



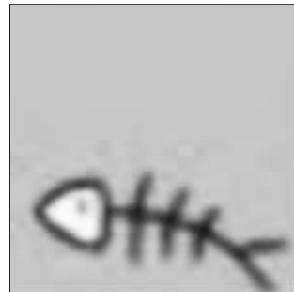
@比赛是五个人的



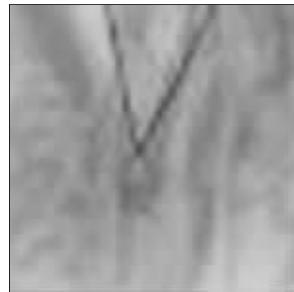
@李铃铛



@呼吸在北半球



@易水寒



@剑侠



@败家 MM “冰果雪泡”



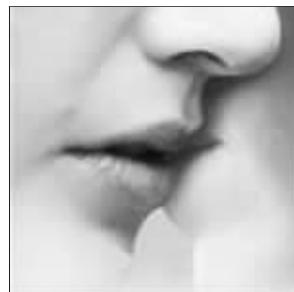
@2可器



@沪上论坛:宽带山、篱笆网



@陈芳超



@A型狮女

我们很三八,但是我们要有文化

这是一个全民发声的时代,论坛里的各种声音甚至比线下的声音还要热烈。“全民娱乐风向标”的天涯八卦,严肃思考的凯迪,不管是哪一种,只要发出声音,就是可贵的。网民们乐于抱在一起集体行动,但是从来不盲从,每一场看似混乱的网络大发生,背后都是全民智慧。

@天涯娱乐八卦版前版主“比赛是五个人的” 我们需要刺激的符号

比赛是五个人的,在八卦版里被亲切地称为“比5姑娘”,身为八卦版的前首席版主,即便已经交出了版主的帅印,她还是网络世界里备受推崇的“八卦元老”。回顾2009年,她说自己的得意之作还是挺多的:《八卦流行文体教学参考》,这篇总结了网络上比较流行的文体,如知音体、梨花体,走进科学体,纺纱体,蜜糖体等,是一篇还算全面的网络文体扫盲文。被很多网站和纸媒转载过,所以我觉得还算比较有意义。”另外一篇《网络恶搞文化浅析》则成为了今年的网络恶搞文化圣经,学术性地总结网上各种盛行的恶搞文化,已经有了研究的味道。

除了自己的这些帖子,今天比5最欣赏的恶搞文化是“曾哥”:“曾哥的横空出世,网络文化进入了一个疯狂的时代,我们不满足于越来越疲劳的审美,而需要一些刺激的符号,而炒作时代也需要这些符号。至于为什么大家看见了曾哥就来劲,去听曾哥版的《CREEP》就知道了。”

天涯八卦被称为“全民娱乐风向标”,比5对八卦精神的概括是一段引语:“我们不迷信任何权威,我们嘲笑一切条框,但是我们相信公益和真理。我们犀利,我们刻薄,但是我们善良。我们开得起一切玩笑,但是拒绝无端的嘲笑。我们没心没肺,但是我们有脸有皮。我们乐意天马行空,同时也拒绝脚踏实地。我们可以很三八,但是我们要有文化……”她说,这是一个八卦元老对八卦版精神的概括。

@天涯娱乐八卦版版主李铃铛 社会缺少欢乐,网民需要八卦

李铃铛,天涯娱乐八卦版首席版主,2004年八卦论坛开办之初即注册的元老级会员。非常善于总结点评娱乐圈的恶俗丑怪现象,文字幽默精到,却不失善良,帖子在论坛内认可度较高。她去年年底点评“烂片界王中王”的帖子,因嘲讽了男明星们在古装雷剧里的披头造型,引起了论坛里轰轰烈烈的讨论并广为流传;对于明星假装粉丝在自己博客里拼命留言等现象,她也曾给予无情的揭露和批评。今年9月走马上任首席版主之后,工作勤勉,每日处理版务之外,还定期发表娱乐热点专号《八卦来了》。

