

名词

UGC模式

互联网时代,UGC概念(全称为User Generated Content,即用户生成内容。用户将自己原创的内容通过互联网进行展示或者提供给其他用户)风靡一时。从2005年左右开始,网友开始在网络上上传海量图片、视频、评论等内容,之后随着博客、微博、微信等网络社交平台的出现,普通网友几乎在一夜之间就涌入了制造娱乐舆论的行列,网友的

集体智慧在网上大放光芒。

很多情况下,网友的评论比娱乐圈的新闻事件本身还要好看,还要有智慧,此外,很多重大的明星八卦、新闻其实都是网友爆出来的——娱乐新闻似乎已经一只脚踏入了UGC模式。

生产流程

网络时代,不少娱乐事情一经发生,马上就会进入一条脉络清晰的传播过程:某娱乐新闻引

发网友关注,接着各种解读、调侃、段子开始风靡,话题持续发酵,形成一个能击中众多网友的High点,High点不断积蓄,爆发之后影响传统媒体,传统媒体深度报道网友对娱乐事件的参与,把舆论进一步推向高峰,使网友参与构成了新的娱乐事件。

网络上,人人都有麦克风,娱乐事件参与门槛,网友点点鼠标就可以大发议论。参与娱乐事件又如此欢乐,谁都想在其中找点乐子,娱乐新闻就像一条水煮鱼,从头到

尾能被消费个精光。所以一个娱乐事件发生时,也就是网友开始众声喧哗之时。比如汪峰,他发布的所有新闻都被其他娱乐新闻冲淡了,所以当“帮汪峰上头条”在网络上形成话题时,并未成为热点事件,但由于这个关键词如此贴合网友心声,越来越多的人参与到这场运动中,经过名人大V的微博扩散,迅速成为网络热点,开始影响传统媒体,电视、电台、纸媒,包括网络等全媒体开始聚焦,最终成为全民关注的话题。

如今娱乐精神高涨的网友大有接管娱乐新闻界的态势,娱乐事件一出,他们就分工明确、训练有素,造热词、写段子、出恶搞、发调侃,各司其职,热火朝天地二次创作娱乐新闻。网友再也不是干坐着等娱乐明星“上菜”吃的被动消费者了,而是参与烹饪,可劲儿打造出比新闻本身更具吸引力的火爆话题。最近,“国民岳父”韩寒,奶茶妹妹和京东掌门修学的“哥大”,还有顶莱昂纳多做奥斯卡影帝等均因网友的参与而成为“热门”。有了网友,娱乐再也不单是明星和媒体的事儿了。

网友们, 造头条



新闻事件

●由头 全民帮汪峰上头条

网友“造头条”应由“帮汪峰上头条”始,此事件让大家见识了网友参与娱乐事件的热情和能量。本身上不了头条的汪峰在此后很长一段时间里,无论说啥做啥,总有网友关注且以“上头条”为目标,以至于传统媒体不关注都不行。

需要注意的是,最后上了头条的不是汪峰,真正霸住头条的是网友的呼喊。专栏作家韩松落评论说:“按照传播效果来看,‘汪峰上头条’是个非常完美的传播个

案。从萌芽、发酵,直到膨胀,整个过程非常清晰,只有调侃,没有恶意,没有向着不可控的方向发展。”

网友炒热“芳草天”

因在网上晒了一把漂亮萌女“小野”,网友立马争认韩寒为“国民岳父”。也许是因新片《后会无期》的原因,韩寒频频和网友互动,又是晒片场“黝黑照”和“蒙头丽莎照”,又是秀书法作品。尤其是最近他晒出的书法作品,笔迹狂放,气势汪洋,先是网友感叹“看不懂,看来不能愉快地当亲家了”接着有网友吐槽“没想到依然有这么多无知网友追捧韩寒,这前几个字写的是什么东西。”不想韩寒竟回复称,“前面几个字是描述你的,写的是,长亭外,古道边,芳草天。”机智的网友马上心领神会“不要碧莲(注:应为连),岳父大人好机智。”结果,“芳草天”马上被网友炒成网络热词,120多万网友参与讨论,连韩寒都惊

呆了,看到这一苗头,韩寒再发微博称“其实这并非我原创……对不起,李叔同。”网络名人陈砺志称“芳草天”成为热词,现在流行骂人不留痕迹。

网友让“哥大”更火

京东CEO与奶茶妹相恋被曝光后,立刻成为网友津津有味的谈资。亮点是,传闻中两人相识的哥伦比亚大学继王力宏女友曝光后,再度成为众人狂欢的High点。

巨大的年龄差,女神爱富豪,这些都让网友“累觉不爱”,反倒是两人相识的哥伦比亚大学成为“纠察对象”,这所学校不仅是国人心中的“学术重镇”,更是八卦的策源地,在这里王力宏遇见了李靓蕾,李云迪遇上了田飞,如今又让京东老总刘强东遇见了奶茶妹,还有人将其与中国的长江商学院并列,称“这两个学校都多产,明年报名人数肯定爆棚。”

“小李不哭”惊动外媒

本届奥斯卡颁奖典礼前,第四次冲奥的莱昂纳多(昵称“小李”)颇受中国网友的关注。尽管最后莱昂纳多仍然空手而归,但网友们“小李不哭”的喊声比祝贺马修·麦康纳的声音要高无数分贝,微博上“小李不哭”的讨论量不到半天就冲破30万,成为最热门的话题。

网络名人“和菜头”借助小李的经历分析起人生的失意,“无论你怎么使出浑身解数,但是在你所处的游戏里,始终得不到认可,他们死活不承认你的价值。”这更加引发了网友的情感共振,原来自己喜欢的巨星也和我们一样,对生命无力感,对奋斗有迷茫感。

中国“小李不哭”所凝聚的强大力量甚至冲出国门,惊动的美国媒体近日就刊文报道了中国的“小李热”现象,并告诉美国读者,失败的“小李”在中国是最受欢迎的好莱坞明星之一。

网友们,你是娱乐圈一分子

娱乐圈真的变天了,不再仅仅是专属于明星的独家秀场,网友也开始登上历史舞台,参与娱乐事件的制造和消费。以往的娱乐消费跟餐馆吃饭一个流程,明星是大厨,负责“炒”菜,媒体负责上菜,群众是食客,吃完抹嘴巴走人,一条龙,干净利落。

现在不一样了,群众吃饭讲究的是体验和参与,吃之前要拍照发微博、发朋友圈,感觉菜味道好会点赞,不好要骂人,无论是点赞还是吐槽,都会有人在网上呼应。除此之外,食客还偶尔调戏下媒体,“八一八”大厨,所有这一切都有可能网上直播。简而言之,网友不再单单是一个吃饭的了,而是一个参与者。

娱乐事件的出现就是网友狂欢的开始,谁也预想不到事态会向哪个方向发展,比如你想不到韩寒晒个照片就被叫“国民岳父”了,“汪峰上不了头条”成了头条,专注展现官斗的《甄嬛传》,被网友把银耳莲子羹给“炒”热了——网友对娱乐事件的调侃,再造本身成为新的娱乐事件,正如吃菜是饭局的一部分,吃完后对菜的评价也成了饭局的一部分。

(溯航)

