

Web2.0 正在催生一个自吹自擂的“傻瓜社会”吗？

网络红人，也有癫狂也有真情

文 / 林小春



▲「好莱坞最遭人痛恨的网站」佩雷斯·希尔顿的网站首页 LOGO 图

欢迎光临网络世界！从只能浏览、下载和搜索的 Web1.0 时代进化到如今可互动能共享的 Web2.0 时代，你就是网络的主人公。

你接受信息，也发布信息；你是读者，也是作者。

一个虚无的互联网，制造了多少一夜成名的神话，也酝酿出无限潜流暗涌的危机，与此同时，却也不乏真正的感动。网络世界之“怪现状”着实令人“拍案惊奇”！



▲以凯特·摩登为主角的网络视频系列剧是传统肥皂剧与 Web2.0 交互功能相结合的产物。图为凯特·摩登在网络虚拟观众前表演



▲利用技术的内在规则成功使自己的博客蹿红的斯科布尔

惹出麻烦出了名

如今在好莱坞，人人都知道佩雷斯·希尔顿。他专写名人八卦，博客被称为“好莱坞最遭人痛恨的网站”。

“在我之前，很多博客都非常自我，像写在线日记似的——‘我今天醒了，我与邻居喝茶啦，我去公园散步啦’——无聊，无聊，太无聊了。我要谈谈名人和娱乐，因为他们才够疯狂，够有趣。”听上去，29 岁的希尔顿很愿意推销他成功的经验。

希尔顿其实是网名，他的真名叫马里奥·阿曼多·勒万德。3 年前，希尔顿开始写博客，但很快就被告了，因为他的博客名 Page666，模仿的是《纽约邮报》的八卦专栏 Page6。之后，他改成现在的名字“佩雷斯·希尔顿”。“佩雷斯”反映了他拉美血统，至于“希尔顿”，很多名人都叫这个名字。

但希尔顿声称：“我从不惹麻烦，是麻烦找我。”他享受现在的生活，因为每天有 450 万人次访问他的博客，这在世界网站排名中位居前 1000 名。在《花花公子》前封面女郎安娜·妮科尔·史密斯猝死以及“小甜甜”布兰妮·斯皮尔斯住院那一周，他的博客日访问量达到创纪录的 610 万人次。

许多律师努力让他闭嘴，不过看来没什么效果，希尔顿仍在博客中大放厥词。

大概是 2001 年网络泡沫破裂前的那个 Web1.0 时代了。那时，你只能拨号上网，只能浏览、下载和搜索。换句话说，网络提供什么，你就接受什么。如今，Web2.0 使整个互联网变成一个共享的世界，你可以在任何一个网络社区中发文章、贴图片、上传视频和音乐，与世界各地的读者交流沟通。一切都很简单。

走红也有“潜规则”

问题是，网络社区如此之多，会员也如此之多，比如，MySpace 会员 1 亿多，Facebook 会员 3000 多万……为什么成名的偏偏是你？

显然，不是所有人都能像希尔顿那样做，也不是所有人都愿意像希尔顿那样做，比如亨利·厄尔。要联系上厄尔，可能会有一点困难，因为他每年有近 250 天呆在肯塔基州的费耶特县监狱里。

厄尔的违法记录将近 1000 项，多数因为酗酒。当长长的违法记录以及他那表情各异的大头像出现在费耶特县监狱网站上时，这个 57 岁的家伙迅速在网络世界走红。

一个网站称赞厄尔是“表演艺术家”和“偶像”。网上出现很多厄尔的粉丝，还有人为他建立个人网站。他的影响力蔓延到传统媒体，许多谈话节目和新闻节目对他做人物专访。

试想，在现实社会中，人们对厄尔这样的人可能唯恐躲之不及。但在 Web2.0 时代，人们却把他当作了明星。为什么会这样？是人们变得宽容了？还是因为在 Web2.0 时代人们的道德标准出现了滑坡？

也有聪明人利用技术的内在规则成名，比如罗伯特·斯科布尔。在谷歌中搜索罗伯特，他的博客排第一。一般而言，谷歌判断一个网站的重要性，是看与该网站建立链接的网站数量。在 Web2.0 时代，搜索几乎意味着一切，因此也可以说谷歌的规则就是 Web2.0 的规则。从网络社区角度来讲，你的“朋友”越多，你的知名度就越高，你的价值也就越高。在这里，“朋友”就是“链接”。

为什么他们要与你链接？因为你有吸引力。电脑奇才罗伯特说：“当今唯一稀缺的就是观众注意

力。”那么，怎样才能吸引眼球？答案是，要么你像罗伯特一样深谙搜索的规则，要么你就像厄尔一样比其他人更出奇地到处大叫“看我！看我！”

这里也有真情在

去年 8 月，来自英国莱斯特的老人彼得·奥克利制作了一部有关自己二战经历的系列视频短片，并用“老人 1927”的网名在 YouTube 视频共享网站上发布。短短一周内，它们成为该网站最热门的视频。

对自己成为网络名人，奥克利解释说：“有很多人从没与爷爷奶奶说过话，或许是因为他们的爷爷奶奶去世得早，他们把我当作爷爷看待了。”

奥克利不恶搞，不要酷，也不造假。你在镜头中看到的奥克利就是真实的奥克利，一个生于 1927 年的老人。“我要让人们确信我老了。‘老人’是（开博客时）在我脑海中出现的第一个词。‘1927’表明了 my 出生年份。”