杨子、陈鲁豫、于正、“西门大妈”杨均均,在八卦版里永远也说不完,李铃铛觉得是因为社会缺少欢乐:“我觉得首先因为他们不是偶像派路线,他们的造型都挺雷、挺搞笑的,比起那些永远维护美女俊男,王子公主形象的偶像来说,他们更欢乐。八卦是个欢乐的地方,这个社会不缺少俊男美女,缺少欢乐。其次他们本身很有争议,为什

么鲁豫这样尴尬的主持方式那么红,为什么杨子不是帅哥却每部戏都演帅哥,为什么西门大妈不很美丽一把年纪却总是演‘傻丫头’……这些矛盾让人会去关注他们。”

@豆瓣观光团:呼吸在北半球 要团结,要有爱

豆瓣观光团“横行网络”,呼吸在北半球就是观光团的团长。身为团长,他的工作相当尽责,整理出了详尽的豆瓣观光团历史,有兴趣的童鞋们可以前往观光团小组围观回顾。2009年的围观事件数不胜数,呼吸在北半球印象最深的是观观豆豆疯疯的帖子:“这是观光团的最高帖,帖子建立的目的就是发泄情绪,或者是用来灌水专用的。短短的时间内,帖子的跟帖已经接近4万。或许生活太枯燥,或许是我们太无聊。”鉴于这样的逻辑,他最欣赏的09网络事件也是贾君鹏:“这是网友们的能量,网友力量大。”观光团并非冷漠的看客,他们也利用自己的影响力征集祝福、解答问题,用呼吸在北半球自己的话说就是:“为枯燥的生活增加了色彩与激情。”

至于观光团如此火红,他的回答是:“人多,所以我们好闹事。”观光是一门艺术,呼吸在北半球试图阐释清楚这门艺术:“1、在观光团,观光才是永恒的主题。2、在观光团什么事情都是可能发生的。3、观光团的传说,百度搜索不到。4、没有激情,我们制造激情,有了激情,我们炒作激情。听说,加入观光团的人都会很幸福。5、我们是高尚的,纯粹的,脱离了低级趣味的,有益于人民的~!”

@冷组组长易水寒 温室效应越来越严重了

“我们爱讲冷笑话”小组,在豆瓣上声名远扬,被称为“冷组”,冷组的官网是诸多网友上网的必选项目。今年8月,官网出了点问题打不开,立刻有人上百度询问缘故,并称:“这是我的精神家园啊。”

创立冷组的是一个已经出国的女孩子,现在的组长则是三年前加入冷组的易水寒。“我觉得能每天认真更新好一个冷笑话,传播一个冷笑话,突然发现小组官网出了问题,立马更新解决,就是最好。”冷组人气很旺的原因被他概括为:“这里很冷,这里也很热。”为什么大家都爱冷笑话?他的回答相当无厘头:“因为温室效应越来越严重了。”冷组并非只有冷笑话。有一个搜集父亲短信的帖子就让他很感动:虽然都是冷笑话风格,但是却很温情,看到最后有很温暖的力量。

@江苏城市论坛版主:剑侠 南京市民用话题关注城市

江苏城市论坛是西祠里讨论江苏本地

时政民话题的活跃版块。在周久耕、张明宝等南京本地重大新闻发生的时候,这里都曾聚集了南京本地最热烈的讨论。其版主剑侠说,全年火热的帖子其实很多,很难一下子举出影响最大的。如果一定要举出2009年整个论坛最热的讨论的话,应该是对无锡阖闾城遗址考古发掘的争论,一系列的帖子引发了论坛苏锡常网友之间长达近一年的辩论;第二个则是关于南京本地的代表帖是对南京交通规划与建设的批评:大桥堵、过江难,城西干道高架改隧争论……因为“这些话题都体现了南京市民对城市的关注。”

