

“夸夸群”热得快冷得更快

来啊，互相表扬啊

大学生陈倩在3月18日这天被同学拉进了“华师夸夸群”。在这个上百人活跃的微信群里，各种花式的赞美让她大开眼界：被导师批评、论文没写好、没找到实习单位，甚至食堂打饭阿姨给的分量少都能有人夸赞：“很多话都还挺搞笑的，原本很生气的事大家一安慰就觉得没什么了。”

“华师夸夸群”是华南师范大学学生黄浩汉创建的第一个夸夸群。3月15日，受网络启发，他拉几个同学建起了群，并正儿八经地颁布了“群宗旨”：“拉一下身边欠夸的小伙伴进来洗礼洗礼，看书累了，郁闷了，失恋了，谈恋爱了，干吗了，那就来夸吧。”

“一开始只是想给大学的学习生活营造一个轻松积极的环境，建个群玩玩，没想到人数会这么多。”

黄浩汉告诉记者，一开始他只是把群二维码发到自己的各个QQ群和微信群里，呼吁进群的同学把其他同学也拉进来，“二维码发出去没多久，群人数就突破100了，现在群里有250人，人数还在不断增加。”

这样形式新颖、交流语态独特的社交方式一下子就在高校中流行起来。据了解，清华大学、北京大学、复旦大学、武汉大学、浙江大学等都迅速建立了自己的夸夸群，有些学校的夸夸群已经快速发展到六个，群成员超过千人上限。

和在校大学生“一呼百应”不同，在某单位从事宣传工作的小吴这几天通过微博搜索陆续加入了十几个夸夸群。在这些陌生人组成的群里，一天就能增加60多个新成员，群友之间互相艾特和大量

发送表情包，几个小时没看就有千余条未读信息。

“我的工作负责农产品推广，进群是想看看群成员都怎么称赞的，来取经，找找灵感。”他坦承，自己并不需要被夸，加入夸夸群是工作需要，“印象最深刻的一次是有群友将枸杞比喻成黑珍珠，这个比喻很别致，一下子给了我启发。”

但是面对其他人的“求夸”，他也丝毫不吝惜赞美之词。他观察总结了一些套路：因群成员互不认识，夸人也少了几分真情实感，一般上来是堆砌主语+形容词，再用感叹句或者问句做强调结尾，“一方面是礼尚往来，另一方面不可否认，不管别人是不是真心赞美，只要是正能量的话语，多少都能给人勇气和安慰”。

自嗨背后无处不在的生意经

没有人能准确说出，这股突然兴起的风究竟来自哪里。目前普遍认为，成立于2014年8月30日的豆瓣“相互表扬小组”是“夸夸群”的前身，在这个群里，定义为“马屁精”的小组成员已经超过11万，规则是简单明了地“溜须拍马、相互夸奖”。

让“夸夸群”真正走进大众视野的是3月初一则吐槽的微博，某网友讲述“女友收到男友的三八节惊喜，被莫名其妙拉入上百人群接受各种花式夸赞，三分钟后被踢出群聊”的故事，相关话题传播总量迅速过亿，“今天×××，求夸”随即席卷各大社交平台。

“夸夸群”上了各大平台热搜榜还不算，其兄弟姐妹“啧啧群”“哈哈群”也相继诞生，清华和北大还进行了一场“夸夸群啧啧群辩论

赛”，在网络上打得一片火热。

原本是小范围自嗨事件，被心思活络的商家瞧中了商机，并风风火火推出了生产线完整的生意：在某电商平台，有商家最早于3月初就推出了全新的“在线夸人”业务，根据任务内容可以从一个标点符号、微信名称、头像夸到朋友圈，有商家甚至打出“一本高才生专业定制”的口号。

某电商平台上，“创意情感工作室”的客服告诉记者，不同“夸夸”的内容定价也有所不同，如50元的普通夸夸群有一部分复制的套路，80元的精品夸夸2群全程零套话，去到100元的精品夸夸1群不仅全程零套话，还全程互动不冷场。记者留意到，店内最受欢迎的夸夸服务是50元/5分钟这一档，月销量已经达到

1910笔。

在该平台，另一家宣称“贩卖美好”的“粉色少女特色屋”3月6日就上架了夸人服务，截至3月23日，定价128元/5分钟的服务已经完成了755笔订单。店主陈弥告诉记者，这项业务原本只是几个朋友建起来玩的，“夸夸”都是认识的朋友，每次接单的钱都是发红包平均分给大家，“具体赚多少我们也没太在意，因为大家都有本职工作”。