如今，奥克利的视频短片开场语“你好，YouTubers！”已成了 YouTube 的著名问候语。媒体们争相采访他，世界各地的观众给他写信。“我一定要答复所有来信，但一旦读了这些信，你就不得不回信。他们是在向我倾吐心声啊，”奥克利说。

看来，这个奇怪的网络世界，还是有些让我们感动的东西存在。

颠覆传统价值观

当人们在 Web2.0 世界中自己生产并挑选信息时，一些传统权威机构的光环正慢慢减弱。但研究信息技术的埃丝特·戴森说得对，千变万变，Web2.0 所不能改变的是人性。形形色色网络名人的诞生，正是人性在新技术条件下寻求表达方式

的生动体现。

虽然形式有所改变，但“欲望”和“贪婪”仍旧是人性在 Web2.0 时代的主要表达方式。比如在线赌博出现了，还有数不清的色情网络社区涌现。英国一位思想家如此发问：“为什么最好的技术总要被用于最低等的目的？”

毋庸讳言，网络正在某种程度上颠覆传统价值观，并导致道德恐慌。美国州立圣迭戈大学心理学教授让·特文格等人的一项调查发现，当今社会，年轻人变得更加自我。“今天的大学生更容易以自我为中心，总体上更自恋，”特文格说。调查显示，今天美国三分之二大学生存在自恋倾向，而 1982 年这一比例只有 30%。

而在硅谷工作的安德鲁·基恩看来，Web2.0 正在催生一个充斥着没有内涵只知自我吹嘘的傻瓜社会，人们为了出名而出名，权威和品质被供奉在虚无、自恋的祭坛上。“所有一切就是自吹自擂，没有任何实质性内容。人们成功地吹捧自己，仅此而已。”基恩为此写了本书，名叫《业余者的邪教：今天的互联网如何消灭文化并伤害经济》，让 Web2.0 的拥趸很愤怒。

但并非网络上的一切都让人悲观。也许你和我一样喜欢加拿大人凯尔·麦克唐纳的传奇故事。

2005 年，麦克唐纳在博客上宣称要用一根红色曲别针逐步换到一栋房子。这听上去荒谬，但经过一年多时间 14 次网上交易，他如愿以偿。他为此写了本书《红色曲别针》。

与绝大多数网络名人不一样，麦克唐纳上网的时间并不多，“想想在电脑前坐一整天，这有点让我害怕”。他的爱好是周游世界，Web2.0 只是他生活中的一小部分。

相关链接

网络赚钱有新招

有这样一句名言：“在网上，没有人知道你是条狗。”换言之，在网上，你可以扮演任何人，并因此成名。“孤独女孩 15”就是一例，她创造了 2006 年网络蹿红的又一个奇迹。

最初，她以 16 岁邻家女孩的清纯面孔出现在 YouTube 上，对着镜头讲述虔诚信教的父母、感情暧昧的男友等各种生活琐事。她的自白吸引了 2000 多万人次浏览。但 3 个月后，《洛杉矶时报》揭穿她的真实身份是新西兰女演员，名叫杰茜卡·罗斯，她和一家演员代理公司共同导演了这出戏。

有趣的是，骗局被揭穿之后，“孤独女孩 15”人气反而更旺。不仅有电视节目邀请罗斯做嘉宾，还有导演邀请她拍电影。

于是，演出代理公司与英国 Bebo 网站合作，趁热打铁炮制了一系列名为凯特·摩登（KateModern）的视频，讲的是 20 岁的伦敦大学生凯特，她的男朋友塔里克以及电脑神童加文在一起合租的故事。

制作班底说，KateModern 是“世界上第一部也是唯一一部可以情节互动的系列剧”，任何人都可以给他们提建议，决定剧情下一步如何发展。换句话说，这部系列剧是传统肥皂剧与 Web2.0 交互功能相结合的产物。

据介绍，KateModern 瞄准的是英国 13 至 24 岁的青少年群体，微软等 4 家公司为该系列剧提供了赞助。

Bebo 网站主席乔安娜·希尔兹说：“用户观看每部片子需要大约 40 分钟，因此我们将舍弃传统的按点击量付费的广告模式。如果可行，这将是网络内容付费的重要进展，而英国是第一试验地。英国的 Web2.0 市场是最具有活力的市场之一，其广告收入增长速度超过其他多数国家。只有在这里，你才会深切感受到 Web2.0 的商业前景。”

KateModern 的赢利模式并非完美，它要求人们持续高度的关注。迄今，互联网还主要靠点击或制造噱头盈利。美国犹他州的厨具生产商 Blendtec 就是这样做的。在该公司制作的一系列名为“它能搅拌吗？”的视频短片中，一个白衣男子将信用卡、高尔夫球、磁铁、假钻石甚至铁锹等几乎任何东西放到搅拌机里粉碎——唯一目的就是证明这个搅拌机性能有多好。正是由于这种疯狂，该系列视频在 YouTube 上积聚极高人气，Blendtec 的销售额也随之上升。



热点锁定：

9 月 2 日，美朝双边工作组第二轮会谈在瑞士日内瓦结束。美方首席代表希尔召开新闻发布会说，朝鲜同意年内实现现有核设施去功能化。

导读

A36

“帽子”女王
巅峰上“谢幕”

A38

“隐形上瘾”
试试戒掉它

A39

英国伯爵
遭遇“阴谋与爱情”

本刊主编 赵庆

（本刊除“论坛”及本报记者署名文章外，均由新华社供稿）