

# 任性

## 互联网语言表达的 调性和技巧

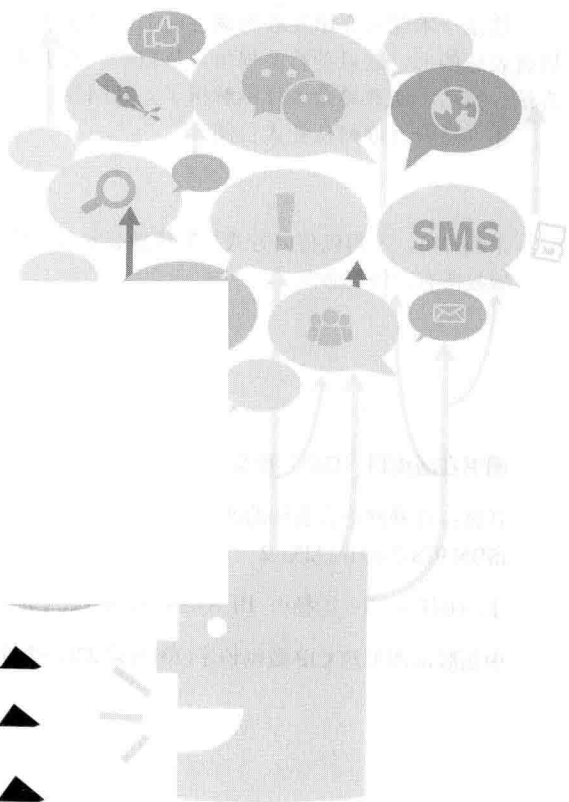
杨铎 著



中国工信出版集团



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>



# 任性

## 互联网语言表达的 调性和技巧

杨铎 著

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

## 内 容 简 介

这是一本深度介绍互联网调性的书，也是从社会化媒体运作的角度较为系统地讲解互联网语言表达的书，它以独特的视角，从技术、需求和表现形式三种驱动力展开，从理论、策略、方法、技巧、实践等角度详细解析了互联网表达的变化和社会媒体的运营。

本书适合互联网从业人员阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

任性：互联网语言表达的调性和技巧 / 杨铎著. —北京：电子工业出版社，2015.10

ISBN 978-7-121-27233-2

I. ①任… II. ①杨… III. ①网络营销 IV.①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 226332 号

策划编辑：张慧敏

责任编辑：郑柳洁

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：16.75 字数：215 千字

版 次：2015 年 10 月第 1 版

印 次：2015 年 10 月第 1 次印刷

定 价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：(010) 88258888。

## 另一个角度读懂互联网

打开这本书，打开了一个互联网世界。

在“互联网+”很热的时代，对于一个年轻人来说，沉静下来描述互联网中最本源性的品质，不仅需要勇气还需要胆识和敏锐的视角，杨铎做到了。

正如书中所述，技术是推动互联网向前发展的直接驱动力，互联网的调性是内在的，本源性的东西。如果说技术影响的是互联网本身的进步，那么互联网的调性是在影响着整个社会的变化，影响着每个人的思维方式和语言表达习惯。

互联网有自己特殊的语言吗？这种语言有什么样的调性？如何用互联网的语言表达互联网？对于很多实体经济转型者而言，如何解决“屁股在网里，脑袋在网外”的伪互联网人思维？

我是中国第一款移动社交软件“飞信”的策划者、实践者，花了五年时间研习移动互联网。不少传统企业都想搞懂互联网怎么玩，很多人问我，“什么叫‘互联网+’？”我的看法是，“互联网+”不是“互联网+实体”，

不是“实体+互联网”那么简单，“互联网+”是虚实一体化网络世界的能量转化场。那么，这其中转化的工具是什么？我认为首先是互联网的语言、调性，以及由此延伸的交换价值的网络方式。

