

文化人



“仙女”上位记

2015.5.17 星期日

齐鲁晚报

B01-B07



报纸没看够?想和记者、小编直接对话?没问题!快加入“新文化人读者交流群” 437864601,我们一起侃文化!

电话:96706056
邮箱:qjwbwenhuaren@163.com

今年7月,“仙女”王守英就要在北京举办自己的首场时装秀了。这不仅是一个灰姑娘穿上水晶鞋的故事,也是一个网络小人物的成功转型之路。

山东农村姑娘王守英曾经沿着一些网络前辈的蹒跚足迹,努力在微博上造势,甚至到处骂人,但都未能获得很好的效果。这不难理解,恶意炒作就能走红的时代早已过去了,就连当初一些凭借网络炒作和审丑走红的人——如芙蓉姐姐、凤姐等,也集体转型了。十年间,草根的上位之路来了个一百八十度的大转弯。

本报记者 魏新丽

为农村姑娘开的一扇偏门

2008年的一天,一位书商来到新泰市刘杜镇南流泉村,找到曾经给他们投过稿的王守英,跟她商谈出书的事情。

此时的王守英,只是一个普通的农村姑娘,辍学后就在村里干农活兼打工,偶尔写小说投稿。她跟外界的交流很少,去过最远的地方是新泰市,也没有上过网。

在交谈中,这位书商的一席话给王守英打开了新世界的大门,他告诉王守英,现代社会有一个趋势,要成名得需要一定的营销手段,最重要的是,要有一个爆点。

说者无意,听者有心。王守英很早就有一个梦想——做时装设计师,成为当代香奈儿。她本来的想法是,赚两年钱,开个小店,然后一步步地往前走。“我始终都相信能通过开小店走到香奈儿那个地步。”她说。

但是,“跟书商接触之后,脚踏实地的心就没那么坚定了。”王守英说,她突然觉得,可能通过开小店,一辈子也实现不了梦想。

再后来,王守英接触到了网络。“上网一看,就发现他说的实在是太对了。”她知道了芙蓉姐姐和凤姐,看到她们出席时尚活动,拍电影,被网友追捧,她觉得眼馋。“我觉得她们也没什么啊,就是靠言论成功了,我自己很自信,跟她们比起来,我强太多了。”她说。

2013年,王守英开始了自主营销之路。她利用身边的各种物品进行服装设计,然后拍照放到网上。她用吸管做成手链,把豆角缠到头上,锅碗瓢盆挂在腰间。她身材矮小,这么打扮起来实在算不上好看,可是她叫自己是小仙女。这种反差果然招来了关注。

这种极端的做法,有着芙蓉姐姐和凤姐的影子。以S造型走红的“冰清玉洁,妖媚性感”的芙蓉姐姐,声称自己学富五车的凤姐,都是用这种出格的行为标榜自我,从而获得广泛关注。

在芙蓉姐姐的时代,自甘卖丑的人一般被认为精神有问题,但是现在看来,她们其实是另一种聪明人。凤姐在后来的采访中承认,自己有推手和团队,故意进行营销炒作。至于为什么炒作,她说“只不过是想买个房子”。

作为她们的模仿者,王守英很坦

然,“就是觉得如果这样做的话,可能会被骂得很惨,但是可以获得更多的资源,利用这些资源再慢慢努力,就可以获得自己想要的。”

“嗓子不天籁,长得又不帅,青春期还没赶上好时代,人生太多无奈,为了活得精彩,只好玩点变态。”这是网络红人芙蓉姐姐的名言。

脸皮厚,敢于炒作,或许是她们博出位时惟一能仰仗的。

社会的低俗“成就”了她们

王守英运气不错,她的微博被人发现了,小火了一把。

这时,一名资深媒体人找上了门。他看中了王守英的话题性,提出要让她跟自己互动炒作。“我当时说不知道怎么炒作,就说骂你行吗。”王守英回忆说。

这当然是可以的。于是那个媒体人骂一下,王守英再回骂一下,你来我往,好不热闹。这个人在时尚行业也是很出名的,王守英的第一次炒作有了效果。

(下转B02版)

设计:壹纸工作室
出品:洪波工作室
编辑:石岩
吴金彪

口述史:用好奇寻找答案 /B05

『复制文化』病毒式蔓延 /B03
中日关系史第五章:生命在于折腾 /B04