



資訊發達引發的爆紅

2012-12-08 記者 高繁翊 文



網路的快速傳播，讓所有人都能更快的接獲來自世界各地的訊息。只要連上網路，跟世界接軌就不再是空談。現今的科技，讓大眾在扮演接收者之餘，也能夠成為一個給予資訊的人。隨著多元的平台建立，網路上愈來愈多爆紅的人出現，一夕成名不再只是夢想。

爆紅的過程

爆紅大致上可分為兩種，一種是非自願，一種則是主動。現今新聞有許多題材是取自網路，相較於過去較受限的新聞撰寫方式，記者能取得更多素材。在各大論壇中，大量的影片與文章被四處轉載，這也加速了影片的流通。許多記者紛紛從這些平台中取得消息，並將這些影音放置在新聞中播映給大眾觀看，短短的一天內，可能就讓數十萬人得知該則消息。

除了上述意外成為被關注的對象外，還有一群人是用心經營並期望被看見的人。有些人是選擇自行錄製影片，將這些檔案上傳至公開網站，以獨特的內容，例如搞笑等，將大眾的目光聚焦。也有人選擇提出特殊的觀點，引起別人注意。

又或者，其實只是些不起眼的小事，卻因為民眾的過度渲染，成為「天大的消息」。可以說，網友將枝微末節的訊息，拼湊出各種消息，促成一件「網路爆紅事件」。網路向來都是以小博大，如果一開始就很明確地將事情完整攤開講明，那就少了自己臆測的神祕感與趣味。保有一定的神祕想像空間，才能引起廣泛的討論。

至於爆紅的方法則是無奇不有，現今許多媒介的整合，讓消息的傳遞更為便利，像是今晚發生的新聞，明天早上報紙就會馬上刊登出來，而社群網站的轉貼功能，也讓資訊無國界的流通。這讓爆紅的過程更為簡便，不論是何種發跡方式，都可以讓世界各地的人看到。



PTT八卦板每天都有上百則消息被刊登出來。(圖片來源/PTT八卦板)

爆紅的內容

網路時代興起後，有許多人靠著經營自己的部落格，以吸引高量的點閱率換取廣告收益維生。像是加拿大的拉丁裔年輕女孩Alejandra Gaitan用的卻是更簡單的方法：她在影音分享網站YouTube上開設自己的頻道《The Reply Girl》，三不五時就自拍一些影片上傳，影片的內容絕大多數都是她對著鏡頭表達一些事情的看法，同時展現她令人稱羨的好身材。

但仔細看後，她的談話內容並沒有什麼精闢之處，甚至因為她的拉丁口音，很難聽得清楚她在說什麼，但是這麼高的點閱率是從何而來呢？

同樣是YouTube影片，爆紅名人蔡阿嘎則是選擇用影片來傳達他想講的事情。從一開始提供談話有趣的影片，讓大都能在看了影片後會心一笑，到最近開始拍攝各地鄉鎮的文化特色，提供網友更了解一些鄉土名情，還有一些是講述社會新鮮人面對工作時辛苦卻不畏懼的心情。這些東西雖然都可以從書中或搜尋引擎找到，但是這些創意的手法卻是始料未及的，能夠更親近內心，才能讓人們真心體會。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行

- 夢想配方 攝影甜點與咖啡 洪詩宸 / 人物
- 橙色的季節 唯美「柿」界 陳思寧 / 照片故事
- 老驥伏櫪 馬躍八方 許翔 / 人物
- 追本溯源 探究大地之聲 劉雨婕 / 人物
- 變化自如 幕後的聲音演員 張婷芳 / 人物

以「小資」為主題拍攝影片的蔡阿嘎。(影片來源/YouTube)

除了這些影片之外，現在網路爆紅已經到了令人咋舌的地步，有時候甚至只是一句話，或是一張圖片，就能夠引發熱烈的討論。之前中國的「犀利哥」，以獨特的造型攻佔眾多媒體版面，一夜間，他成為了家喻戶曉的人物。然而，在大家競相目睹犀利哥的面貌時，卻讓他感到相當不自在，甚至一度淚灑街頭，這件事情也為當事人帶來了相當大的困擾。

帶來的利益

爆紅帶來的就是名利，上段所述Alejandra Gaitan，在她拍攝影片的半年來，她的每支影片可以讓她的平均賺進100英鎊，如果影片點閱率到達50萬人次，更可讓她收到1000英鎊的廣告費。大量的收看使得廣告商更喜歡這些容易貼近民眾的手法，網路的普及已經可以跟電視並駕齊驅，再加上收費更為便宜，自然就成為商人競逐的地方。

如果不是使用廣告刊登的方式，商家可以選擇置入性行銷，在與那些爆紅素人談妥後，他們就拿著商品在影片中出現，雖然沒有特別介紹，但是在名人的使用加持後，自然會有人發起討論那些商品，有意無意間，品牌的知名度也會被慢慢拓展開來。

雖然許多爆紅都是一連串的巧合引發的漣漪，但是有些是被精密計算過的。有一群被稱為「網路推手」或是「網路策劃師」的人，正是某些爆紅事件的幕後推手。這些人會精心策劃完整的行銷方案，再藉由網路推廣、炒作，不著痕跡地捧紅某個人或事物。推手們擅長揣測網友們的反應和喜好，接著會在大型論壇、BBS或是部落格上散布訊息，如果網友反應熱烈，該事件很快就會受到媒體注意接著大肆報導，這就是成功的爆紅事件。網路推手和部落格寫手有著異曲同工之妙，背後都是商業的操作和謀略。

商業的利益，也誘使人們願意出現在螢幕面前扮醜或搞笑。除了影片之外，許多直播中也有嵌入廣告，這讓直播者能從中獲利，雙方各取所需，拿到彼此想要的東西。

是好是壞

爆紅是好是壞，全憑該主角的想法。有些人是為了追求名利，而將自己塑造成公眾人物，希望藉由大量的曝光，成功追求自己想獲得的東西。有些人意外成為備受注目的人物，讓他們備感壓力。同樣是爆紅，選擇面對的方法則是無奇不有，畢竟面對爆紅時的心態都會有所不同，因此，爆紅沒有所謂的好壞，只有自己的意願。

沒有持續經營自己的人氣，隨著時間過去，爆紅名人也會慢慢的消散在人群中，變為一般人。鮮少人會記得幾天前的新聞在說什麼。「XX哥」也漸成為了媒體的慣用語，在資訊的快速散佈的環境下，每個人都有爆紅的機會。前《台灣電子競技聯盟》主播翁雋明曾說，只要有才華，在網路這麼發達的情況下，成為名人是件非常容易的事情。放眼現今社會，有各式各樣的機會提供想紅的人管道，但是想要長久下去，除了一點運氣之外，更需要的是努力。

總編輯的話

本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