物理技术的学习是一种程式化的学习，在一定时期具有稳定性，但并不是有了前沿的技术就能引领社会发展的潮流。懂互联网的人不一定精研技术，但是不懂互联网的调性一定不算真的懂互联网。当我们习惯用技术语言去看互联网时，我们也应该跳出互联网本身的圈圈来看互联网，从内在的、本源性的视角去捋一捋互联网的脉络，好带你打开一个互联网新世界。

学习并运用互联网语言是打开互联网大门的第一把钥匙，而这把钥匙就在本书中。

本书并没有提供绝对正确的方法论，但是补充了“互联网+”在应用层面的一些理论、工具和研究方法，为读者提供了一个独特视角。在千篇一律的介绍互联网的书籍中，本书算是最“任性”的一本佳作了。

认识杨铎很多年，他是具有天才般创意火花的后起之秀，他小心翼翼地打造了一个极具可观、可赏、可用的互联网调性的新世界。

打开本书，你就打开了属于自己的任性世界。

华红兵 移动互联网理论奠基人

2015年9月6日于广州

## 说任性

当我知道一个聪明的人一定要懂得接受两种完全不同的观点我就明白，我注定不是一个任性的人。（通常，任性的人都被认为是固执的，很难改变。所以，当一个聪明的人接受两种不同的观点时，也就不能称为任性的人。）

我讲的这句话和任性没有绝对的关系，但是你会发现任性这个词用到这里恰到好处，无论是句式还是这句话本身的意思都没有不恰之处。任性这个词可谓是火遍了大江南北，无论是混迹在网络上的资深网虫还是少不更事的小孩，甚至是压根就不接触网络的中老年也对任性这个词热衷起来。我一个教小学一年级的朋友，在布置作业后，有小孩对她说：“这五个作业本拿去，这一周的作业我不做了，有钱就是任性”（班级内有不做作业罚买作业本的规定），孩子的话让老师哭笑不得。总之任性这个词火了，在 2014 年的十大流行语中，“有钱就是任性”出现时间最晚，流行程度却超越了“且行且珍惜”“你家里人造吗？”“画面太美我不敢看”“萌萌哒”“整个人都不好了”“我只想安静地做个美男子”“买买买”“问题来了挖掘机技术哪家强？”等，成为 2014 年流行最广，流行时间最长的流行语，有要一直流行下去的趋势，成为越来越多人、商家、媒体信手拈

来的一句话。难能可贵的是，这种流行语被官方媒体接纳，频繁应用到正式报道中，任性已经无处不在，只有不任性的事，而没有不任性的人。

既然说任性，那我们首先来“扒一扒”，任性是怎么成为人所周知的流行语的呢？

通常都认为“有钱就是任性”这一流行语来源于江西刘老汉在购买保健品被骗后，明知被骗反而不断给骗子汇钱，就是想看看骗子到底能骗他多少钱，最后骗子于心不忍且实在编不出骗钱的借口，刘老汉觉得时机成熟，事情够得上警察出马于是报了案。这件事被媒体曝光后，网络上就流传出刘老汉有钱就是任性这一说法，没曾想“有钱就是任性”几乎是一夜之间在微博上流传起来。

结构短，简单上口是“有钱就是任性”这句话快速流行起来的理由之一，如果不是简单上口，那么这句话也流行不起来。但是结构短，简单上口显然不足以支撑一个流行语流行这么长时间，甚至达到上达国家领导下到小学生都熟知乐用的程度。“有钱就是任性”流行起来不仅有其自身结构上的优势，更重要的是内核的力量和环境的助力。

可以说互联网从诞生之初到现在全面普及也没有一个流行语像“任性”这个词一样能真正反映出活跃在互联网之上的网民的真实需求。任性这个词快速流行起来的关键支撑是任性这个词语本身，任性一词甚至可以归结为任何一个流行语流行起来的原因之一。如果说“挖掘机技术哪家强？”“画面太美我不敢看”等这些流行语火起来很大程度上归结于网络环境的变化，那么“任性”一词火起来绝对有内在支撑，这个支撑就是“任性”一词的内涵完全符合了当下网民的心理需求及表达需求。任性是一种个性的张扬，不仅有嘲讽、戏谑、夸张的含义，更重要的是这个词语不仅服务于说话者本人的自我表达，还能让看到这词语的人有娱乐感，

