

谁偷了MySpace

被社交网络改变的疯狂世界

[美] 朱丽亚·盎格文◎著 吕敬娇◎译

有三样东西越抑制，越强烈：

爱，咳嗽，打开MySpace

这是第一部互联网好莱坞的故事：

全球数亿人在这个网站打造明星梦，寻找下一个LadyGaGa……



中信出版社·CHINACITICPRESS

谁偷了MySpace

被社交网络改变的疯狂世界

[美] 朱丽亚·盎格文◎著 吕敬娇◎译



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

谁偷了 MySpace / (美) 盎格文著; 吕敬娇译. —北京: 中信出版社, 2011.1

书名原文: Stealing MySpace

ISBN 978-7-5086-2603-1

I. 谁… II. ① 盎… ② 吕… III. 网站-电子计算机工业-工业企业管理-经验-美国 IV. F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 242193 号

Stealing MySpace by Julia Angwin.

Stealing MySpace copyright © 2009 by Julia Angwin.

Simplified Chinese translation edition © 2011 by China CITIC Press.

This translation published by arrangement with Random House, an imprint of Random House Publishing Group, a division of Random House, Inc.

ALL RIGHTS RESERVED.

本书仅限于中国大陆地区发行销售

谁偷了 MySpace

SHUI TOU LE MYSPACE

著 者: [美] 朱丽亚·盎格文

译 者: 吕敬娇

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)
(CITIC Publishing Group)

承印者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 18 字 数: 263 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版 印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2008-5242

书 号: ISBN 978-7-5086-2603-1 / F · 2214

定 价: 45.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849283

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84849000

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

自序

Stealing MySpace

2007~2008 年写作期间，笔者曾进行过数百次采访。根据众多受访人提供的信息，本书重现了 MySpace 成长历史中的许多重要时刻。通过重现人物对话，我们可以更加接近真相。不同受访人讲述内容出入较大时，笔者均以加注的形式进行解释。

许多受访人不希望公开姓名。大部分匿名人士所述情节都已通过不同的秘密信息源得到证实。但是，为了保护向我提供信息的诸方人士，本书没有写明某一个事件曾被多少人证实。

笔者在写作过程中还曾翻阅大量文献，包括：MySpace 原母公司 Intermix 向美国证券交易委员会提交的财务报告，纽约州总检察长调查 Intermix 公司过程中获得的内部电子邮件及文件，笔者曾亲眼看过的 Intermix 公司众高层主管间的私人邮件和读过的 Intermix 公司内部文件。若文献记载与受访人所述内容不符，书中一般以文献内容为准。

MySpace 的创始人未参与本书的写作过程。一年来，笔者在采访、写作的过程中，曾多次与 MySpace 及其母公司新闻集团（News Corp）派出的各部门代表见面。笔者曾分别通过信件和面谈的形式告知众代表写作进展情况。对方从未明确拒绝合

作，但迟迟没有作出是否合作的决定。最后，书已完成，MySpace 方面也已从事实上作出了决定：从未明确拒绝合作，但从未与笔者进行合作。因此，本书报道未经授权，但是内容翔实可信。

目录

Stealing MySpace

● 自序→XI

● 第1章 | 贩卖MySpace→1

罗森布拉特在一楼的自助餐厅稍作等待，阳光透过餐厅的玻璃洒落室内，罗森布拉特打开随身携带的黑莓手机，敲出一封电子邮件，发给朋友：“到默多克这儿了……估计马上就能见到他，真让人紧张。”

● 第2章 | 创始人的故事→5

在已经举目皆是社交网站领域，很难说MySpace能否独占鳌头。如果MySpace能火起来，德沃尔夫连同他手下25人的网络团队就都能得救。这个网站一旦失败，德沃尔夫将彻底失去在eUniverse的地位。

● 第3章 走出泥潭→ 19

网站破产清算期间，德沃尔夫花了 5 000 美元从他的前客户手中买下了域名“MySpace.com”。他此时还不知道这个域名到底能派上什么用场。

● 第4章 网上房车营地→ 29

它善于以低劣手法模仿其他公司的网站，以至于众企业皆对其嗤之以鼻。省钱网创始人马特·科芬说：“在eUniverse，乌合之众汇聚，简直就是一个网上房车营地。”

● 第5章 | 死里逃生→ 39

布鲁尔和格林斯潘仍然保持着朋友关系，但是所谓道不同不相为谋，他们的友谊正在经受新的考验。

● 第6章 | 造假革命→ 51

Friendster是一场真正的革命。这家网站没有在广告宣传方面投入一分钱，就赢得了150多万名用户的积极参与。积极参与是Friendster区别于其他网站的重要特征。在Friendster上，你很难找出哪名用户离线超过24小时，难怪这个网站慢得可怕。

