

Meme Effect: Behind the Sensitiveness of the Crowd

# 迷因效应

谁在影响你，你在影响谁

高德◎著

你永远无法预知一个人将会如何行事，  
但却可以对一群人的行为做出精确的判断。



天津出版传媒集团

天津人民出版社

# 迷因效应

谁在影响你，你在影响谁

高德◎著

Meme Effect:  
Behind the Sensitiveness of the Crowd

天津出版传媒集团

 天津人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

迷因效应:谁在影响你,你在影响谁/高德著.--天津:天津人民出版社,  
2016.11

ISBN 978-7-201-10895-7

I. ①迷… II. ①高… III. ①分析-研究 IV. ①B025.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第242029号

## 迷因效应:谁在影响你,你在影响谁

MIYIN XIAOYING: SHUI ZAI YINGXIANG NI, NI ZAI YINGXIANG SHUI

---

出 版 天津人民出版社  
出 版 人 黄 沛  
地 址 天津市和平区西康路35号康岳大厦  
邮政编码 300051  
邮购电话 (022) 23332469  
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>  
电子邮箱 [tjrmcbs@126.com](mailto:tjrmcbs@126.com)

责任编辑 刘子伯  
策划编辑 路姜波  
装帧设计 仙 境

制版印刷 三河市兴达印务有限公司  
经 销 新华书店  
开 本 690×980毫米 1/16  
印 张 17.5  
字 数 201千字  
版次印次 2016年11月第1版 2016年11月第1次印刷  
定 价 39.80元

---

版权所有 侵权必究

图书如出现印装质量问题,请致电联系调换(022-23332469)

人类的世界并非由人组成，而是由故事组成的。

## 如果我们是真的

想象这样一个故事：

一个邪恶的科学家切下你的大脑，并把它放进了一个盛满营养液的缸中。营养液足以维持大脑的存活，而计算机可以向你的大脑传送信号。你的大脑拥有一切正常的幻觉：视觉，嗅觉，味觉，触觉，意识，思想，身体感，运动感等等。这些计算机输入给你的幻觉与你可能经历的真实生活别无二致。

请问，你如何确定你现在不是这个“缸中之脑”呢？

我们是否能确证外部世界的真实性？是否能确证“自我”对自身拥有最高的管理权限？

种种迹象都指向了否定答案。比如，生命个体不停地诞生并消逝，而基因却像钻石一样恒久长存；我们穷尽脑力拓展生存空间（挖掘资源、找寻能源），也不过是喂养了技术和机器；我们的个性、尊严和自由意志变成了合规律的数据和代码，而信息的族裔却子孙繁盛……

不妨让我们来一个反转，就像庄周的蝴蝶突然发现自己只是一场梦，或博尔赫斯的外乡人突然发现自己只是别人的幻影，人类是否只是基因的奴隶和迷因的傀儡？我们是否只是某种中转站和过渡物？

如果你觉得这个反转冒犯了你，我想说，别这么多愁善感！

当我们盲目、躁动、懒惰成性、自以为是时，我们怎么能大言不惭，认定自己不是迷因治下的乌合之众或一道幻影呢？

斯坦诺维奇号召我们说，要铸一把理性思维之剑，开启一场反抗迷因的叛乱。

如果“你”是真的，请证明给我看！

编者

## - 前 言 -

数年前，在加州理工学院的课堂上，卡莱茨教授把技术对人类的影响称为“科技殖民”，将之与道金斯创造的“迷因学”联系起来，认为技术的扩张正是迷因在文明社会的表现形式之一。他毫不掩饰对技术文明有朝一日必将凌驾于人类的传统文明之上的担心，并认为这是我们面临的**最大危险**。本书的主题正是由卡莱茨教授此次的观点而来。他说：“我们已经进入一个危险的时代。掌握命运的不是我们自己，而是技术和信息的结合体。”

后来，我和他在洛杉矶有过一次长谈。他对迷因和思维的关系及背后的影响也非常感兴趣。再结合社会学、经济学和传播学的诸多现象，我们认为很有必要把迷因对人类社会各个层面的巨大影响介绍给全世界的读者。