其在个人的情感沟通和互动参与上超越了任何流行语，有以自嘲来娱乐大众的属性。除内在含义本身外，网络环境的变化是驱动这一流行语流行起来的重要因素。如果稍加注意就会发现，活跃在网上的人被“玩坏了”，且不说那些在名人微博上留言评论的粉丝表现极其夸张，仅看粉丝对微博广告的态度就会发现，网民变了，网络环境彻底变了。网络世界是什么样的再也不是几个门户网站说了算，而是由无数网民说了算。简单说，网民变得越来越爱玩了，这个爱玩体现在越来越喜欢参与互动，越来越喜欢张扬自我，越来越喜欢发泄情绪。那么问题来了，如果你有一个张扬个性的机会，是不是会极力任性一把？没错，就是要任性，只有任性才符合每个人的表达。这就是网络环境变化给这一流行语带来的影响。“任性”能应用的范围太广了，所以很可能从2014年流行到2015年，一改其他流行语流行三五天就风光不再的状况。

“任性”流行的速度快，范围广，很大程度上缘于这个流行语所能应用的地方实在太广，几乎没有它不能插足的地方。下面来看几个应用。

“表情太任性了，翻得一双好白眼，嘲讽系数爆表。”

“跟你时你一无所有，离开你时也不会带走一碗一瓢，这是爱到尽头却也是真心爱过的最后一股任性。”

“任性地派深夜福利，现在添加××××周刊微信号并回复‘鹿晗童年’，就可看到从未曝光、本刊独家珍藏版的鹿晗童年照。”

“现在的自己变得越来越小气任性，还冥顽不灵，自处都觉疲惫，陷入恶性循环……好辛苦。”

“今天吃晚饭，旁边桌在相亲。女：有车没？男：有，奥迪A8。女：



房子买了没呢？男：买了，一百四十平米，江边的。女：能不能问问年薪多少万元？男：160万元左右。女：你是做什么工作的？男：做梦的……旁边几桌，喷水声……咳嗽声……我那口饭愣是没咽下去！没钱也可以这么任性啊”。

以上几个段子是我从微博上摘抄的，类似这种关于任性的表达还有很多，留心观察，只要是想到任性这个词语，几乎每个句子都可以用到，且表达起来非常通顺。这个形容词几乎能用来形容我们所要表达的一切，也就是说它是一个万能词汇，而这个万能词汇又会随着每个应用场景的不同表达出不同的意思来，应用范围着实太广。也正是因为这个原因，它才能不断延展自己的生命。

为什么要说任性？

如果仅仅因为“有钱就是任性”是2014年最流行的流行语我们才讲任性的话就偏离了正题。任性一词流行的时间可能会比任何一个流行语流行的时间都长，因为这个词本身就能表现出它的任性来。除了这个原因，我们说任性还因为任性就是我们这本书的书名。没错，我们要说任性绝不仅仅因为它是一个流行语，而是因为任性这个词符合本书的主旨。本书探讨互联网的调性，如果你用心观察的话会发现，任性就是互联网调性的最好体现。这也就是我们要说任性的主要原因。那什么是任性？

任性不同于其他流行语的地方恰恰在于它深刻地表达出了互联网的调性。从内涵上讲，它不仅符合网民个体的自我表达，而且准确地反映了当前互联网的调性。什么是互联网的调性？如果把互联网比作一个人，那么互联网的调性就好比人的性格；如果把互联网比作现实社会，社会的价值观就是互联网的调性，不同的社会发展阶段会有不同的社会价值观。同样，现阶段互联网的调性也和以前完全迥异，不仅在节奏上，而且在色彩