● 第7章 | 一切从“相亲”开始→ 61

《时代》杂志专栏作家乔尔·斯坦曾对网上相亲有过一段精彩评述：“还没有互联网的时候，我们谁都不会想到把对方称为朋友。我们会说‘是朋友介绍认识的’或‘刚见过一面’，再找点儿借口写几封别别扭扭、词不达意的情书，最后不忘附上照片，搞不好可能会招来警察。”

● 第8章 | 驱逐格林斯潘→ 71

格林斯潘认为自己做得很棒，不但为公司筹到了钱，而且也为自己争取到了两年任期，但他真是大错特错了。

● 第9章 | 亡羊补牢的哲学→ 83

MySpace 首席技术官阿伯·惠特科姆说，我们的经营理念总结起来就是两句话：“出新要迅速，亡羊而补牢。”这种理念和硅谷的传统技术思想背道而驰，后者认为，只有精准的技术才具有价值。

● 第10章 | 罗森布拉特→ 93

“我喜欢上了这个小伙子，”卡里克说，“他特别会忽悠人。我跟自己说：‘虽然我都不知道他说的是什么，但我愿意买他的账。’”卡里克决定在罗森布拉特的总裁之路上助其一臂之力。

● 第11章 | 怎能错弃 Google 第二？→ 101

2004 年 3 月，MySpace 在访问网页次数方面超过了 Friendster，成为最大的社交网站。

● 第12章 | 海啸→ 113

2004 年 12 月 26 日，印度洋地震引发了一系列致命海啸。此时，纽约长岛牡蛎滩风平浪静，新闻集团董事长鲁珀特·默多克待在他一万平方英尺的联邦式风格的滨海别墅里，心情轻松。

● 第13章 | 独立→121

实际上，可以认为德沃尔夫决定接受以1.25亿美元的固定价格出让MySpace是他职业生涯中犯下的最大错误。

● 第14章 | 间谍软件之怒→133

这场官司对于MySpace是个灾难性的打击。美国在线广告部撤回了在Intermix的全部广告，理由是公司政策不允许和传播间谍软件的公司有业务往来。德沃尔夫不禁怒从中来。

● 第15章 | “笨蛋保险”→145

作为一家上市公司的首席执行官，他知道为使Intermix股票的价值最大化，在条件允许的范围内，拍卖越公开越好。有两家大型传媒集团相争，对Intermix而言必定百利而无一害。

● 第16章 | 比赛进行时→151

默多克等传统媒体的代表们普遍怀有沮丧情绪。每天上午这些大亨们在城堡般的滑雪旅馆听演讲，中午在鸭子湖岸边吃午餐，此时他们的谈话内容总是落到相同的话题上：电影票房收入在减少；音像制品整体滞销；大型传媒公司的股票已经连续3年不见起色；更可气的是，Google和雅虎的股票正在疯涨。

● 第17章 | 象牙计划→161

默多克和彻宁都非常乐意向德沃尔夫支付高额报酬，让他留在集团继续经营MySpace，但是两位老总不能通过正式渠道支付德沃尔夫这笔钱。若非如此，他们给德沃尔夫开出的条件也将必须包含在收购报价之内。新闻集团现在的报价已经足以让华尔街咋舌，所以他们是绝对不能再往上面添钱了。

● 第18章 | 骑虎难下→ 173

新闻集团以为自己买下的是一家技术型企业，但实际上MySpace几乎无法保持正常运行。MySpace亡羊补牢的技术理念在网站创立之初是一个巨大优势，但是到2005年年末，这个由各种技术胡乱拼凑起来的网站终于走到了崩溃的边缘。

● 第19章 | 性感和色情之间→ 183

通过MySpace被色情业“发掘”的女孩数不胜数。据色情男星克里斯汀透露，色情业中所有猎头公司都有专职人员利用MySpace搜寻有潜质的女生。他说：“(MySpace出现)以前，色情中介依靠在脱衣舞俱乐部工作的员工介绍新人入行，而现在中介可以雇人直接从MySpace找到那些女孩子。”

● 第20章 | “网聚天下淫魔”→ 195

汉森问：“你是否经常登录MySpace，浏览年轻女性的主页？”

史密斯答：“我其实——只要是聊天室里的内容，我什么都看，我看她们的照片，不管是谁的，我再点击一次，就会被转到MySpace或其他类似的网站，就是这样。”