从概念来看，迷因似乎是一种神秘的力量，它不仅隐藏在我们的**大脑中**，而且遍布这个世界，甚至主宰着整个宇宙。就像暗物质和暗能量，它“无比巨大”地存在并展示着力量，但却难以被发现和看到。它先于人类诞生——确切地说，它产生于宇宙大爆炸的瞬间：当宇宙出现第一个基本粒子时，迷因作为一种由信息构成的自主和复合生命便同时产生了。没错，**以信息为单位的“自主生命体”**，这是它

的第一个性质。

信息无所不在，当然也诞生并分布于我们的大脑中以及生活、工作、人际交往的每个细节中。它不断复制重构，形成意念，决定人类如何思考，描绘且组合一切。信息的复制效率极高，神经元1秒钟可以进行10亿次的信息交换，并能通过行为转移到外界，以人类为载体形成传播效应。这是迷因的第二个性质：具有自我复制和传播的能力。它可以由人的意识产生，但又不受人的意志控制。它利用一切介质进行扩散，同时不被我们发现。迷因以“信息动态演化”的形式暗中掌控了我们的世界。

卡莱茨教授说：“任何一个单独的、孤立的元素都不是迷因，上午十点半突然跳出的股票价格不是，一张照片不是，一个笑脸不是，一颗子弹也不是。只有当它们引发一系列的连锁反应时，我们才能看到迷因。比如股市上涨、暴跌，被传播的照片，开心的氛围、被射杀的难民、流行的音乐和舞步。这些发生关联的元素就成为了迷因。”

“玩具”不是迷因，“喜欢玩具”才是。正如同哈佛大学的社会心理学家埃伦·兰格在采访中告诉我的：“迷因是信息通过传播引发了变化，它适用于解释所有的社会心理学现象，也包括经济问题，当然还有互联网。”这并不仅是他自己的观点。早在20世纪呼啦圈风靡全球时，时人便已注意到了一种流行产生的根源。时髦的玩具经常是人们某种心理需求的载体，它的形象巧妙复制和传播了我们头脑中的欲望，并产生和开发出了成千上万个新的欲望，引发了特殊的社会现象。

2008年全球性的金融危机爆发前夕，埃伦·兰格就已经发现了征兆。他说：“前一年，就连巴菲特都沉默了，这是一个信号。每个人都感觉不妙，但没有人愿意撤出来。人们捂住眼睛，互相传递虚假



的消息，继续加固绞刑架。”他习惯用社会心理学知识来解释经济的变化。实际上，“钱”不是迷因，“获利的动机”才是迷因。它操控人心，驱动热钱流向可以获利的地方，主导着经济的繁荣和衰退。重要的一点是，它既是我们意志的反映，又不以人的意志为转移，这是迷因的第三个性质。

信件传播中的微妙变化也许是一个值得注意的视角。丹尼尔是一位研究“连环信实验”的社会学家。他发现当一封信被抄写7份并完整地复制下来传递给9位朋友后，尽管每名传递者都努力保留信上的每一个字，但当信件的传播达到一定的数量级后，比如4到5个人，文本已经产生了很多“变体”：很多原意都被篡改了，完全不是写信人想要表达的意思。每一位复制信件的人都是无意的，没有人试图主动更改信件的内容，但信息借助抄写人之手完成了复制和变异，并让信息的总量增加了。在这个过程中，掌握主动权的是人还是迷因呢？

在互联网时代，当大数据和消费主义大行其道时，我们更能从魔幻之镜中看到迷因在向我们微笑。技术的进步使信息的复制和传播达到了惊人的速度，不论是通信工具的帮助，还是人和人之间的口口相传，信息的数量和它扩张的步伐都已经远远超出了人的承受能力。一夜之间就有无数新的话题在网络流行，让人眼花缭乱；明星的走红和电影的热映都像是由迷因主导的一场游戏。人既是主动的，又是被动的。谁才是主人？营销学者与管理学家都遇到了麻烦，似乎很多定律都失效了。可事实上，我们以前并没有真正认识到这些流行背后的基本法则。