上，在内涵上，在驱动力量上都所有变化。现阶段，任性就很好地概括了互联网调性的特点。我们说调性就像一个人的性格，不同性格的人会有不同的思维方式、处事方式、沟通方式和表达方式。同样，不断变化的互联网调性也深刻影响着互联网存在的方式、构成的方式、沟通的方式，以及表达的方式。互联网的调性深刻地影响了互联网语言的表达方式，所以我们只有理解了互联网的调性才能摸清楚如何用符合互联网思维的语言去表达沟通，并建造新的互联网世界。反过来，如果不能理解互联网的调性且找不到符合互联网精神的表达沟通方式，那么早晚会被互联网这个江湖所湮没甚至淘汰。

看透这一点的人会明白，网络上流行什么并不重要，任何流行的事物都会消亡，流行语“有钱就是任性”同样如此。重要的是在人心中起作用的东西，这个东西并不是简单一个“有钱就是任性”这样浮于表面的流行语，而是任性的内核。这个内核是驱动我们在网络上任性的最终动力。在网络上，几乎所有人都在张扬自己的个性，无论是心灵鸡汤还是励志铭文或者是爆笑图文和不断刷新三观的故事萌宠蠢的动物行径，都在不断演绎着互联网的任性，那么我们为什么要任性呢？

任性本身是一种表达，任性的目的也是为了表达。我们前文讲，概括互联网调性的最佳词语是任性。无论是网络内容，还是我们用到的任何商品都可以归结为一种自我表达，这种表达是人类社会发展的最终所在，只有通过表达才能与外界沟通，才能让外界认识自我，也才能让我们看到更多的人、事和物。所以我们探究互联网的调性，研究任性的内在支撑力量，最终的目的是帮助我们以准确的情感表现方式表达，帮助我们与外界沟通，并从外界获取更多。

任性是为了表达，那如何才算任性？任性的资本是什么？你十有八九

会说，有钱可以任性。非也。无论是现实社会还是网络社会，金钱不再是通行证。现实社会中，有钱的人反而越来越不敢任性，没有来路的钱撑不起任性的大旗，甚至会被任性惯坏，最终迷失。在互联网上，也并非是人傻就能与你的目标对象沟通好，找到互联网的调性异常重要，这就好比你要跟小鲜肉的粉丝沟通，却用了小米粉丝的调性撰写内容，那么再多的钱也打动不了小鲜肉的粉丝。有钱可以任性，并不是说有钱一定能任性并有所收获，任性不是目的，只是一种沟通手段；也不是说有钱就一定可以任性，有钱不是任性的资本，没有钱一样可以任性。本书是探讨如何利用互联网的调性，如何利用任性进行表达的一本抛砖引玉之作。因为互联网无时无刻不在朝前方迈进，互联网的调性也无时无刻不在变化，所以本书中的内容迟早会落伍，甚至与未来的互联网调性相悖，不过可以肯定的是，互联网的调性只会越来越丰富，性格只会越来越饱满，而这些都由活跃在网络上的人一点一点创造，这些创造者就是掌控任性的最大资本家。



# 目录

<b>1</b>	<b>互联网思维和全民意识的觉醒 / 1</b>	
	互联网：一只凶狠的狼温和地走过来 .....	2
	全民意识觉醒是颠覆一切的力量 .....	8
	互联网是一个任性的江湖 .....	16
	语言表达是最后一根被颠覆的稻草 .....	21
<b>2</b>	<b>互联网语言表达下的价值重塑 / 28</b>	
	如何理解互联网语言表达的本质 .....	29
	什么样的内容能让人重塑自我价值 .....	35
	如何通过互联网语言的表达重塑自我价值 .....	44
<b>3</b>	<b>全民网络语言表达呈现的特点 / 51</b>	
	利用关系来表达越来越重要 .....	52
	表达者的作用越来越重要 .....	60
	表达方式对表达效果的影响越来越大 .....	66
	网民情绪准位的明显变化影响表达 .....	71