● 第21章 | 巅峰时刻→ 207

卫星眨眼

报纸吐墨

你可看到时间背后有个新闻集团？

● 第22章 | 向Web 2.0宣战→ 219

2006年秋天以前，新闻集团收购MySpace一直是发生在Web

2.0 社区规模最大的经济事件，但其后这类收购行为的重心逐渐转移到技术企业密集区——硅谷。

● 第23章 | 走出美国市场 → 229

2006 年 11 月 8 日，德沃尔夫和安德森站在宾馆套房的窗前，凝望着下面东京港的风景，心中默想，这里就是他们要征服的地方。

● 第24章 | 疯狂的广告 → 241

到 2006 年年底，MySpace 在众多商家眼中，就是冲破现代社会信息超载的屏障的伟大法宝，是在注意力稀缺的营销环境中赢得关注的一种途径。

● 第25章 | Facebook 的革命 → 251

2007 年 5 月 24 日，Facebook 创始人马克·扎克伯格激动地跑上旧金山设计中心的演讲台，他上身穿着一件黑色的羊毛拉链运动衫，下身一条牛仔褲，脚穿阿迪达斯运动凉鞋，在讲台上站定后，他宣布向 MySpace 开战。

● 第26章 | MySpace2.0 → 259

社交网络领域的风云变幻让德沃尔夫和安德森双双感到措手不及。2007 年 1 月份，他们的网站还是世界顶尖网站，超越了雅虎，成为美国最流行的网站。而到夏天的时候，全世界几乎都在和他们作对，Facebook 发布的每一项新举措都被媒体大肆宣传，可是此时，MySpace 却不断地被冷落、被嘲讽。

● 第27章 | 数字身份→ 267

MySpace代表着在网络中畅所欲言的自由精神，它的匿名性允许网友随意变换自己的身份，不受拘束地表达自己的观点。对比来看，Facebook代表着更加中规中矩的网络身份，其鉴定系统要求网友用日常生活中的真实身份登录，大家希望借此共同创建一个诚信社区。

● 后 记→ 271

● 致 谢→ 273

2005年7月12日下午，天气微热。理查德·罗森布拉特来到位于洛杉矶的福克斯影城，准备会见新闻集团董事长鲁珀特·默多克。罗森布拉特爬上一段安静的楼梯，紧张得心怦怦直跳。

在这里，福克斯电视台的办公楼及电影录音棚在高耸入云的世纪城大厦面前都成了小矮子。罗森布拉特拥有古铜色的皮肤和运动员般的体形，再加上随意搭配的衣着，就像个前来试镜的演员。不过，罗森布拉特此行的真正目的，是向默多克出售他自己的公司，因为默多克正试图开辟新闻集团的数字时代。

默多克办公的地方是一幢现代化的办公大楼，主体结构由玻璃和钢构成，这座楼的旁边是20世纪福克斯电影制片厂的办公楼，建于20世纪30年代，外观优雅，有着厚重的历史感。两座建筑并排而立，许多访客看到后，都为新盖起的大厦破坏了旧楼的古韵而感到惋惜。距离会面的时间还早，罗森布拉特在一楼的自助餐厅稍作等待，阳光透过餐厅的玻璃洒落室内，罗森布拉特打开随身携带的黑莓手机，敲出一封电子邮件，发给朋友：“到默多克这儿了……估计马上就能见到他，真让人紧张。”

最后，默多克的助手带罗森布拉特沿餐厅墙角处的楼梯爬到6楼，来到默多克办公室门口。新闻集团网络部决策经理罗斯·莱文索恩此刻正在默多克办公室外面

等待罗森布拉特，他亲切地拉着罗森布拉特的胳膊，对他说：“如果你想把你的公司卖给我们，现在正是好时候。”

默多克的办公室十分宽敞，色调冷暖相宜，罗森布拉特踏步进门的那一刻，忽然有点儿后悔早上没换套正式的西服。来这里之前，同事们都建议他一定要穿西服，可他还是决定跟往常一样，穿着工装——浅蓝色短袖纽扣衫、大口袋休闲裤和平板鞋。对面的默多克头发灰白，而且很稀疏，鼻梁上架着一副无框眼镜，身穿烫得笔挺的西装，正在等待罗森布拉特的到来。

默多克指着屋里的米黄色皮沙发，示意客人坐下。罗森布拉特就座后，首先作了一番自我介绍，然后花 10 分钟时间详细讲述了他经营的网络公司 Intermix 的市场价值及潜力，力图说服默多克出钱买下他的公司。罗森布拉特讲话时声音很大，紧张情绪溢于言表。

