

2006新案例指导之“用户贡献内容”的三个阶段 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/61/2021\\_2022\\_2006\\_E6\\_96\\_B0\\_E6\\_A1\\_88\\_c40\\_61874.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022_2006_E6_96_B0_E6_A1_88_c40_61874.htm) Derek Powazek说，“用户贡献内容”已经死了。当然，他表达的是对于这个玄乎的词汇的不满，因为对于互联网来说，这决不是什么新奇的东西，因为它的设计就是用来让用户参与的。他的建议是，如果非要给他一个名字的话，建议用“Authentic media”，来代表它独特的参与性、独立性和叙事性。Dave Winer对此也表示同感。他认为互联网的真正优势在于你可以迅速的得到反馈，这才是一个健康的媒体平台。就我个人看来，不管它到底应该用什么名称称呼，对这一部分信息的传播过程的仔细研究是很有必要的。我认为在这里是可以划分成三个阶段的：聚合(Aggregator)、过滤(Fliter)和混合(Mashup)：第一个阶段，聚合，是指通过某种方式，将内容通过一种标准发布，这样在另外一个平台上它可以以另外的形式出现和重组。在这个过程中，我们是在将散乱的信源聚合起来，以更为易用和方便的方式重新发布，同时保持信源数据本身完整性和独立性。RSS就是这样一种手段。在这个信息传递的重组和传播的链条中，不仅仅包括处于下游、作为终端的Reader，也包括位处上游的Feedburner和Feedsky也同样有着价值。前者可以说是信息接受者的聚合，而后者则是信息发布者的聚合，例如在Feed中添加广告、图片和书签。第二个阶段，过滤。由于这一部分信息经过聚合后有着数量巨大，更新快的特点，在短暂的时间以内，信息过载就会体现出来。这个时候，过滤那一部分对于特定信息接受者来说没有价值的任务就回凸现

出来。一般有三种方法来过滤，手工-编辑模式，利用人工的把关者进行筛选，例如传统新闻网站；自动-关键词-标签，通过对于特定的分类和关键内容的关注，例如Google Alert和Technorati；社会计算模式，通过集体认同度和在注意力上的博弈，过滤出高质量的信息，例如Digg。不同的模式有各自的特点，不能一概而论的说谁好谁坏。第三个阶段，混合。在信息被较好的消化后，就是如何对它二度利用了。利用诸如API等技术，不同的信息经过互相补充和结合，可以非常有创造力的提供出新的服务出来，例HousingMap，将Craiglist和Google Maps结合起来，方便的显示在分类广告中出售和出租的房屋的位置。由于在这个Mashup的过程中，创造和想象力不再仅仅限制于数据提供者中，而把发明的权力下放，从而可以引起许多Bottom-Up的革新来。由于互联网服务具有分众化和具体化，以及分工逐渐细化的趋势，这三个环节每一个部分都有自己的价值，而各种互联网应用应该将重点集中放在其中的某一个环节，建立起自己独特而优质的服务和产品，从而才能有机会来进一步谈商业模式的问题。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)