表达方式由自上而下到自下而上的变化 .....	75
互联网语言表达的社群性分化 .....	79
表达对象情绪准位的节奏变化越来越多 .....	85
意识觉醒让全民表达成常态 .....	88

## 4 互联网调性的任性表现和表达应用 / 93

什么是互联网的调性 .....	94
从江湖文化看互联网调性的形成 .....	98
调性如何影响互联网的语言表达 .....	103
互联网调性的 11 条任性表现及应用 .....	106
互联网语言表达的 7 条任性法则 .....	131

## 5 不同社交平台对互联网语言表达的影响 / 145

如何理解社交媒体的整体特点 .....	146
不同社交平台对语言表达的影响有哪些 .....	154
如何利用不同的社交媒体任性表达 .....	159
如何利用社交平台上分化的社群有效表达 .....	170

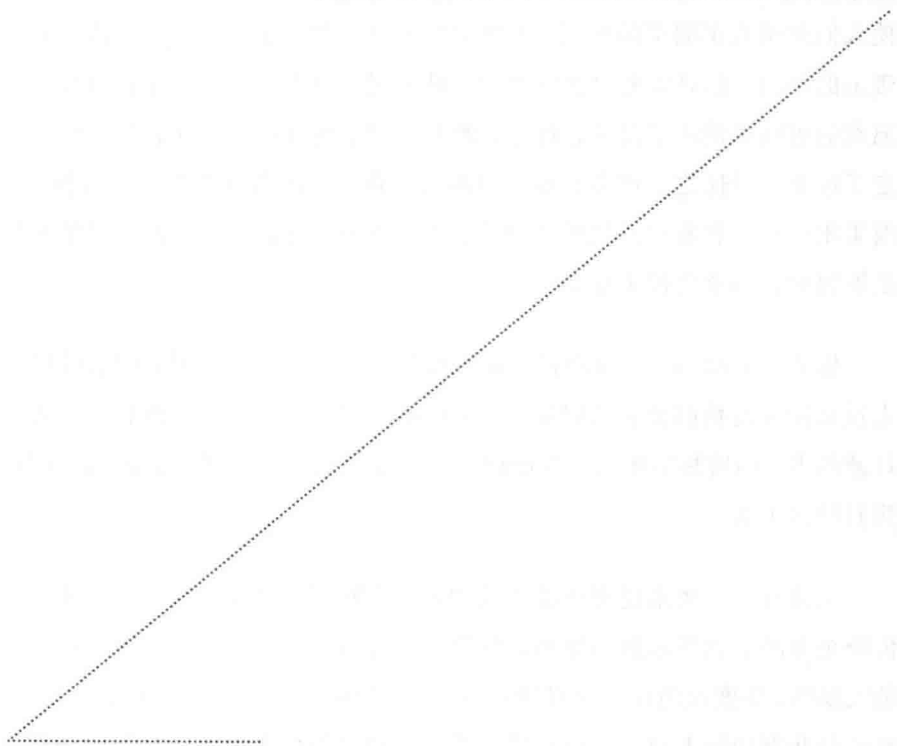
## 6 互联网语言表达的 8 个步骤 / 179

思路第 1 步：找到要表达的对象 .....	180
思路第 2 步：找到属性匹配的内容 .....	185
思路第 3 步：找准对等的情绪准位 .....	188
思路第 4 步：选择合适的表达方式 .....	192
思路第 5 步：语言表达内容的加工 .....	195
思路第 6 步：找到合适的人来表达 .....	200

思路第 7 步：找到恰当的引爆方式助力 .....	205
思路第 8 步：表达后以观后效 .....	207
<b>7 互联网思维语言表达的 24 技法 / 211</b>	
互联网语言表达形式多变的三种驱动力 .....	212
H5 技术驱动语言表达变化的 12 个技法 .....	214
内容需求驱动语言表达变化的 12 个技法 .....	231
<b>8 互联网语言表达的误区和发展趋势 / 245</b>	
互联网语言表达的 6 个误区 .....	246
互联网语言表达的 4 个发展趋势 .....	250
<b>致谢 / 253</b>	