迷因学的发明者道金斯曾经说：“我从未想象过要建立专门研究迷因的学科，是因为我尚不清楚它对人类文化和社会的作用。”组成

文化、社会抑或群体等级心理的信息太过复杂了，这些元素的演变总是难以细致观测的。它好像很难用数学的方法搜集和统计出来，但这并不意味着迷因学是独立于文化与社会学之外的学科。事实恰恰相反，我们今天已经发现，迷因本身的抽象性和无法计量性，正是构成文化信息与社会元素的一部分。早在人类基因诞生的一刹那，迷因就以一种独特的方式插手了生命的进化——基因的复制、传播和变异严格按照这个既定的模式有条不紊地进行着。

基因的工作程序是如此完美，总是追求原封不动地复制传袭下去，但变异也必不可少。比如，它必须优先保留最利于生存的部分，淘汰那些“见义勇为”或“大公无私”的基因，至少要把它们变成少数。它还会把这部分重要信息强化加固并以思想的形式在人和人之间进行传染，每个人都觉得这是理所当然的生存定律。所有的生物都在遵守进化的迷因规则，以至于人类历史上的所有宗教全都在讲“怎样与自私对抗”。

综上所述，书写是迷因，表演是迷因，微笑是迷因，数字的跳动是迷因，导弹发射是迷因，移民火星是迷因，食不果腹与穷奢极侈同样也是迷因。只不过，信息不停地更换宿主，直到自己无比强大，最终引发一次流行、一次破产、一次股灾、一场战争甚至全球性的科技革命。

那么，迷因是科学吗？

埃伦·兰格在2014年的专栏文章中为本书即将开始的故事提供了自己的预言：“迷因有着自己的演化历史，它唯一的目的就是复制和传播。你会发现不管在经济、商业管理、技术进步还是产品营销领域，它都像‘连环信’游戏一样复制着同样的规则。在互联网领域，

有识之士已认识到迷因的价值。因为当信息的流通越来越快时，迷因的效应就成倍增加了，它们的传播被技术加速了，就像我的文章明天就会出在全球3亿读者的面前，而不需要借助书信。”不得不说，这是一个带有迷因色彩的论断。但它讲到了我们这本书的主题——旨在告诉读者迷因的性质、成因和它的演化过程。

迷因会带来人类一个怎样的未来？这才是我们更感兴趣的事情。本书的目的并非简单告诉你迷因是危险的，而是希望人们看到事情是怎么发生的，重要的是还会发生什么。它不仅仅是一门有待开发的科学。很显然，它还是将来的热门话题，在每一个领域都会有广泛的应用。

## 第一章 迷因：信息的复制、变异和演化

迷因的三个特点：复制、变异和演化；迷因是信息的动态演化，也是复合型生命，而人只是它的传播载体；信息的形态和组合方式在不断变化，人类的一举一动都受它影响；从本章，您可以知道我们身边都有哪些事情是迷因效应。

信息永恒 / 002

复制我，传播我 / 012

谁才是你的主人 / 022

积极的迷因和消极的迷因 / 027

## 第二章 迷因关系学：战胜根深蒂固的自私

迷因和基因既有相同之处也有不同之处；从迷因学的角度，我们可以看到人性的进化逻辑，发现人类社会演化的根本规律；人类的社会关系与行为模式也受到迷因的影响；或许，今后你不会再对一个陌生的自我感到惊讶。

为什么“好人”越来越少 / 036

自私性——基因遗传的第一选择 / 042

纷争不停——实现双赢为何这么难 / 049

信任和怀疑 / 052

## 第三章 迷因与流行：偶像的产生和消亡

歌手和他（她）的音乐为什么走红？一部电影又为什么热映？“万人迷”是怎么产生的？促成流行的原因是什么？人的情感倾向和第一印象是怎么产生的？迷因告诉你：“我就是流行。”别再得意自己有一副好身材了，这一切都是由迷因控制的。