@败家 MM “冰果雪泡” 败家是工作,更是乐趣

西祠人气最旺的论坛,其实是“败家MM集中营”,南京的姑娘们一定都上过这个版。败家的创始人是“冰果雪泡”,从2005年7月担任版主一直到现在,她见证了败家的成长:“刚开始有自己的工作,开这个店是为了交换转让方便。现在就全职开店了,实体店在中山东路。主要经营洗化用品。”败家MM现在到底有多火?冰果雪泡说,西祠的论坛是一页99张帖,败家每天可以更新30页。身为败家的版主,对自己的生意也有点帮助:“很多人冲着信誉来买东西。”败家给她带来的最大好处是,无论是论坛的日常维护,还是自己店铺,她都可以把工作当乐趣,败家的聊天版也让她结交了不少线下的朋友:“今年败家最开心的事情,大概就是去西塘版聚吧。”

@凯迪知名网友:2可器 网友们的脑子归私人所有

2可器是凯迪的知名网友,年度代表帖是《第5届雷语隆重登场:2009年度雷人语录》和《狼奶案例分析:黄埔军校旧址》,前者着眼现实,后者着眼历史分析现实,都有上万的点击率。除去自己的作品之外,2可器对2009年的网络印象最深刻的是上海钓鱼案。

2可器在凯迪活动许久,对这里网友的印象是:“凯迪网友有其他所有网友的毛病:情绪化、浮躁、口水乱飞,但凯迪网友有2个特点:不蠢,他们的脑子归私人所有,未被诱骗或强行拆迁;关心公共问题。”正是这样的气质造就了凯迪现在在网络中正直、严肃、心系天下的印象。

@沪上论坛:宽带山、篱笆网 这里有上海最真切的味道

如果你身处上海及其周边城市,那么宽带山和篱笆网一定是你最熟悉的网站,如果你不在以上地方居住,你可能觉得这些都很陌生。不过,上海发生的各种事件,

上海网友都习惯在这里讨论,如果想知道“团成一团,圆润离开”以及“1号线事故”最本地化最新鲜的讨论,这里才最有代表性。“海运女”“上海空姐门”最早在这里爆发,看上去似乎挺香艳,但是“番茄妈妈”“深野忠信”这些网络名人也是最早在这里成名。所以,带着沪上最真切的味道,外地人多少可以看出些门道吧。

@19楼陈芳超 网络媒体 责任重大

陈芳超,19楼论坛网络编辑,在接受采访时很专业地给出了19楼作为一个地方网站的成绩:2009年19楼,注册用户达到528万、全站日访问总页面达到1250万、全站最高同时在线人数11.6万、全站日访问独立用户90万、全站日发帖量65万……19楼现在的影响已经不言而喻。

陈芳超印象最深刻的是5月7日杭州文二西路交通肇事事件:“事发当天我们网站得知这个消息放在首页,而我本人是当天首页的编辑,对这起骇人听闻的交通肇事案也做了多方的了解,包括对遇害者的母校老师同学的了解。5月8日晚上也到了遇难现场,看到遇害者双亲和女友在现场的悲痛欲绝……至今重新翻看这些帖子心里还是很难受。”另外一个让她记忆深刻的事情是通过网络帮助女网友:“今年三月份,一个网友发帖讲述了在找工作时险些遭遇老总强奸,而这个老总反而说是这位女性网友敲诈他的钱财。当时证据不足,要指证这个老总非常困难。经过我们的宣传,几天内有多位女性通过发帖和报警指证,也曾经遭遇过这个老总的性侵犯,最终这位老总难逃法律的制裁。通过这个帖子,我也认识到了网络的强大力量,感受到了媒体的责任感。”

@奥一网活跃网友 A型狮女 网络是个消遣工具

A型狮女是深圳本地论坛奥一网的活跃网友,今年6月市长王荣即将上任的时候曾经在论坛里发帖向市长提意见,在论坛里引起不小的反响,有4万多的点击率。她自己对2009年网络印象最深的是闫德利事件,原因是:“太乌龙了。”今年奥一网上的其他帖子,印象最深刻的是福利彩票作假帖,原因是“黑幕惊人”。网络对于她而言,最大的意义是:“言论相对自由,环境相对开放,网友有社会责任感。”回顾整个2009年,她觉得作为一个本土论坛,奥一网需要争取更多的年轻人:“毕竟网络还有个属性就是个消磨时间和消遣的工具,沉重的东西不要太多。不要老是搞些时政话题,生活话题也很重要的。”