# 1

## 互联网思维和全民意识的觉醒



## 互联网：一只凶狠的狼温和地走过来

历史经验告诉我们，自上而下发起的改革往往不彻底，例如日本明治维新留下的天皇军国主义。只有自下而上发起的改革才能彻底改变现状并使人们获得真正期望的东西。要理解自上而下和自下而上这两种改革方式带来的不同，你只需要对比以下两句话即可：自上而下的改革就好像一只温柔的狼凶猛地走了过来，而自下而上的改革就好像一只凶猛的狼温和地走了过来。对比之后你会发现，用温柔掩藏着的凶狠具有更大的杀伤力，温套用凶猛包裹着时只是狐假虎威，如同改革一样，当温和的人民的渴望足够强烈，结果会惊天动地。

作为一个故事，一只凶狠的狼温和地走过来相比一只温柔的狼凶猛地走过来能带给我们更多的想象力，能让我们感觉到这个故事背后的结果更具破坏力，内容更有嚼头。互联网的到来正像是一只凶狠的狼温和地朝着我们慢慢走来。

在我身边，越来越多传统领域的企业人在不停地念叨狼来了狼来了，传统企业的生意越来越不好做，我早期工作过的公司在 2014 年经历了业绩大暴跌，年度业绩比往年暴跌 60%，这个企业还是行业的领头企业之一，整个行业都如临大敌。这也难怪老板一天到晚都想着怎么向互联网转型，但是在传统行业扎根太深，所以转型不易。一面是传统行业的节节败退，一面是互联网相关领域的很多公司如日中天。这些都不是小说家随便拿起笔就写出来的故事，这都是实实在在每天发生的事。互联网思维的代表企业小米用短短四年的时间，已被估值 450 亿美元；锤子科技在没有一款产品时估值达到 10 亿元；阿里巴巴这个庞大的电商生态帝国，2014 年



9月19日登陆纽交所，市值快速超过2000亿美元，造就了奇迹，更让传统企业感到了一种恐惧。除了这些大型资本财团控制的企业将互联网推上巅峰，还有很多一夜间走红的互联网品牌。因为几个IT男卖起了肉夹馍，西少爷红遍全国；年轻的广告人赫畅创办的黄太吉，通过一个小小的煎饼果子让人看到他庞大的百亿餐饮梦想；马佳佳一个90后女孩通过几页PPT用自己的思维包装起她的品牌；褚时健用传奇般的橙子打造了生鲜平台本来生活网；狂人雕爷孟醒，用他自己的互联网思维快速炒火了雕爷牛腩。薛藩烤串、河狸家等品牌，都在短时间内创造出极高的估值，让传统企业羡慕嫉妒恨。不止这些，互联网是一个创造奇迹的地方，最奇迹的是越来越多的个人品牌，个人性商业机构活跃起来，这些人通过社交媒体积累粉丝塑造个人品牌，然后开始变现。互联网解放了一大批人也升华了一大批人，这在互联网之外实非易事，更别说中小企业快速创造一个奇迹般的品牌了。

以上这段请说明，互联网所能带来的威力有多大。这种大并不是指互联网上诞生出了估值450亿美元的小米和市值超过2000亿美元的阿里巴巴，而是指互联网带来的改变不仅从大的层面，更多是通过渗透改变了很多我们身边的东西。所以，如果有人一直叫嚣互联网思维的威力有多大，叫嚣所谓的迭代、流量、社会化、大数据、平台化、跨界等思维为我们创造了多么大的价值，为我们带来了多大的启示，若互联网思维不能为中小企业和个人所用，那么互联网思维只是一个虚妄的概念，任何顶层的改变若不符合低层的需求也就失去了实质的意义。

## 案例解读

### 互联网思维和“互联网+”

2014年和2015年的互联网行业分别出现了一个热门概念，