他说，原本夸人服务定价是40元，结果前来咨询的人络绎不绝以致所有工作人员都很累，索性涨价到128元，“本以为提高价格应该不会有人拍了，没想到还是有很多人问。现在已经不怎么接单了，有些累了，除非拍下实在需要才接单”。

十几天，火得快凉得更快

在各个社交平台上，目前还有大量用户贴上群二维码推广夸夸群。

记者通扫描二维码加入了几个夸夸群，发现多数群人数一直在增加，但活跃的人数并不多，有些群成员发出“求夸”邀请但回应者寥寥。

“好听一点叫商业互吹，不好听的叫尬吹，感觉很多夸的内容都比较肤浅。”在某夸夸群待了10天后，小陈选择退出了群聊。他告诉记者，鸡毛蒜皮的“无厘头”事情都被反复夸奖，尽管是一种娱乐，但反反复复看了几天也觉得有些腻了。

更重要的是，有时候也会碰到“夸不出口”的情况。他举例说，某天有女生在群里求安慰，原因觉得男朋友配不上自己想出轨，“三观奇特到绞尽脑汁都不知道夸啥”。

黄浩汉创建的夸夸群也逐渐安静下来了，增加新成员的速度也越来越慢，从几小时上百人到一天仅新增3人，“之前很活跃，现在常常几个小时没人发言”。

在这个群里，发布的其他消息也多了，有人转发各种公众号链接，有人求给购买火车票点赞，也有人发布水滴筹等消息。对此，黄浩汉看得很开，夸夸群“凉”是必然的，“但是这个群有其存在的必要，

即使偶尔大家的一两条消息对需要夸奖的人也是受用的”。

从三月初火爆一时，到如今应者寥寥，夸夸群蹿红到落寞仅十余天。有网友总结自己在“夸夸群”的寿命路径：第一天，因为猎奇心理了解到“夸夸群”；第二天，加入并享受“被夸”；第三天，退群。

这样的热度消退也在陈弥的预料之内。“我们本身就是觉得好玩才开始的，一开始就能想到它不会火太久。”他告诉记者，虽然现在还是很忙，但是最近的咨询人数和购买人数比三月中旬要少了很多。

夸夸群折射年轻人情感需求

夸夸群为什么会走红？是因为现在的年轻人更需要“被夸”吗？

“从心理学角度上来看，每个人都希望被鼓励，这是一种对自己的接纳和认可，是每个人都有的正常心理需求。”武汉大学哲学学院心理学系副教授、中国社会心理学会文化心理学专委会秘书长谢天认为，夸夸群的出现满足了人们对心理抚慰的需求，是应社会变迁而自然产生的一种新的心理互助形式，能够满足新时代年轻人的情

感和关系需求。

他认为，在传统社会中，人们可以基于血缘、亲缘、地缘关系获得社会和情感支持，但现代社会生活方式的变迁一方面放大了人们对情感支持的需求，另一方面却降低了人们从亲友处获得情感支持的可能。“夸夸群的出现恰恰可以提供一种替代和补偿，让年轻人通过这种陌生人之间真诚赞美的方式来填补情感和关系的缺口。”

“从专业的角度来说，夸夸群的存在有积极的意义，但这毕竟是年轻人的自发行为，缺乏系统性。因此，当务之急是在全社会深入推进社会心理服务体系的建设。”他说，中国社会需要的，不仅仅是传统的心理咨询和辅导，更重要的是要把心理学知识普遍而广泛地应用于产品开发、人力资源、社区服务等每个细节和角落，让人们能更舒适地去工作、生活和娱乐。

(李妹妍 刘婷婷)



“一页简历花了好几个小时才做出来，现在有点暴躁了，求夸夸。”
“但是你做完了一份很棒的简历啊！”
“面试官一眼就相中你！”
“那是因为你优秀的履历太多了，写不下，所以花的时间才长啊。”

以上对话，发生在一个拥有422个成员的“火星夸夸彩虹屁”群内。这种起源于豆瓣小组的相互夸奖的社交方式，今年3月以来因一则微博吐槽迅速在高校走红，随之席卷各大社交平台。

减肥失败了，夸！分手了，夸！工作方案被上司否了，夸！无论你经历了什么，只需在群里发个主题，群友们都会及时送上源源不断的称赞。头脑活络的商家甚至及时推出了“夸人服务”，花式夸奖层出不穷。

仅仅十余天，这股“其乐融融”的热潮就走向了落寞。记者近日亲身体验多个夸夸群发现，一些群多次出现“求夸”而无人应答，一些群已经沦为了广告群。