迷因是流行的引爆点 / 060

权威？让我们来戳破神话 / 065

公众事件的制造 / 072

促因和情感倾向 / 077

你红了，但并不是天生就有感染力 / 081

“情绪植入”的秘密 / 085

## 第四章 迷因营销学：把用户变成你的服务生

口碑营销的4大迷因定律；关注力的变化是由信息的变异决定的，而不是由产品本身的价值决定的；科技的进步使零成本营销成为可能；每个电脑用户都在释放信息的“病毒”，他们为什么停不下来？制造话题是催生迷因的第一步；传播的“魔幻三重奏”告诉我们：用户不仅是顾客，还是你的服务生；迷因学让营销变得更简单了，但它总是真假难辨。

永远停不下来的“病毒式营销” / 090

口碑是怎样炼成的 / 098

谈论和分享——关注力无价 / 104

名人效应为何总是奏效 / 110

不确定性：迷因的测不准定律 / 114

## 第五章 迷因经济学：精英俱乐部统治世界

影响经济政策的因素是什么？经济和管理的未来在何方？决策者和投机者对大萧条负有不可推卸的责任，但我们无法责怪他们；免费经济依赖于消费者的关注度，但它并不是必然发生的；货币的价值与人心的关系；精英统治世界，是迷因在经济领域演化的必然结果。

大萧条总会发生 / 118

告别免费经济 / 126

货币的价值与人心 / 131

60亿人和100人俱乐部 / 136

## 第六章 迷因与商业：消费主义在欢唱

消费主义带我们进入了非理性时代，它可能是不可逆的；迷因激活了人们的消费基因，上帝也在购物；在全民狂欢的背后，信息好像又赢了。

“双11”：全民疯狂的秘密 / 140

非理性时代 / 144

信息过量，为什么人仍然无知 / 149

大数据时代，我们无处可逃 / 153

## 第七章 迷因与互联网：逃离拇指上的世界

互联网推动了人类社会的进化，但它有独立的基因；生活越来越方便，但我们不是更聪明而是更愚蠢了；网络迷因把人类困在了手掌之上，使我们自以为拥有了更多的选择；当虚拟空间开始扩张时，未来似乎没那么美妙。

互联网：信息帝国在扩张 / 158

网络迷因 / 163

我们更聪明还是更愚蠢了 / 168

虚拟世界的规则 / 176

自由的代价 / 179

## 第八章 迷因与技术：危险的人工智能

是我们在发明技术，还是技术在改造我们？《黑客帝国》的预言会发生吗？技术已经掌控局面，但它的终点在哪里？

第七种生命体 / 186

技术的复制和演化 / 192

两种文明：技术与人类 / 200

开启的潘多拉魔盒 / 207

## 第九章 文化迷因：思想的传染性

传统的形成是为了重复已经在过去被证明是成功的东西，文化的传承严格遵循着迷因的规律；文化冲突是基因赋予我们的本能，也是迷因从有序到无序的需要；每个民族都有自己的文化属性，它为思想的传染和自我洗脑提供了土壤。

为什么会有文化冲突 / 216

族群和各自的文化属性 / 223

把乌合之众变成一支军队 / 229

集体的自我洗脑 / 232

## 第十章 迷因与未来：看到人类的明天

在数据信息的进化中，人类文明会灭亡吗？互联网推动了商业的发展，但它是否还有其他目的？固有的阶层秩序正在解体，这其实体现了宇宙的意志；重要的是，我们正在失去昨天的身份认同；和信息相比，我们的力量太弱小了。

倒塌的“金字塔结构” / 240

迷因是秩序的受益者，但它在创造无序 / 247

数字社会 / 250

身份危机 / 255



## 第一章

# 迷因：信息的复制、变异和演化

迷因的三个特点：复制、变异和演化；迷因是信息的动态演化，也是复合型生命，而人只是它的传播载体；信息的形态和组合方式在不断变化，人类的一举一动都受它影响；从本章，您可以知道我们身边都有哪些事情是迷因效应。