-14岁的占4.9%。

超九成受访儿童家长平时关注儿童食品安全问题

“儿童食品”三大问题:噱头大于实质、价格过高、配料不科学

中青报·中青网记者 杜园春
实习生 丁香雪钰

“六一”儿童节到了。电商促销活动正在进行,“儿童食品”是其中非常畅销的品类。儿童酱油、婴幼儿低钠盐、儿童营养面条、宝宝山楂条……打着专为儿童研发名号的儿童食品真的都是健康的吗?

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1334名家有0-14岁孩子的家长进行的一项调查显示,平时给孩子买食品,80.2%的受访家长都倾向于购买有“儿童食品”字样的产品。噱头大于实质、价格过高、配料不科学是“儿童食品”三大问题。

受访家长中,孩子在0-3岁的占33.1%,3-6岁的占43.0%,7-12岁的占19.0%,13-14岁的占4.9%。

我国目前对“儿童食品”没有精准定义,也没有专门的食品安全国家标准

内蒙古的两岁宝妈董欢介绍,她给孩子买的食品中,90%都是“儿童食品”。“除了水果、酸奶我常在超市购买,不会特意讲究以外,其他孩子入口的食品我都尽量在母婴店购买,比如主食的小面条、小馄饨,调料的酱油、橄榄油,零食的果泥等。”

魏依在河南新乡某行政机关工作,目前孩子上幼儿园了。她平时给孩子吃的,很注重看是否有“儿童食品”的标识,“其实

我知道现在市面上很多有‘儿童食品’字样的产品,成分和成人普通食品差别不大,但还是会‘花钱买个心安’。”

平时给孩子买食品时,80.2%的受访家长都倾向于购买有“儿童食品”字样的产品。进一步分析发现,孩子在3-6岁的受访家长这一比例最高,为83.8%,其次是孩子在0-3岁的受访家长(82.6%),孩子在13-14岁的受访家长(56.9%)比例相对最低。

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅介绍,我国现在对“儿童食品”尚没有精准的定义,也没有专门的食品安全国家标准。目前只有0-36个月的婴幼儿配方食品有食品安全国家标准。“现在‘儿童食品’缺乏专门的法律法规的约束,处于一个监管盲区。”对于市场中的“儿童食品”,朱毅指出,这其实是商家宣传的一个概念和噱头,是“出于营销角度考虑”。谈及很多家长购买时认准“儿童食品”标识的行为,她解释,依据《食品标识监督管理办法》,其实是不允许在食品标识上使用“儿童食品”的文字或图案的,“现在的‘儿童食品’只是在包装上把它做得像儿童食品,比如比较卡通,也因为目前没有严格去规范这样做是否可以,所以很多商家是在打擦边球”。

“儿童食品”三大问题:噱头大于实质、价格过高、配料不科学

林鑫是一名高校教师,也是二孩宝妈。她告诉记者,自己平时非常关注儿童食品安全问题,“小孩的身体机能发育不完全,

抵抗力还不高,家长肯定要多操心些。”平时上网,看到儿童食品安全相关的内容,林鑫都会点进去看一下。“如果有人讨论我也会去关注一下。”她身边的家长朋友对儿童食品安全问题也都比较关注,“大家在一起也会聊”。

本次调查显示,91.8%的受访家长平时关注儿童食品安全问题。

“我总光顾儿童食品店,里面的商品售价要比一般超市贵出很多。但我有次特意查看对比了配料表,其实同类食品中成分都差不多。”董欢说,她能接受儿童食品价格高一些,但要品质匹配价格。“有的食品说是‘儿童食品’,但其实成分与普通的成人食品没有什么不同,‘挂羊头卖狗肉’。”

董欢感觉,配料表不科学、添加剂太多,也是“儿童食品”中普遍存在的问题。“儿子6个月大时,开始吃辅食,我给他买了溶豆零食,但后来发现配料中添加了白砂糖、麦芽糖精,马上扔掉了。‘儿童食品’质量参差不齐。”她还指出,很多“儿童食品”都没有明显的年龄分段,“经常翻了几遍外包装也没找到在哪里标着产品适合多大的孩子食用,让我很纠结到底买还是不买。平时带孩子还碰见过几次,倡导3岁以上小孩才能吃的零食,1岁多的宝宝家长就给吃上了”。

儿童食品中哪些问题严重?数据显示,噱头大于实质排在首位(58.2%),其次是价格过高(52.8%),配料不科学甚至有害健康(46.1%),成分与普通食品无差(40.9%),非法添加食品添加剂(39.9%),没有明确年龄分段(37.5%)等。

“儿童食品”中的添加剂含量一定要低于成年人的食品

魏依经常在超市的“儿童食品”专区采购。挑选食品时,她倾向选择大品牌、海外进口品牌,添加剂、防腐剂含量越少的越好。“像果泥、乳制品,如果是勾兑的或者原料不是生牛乳,我肯定不会买。”魏依表示,平时家长聚到一块儿,也会讨论哪些食品孩子喜欢吃、对孩子身体好,互相推荐。

董欢说,看着网上不断曝光的儿童食品安全问题,让她更坚定在正规渠道购买,“去线下母婴店或者线上大平台的旗舰店”。她很喜欢看一些儿童食品相关的测评,“他们会把同类产品做对比,从配料成分的安全性、到宣传的真实性,都有详细专业的解说。我经常想买什么就去看对应测评,测评推荐什么就直接买”。

董欢给孩子买食品,会重点查看配料表、营养成分表,“配料表要干干净净的,上面的东西越简单越好。也会看看钙、铁、锌这些元素的含量。肯定不买含有反式脂肪酸以及钠含量过高的食品”。

对于食品添加剂的含量,中国食品产业分析师朱丹蓬提醒家长,儿童食品中的添加剂含量一定要低于成年人的食品。为孩子选购食品时,要优先选择大品牌。“尤其上市企业,具有更加雄厚的科研力量,行业自律性、企业责任感更强。”

为了能给孩子选到营养健康的食品,家长们都是怎么做的?67.9%的受访家长会