Intermix 本身并不算是上乘的投资选择。该公司旗下的网站主要提供宾果游戏和内容粗俗、搞笑的动画游戏，“游民”可通过电子邮件彼此分享此类游戏，但该公司的众多自营项目基本不能赢利。此前，该公司还曾遭到纽约州总检察长埃略特·斯皮策（Eliot Spitzer）起诉。斯皮策称，Intermix 曾向用户屏幕保护程序、鼠标指针和电脑游戏植入间谍软件。

不过，Intermix 倒是拥有一家成长迅速的网站——MySpace 的大量股份。仅上个月，MySpace 就曾吸引 1 770 万访客，数量惊人。罗森布拉特果然是手段高明的推销员，他一面称赞默多克的传媒帝国实力超群，令人艳羡；一面强调 MySpace 拥有广阔的用户群，潜力无限，正好可以填补默多克帝国在互联网领域的空白。

罗森布拉特说道：“默多克先生，MySpace 是家极优秀的传媒企业。它不同于其他传统的传媒公司，它向用户提供自由的信息传递渠道，网友可以随意利用在 MySpace 上的个人空间，自由发表言论、上传图片等。此外，网友通过向朋友们展示自己的空间，就可实现信息的自由流通。拥有 MySpace，您只需要卖广告就足够了！”

默多克办公室墙上挂着 4 个时钟，分别显示着洛杉矶、伦敦、悉尼和香港四地的时间。罗森布拉特指着墙上的钟，说道：“您打造了世界上最传奇的全球性传媒机构，从报纸到电视再到电影，您是各类媒体领域中的统治者。但是，在互联网世界，您还是个新手。”

“这笔买卖不但能让您成为地道的网络人士，而且，您的地位将在一夜之间赶上美国在线（AOL）和雅虎网（Yahoo）。只要您肯和我交易，我保证，一年内您就能成为《连线》杂志的封面人物。”

默多克操着浓重的澳大利亚口音，轻声说道：“我听说你每股准备卖 12 美元，这个价钱比市价高很多啊。” InterMix 当日股票的交易价格为每股 9.96 美元。

默多克温和地责备道：“里奇^①，我常听业内人说，你经营公司的策略是，公司一旦发展到顶峰，你就立即寻找买家。”

罗森布拉特深吸一口气，但并不打算主动降价。他知道，默多克的劲敌维亚康姆（Viacom）对于收购 InterMix 也同样兴趣浓厚。

罗森布拉特告诉默多克：“您别觉得我固执，我的公司的确值这个价钱。如果您想买，价格就是每股 12 美元。”

默多克站起身，对来客说道：“成交。我们在星期日之前完成交割，如何？”

“我决不食言。”说罢，罗森布拉特起身和默多克握手，“我保证尽到一名企业法人代表的职责，在星期日之前把 InterMix 交给您。”默多克的助手立即将罗森布拉特带出了办公室。

罗森布拉特感到头有点儿晕，思维有些混乱，他简直不敢相信，默多克在 20 分钟内就同意了一笔近 6 亿美元的支出项目。

只是，这笔交易存在一个隐患：MySpace 并不知道自已将被转手。

① 指理查德·罗森布拉特，里奇为其昵称。——译者注

2003年8月15日星期五下午，MySpace正式创立。这天，洛杉矶天气闷热，MySpace创始人之一克里斯·德沃尔夫正坐在无窗的小办公室里埋头工作。德沃尔夫工作的大楼离洛杉矶国际机场不远，楼下的技术员还在为MySpace编写最后的计算机编码，同时利用各种测试技术扫描系统中的错误。此时此刻，德沃尔夫似乎有些心不在焉：他正被可恶的间谍软件问题搞得焦头烂额。（间谍软件可秘密监视网民的浏览情况，从而据此向网民发送各种相关广告。）

德沃尔夫是互联网公司eUniverse旗下一个分支机构的负责人，间谍软件是德沃尔夫所在部门的主要业务。2003年年初美国出兵伊拉克的时候，德沃尔夫同手下员工曾推出一款免费“爱国”指针，用户下载这一程序后，鼠标指针可自动变成美国国旗的样子。众多用户或许并不知道，他们在下载这一鼠标指针的同时，也安装了一个隐性的软件程序：每当上网冲浪，该程序就会自动运行各类弹出式广告。目前德沃尔夫正竭尽全力向众商家推销该程序下的弹出式广告。

这类和间谍软件配套的弹出式广告很受商家青睐，商家可以利用这种广告，针对不同用户的特殊偏好有效宣传自己的产品。例如，抵押融资公司可以向正在浏览房地产网站的网民发送弹出式广告。但是，德沃尔夫怀疑这套网上跟踪技术似乎已经被破解了。下午3点58分，他把间谍软件问题，连同其他一大堆弹出