



# 酷青年，趣APP

■ 文 | 青牧 ■ 图 | 应毅

《英国金融时报》专栏作家露西·凯拉韦的文章曾描写了她跟她儿子一起玩“品牌大猜想”的体验和感受：“上周，我有两天什么事都不想做。我不想阅读，不想跟人说话，当然也不想工作。我唯一想做的事就是盯着手机屏幕上弯弯曲曲的小图案，猜测它们是哪些品牌的LOGO。”由此可见，app对于这位作家的吸引有多大。

如果是在2008年以前，大概还没有多少人知道app在手机世界的意义，更不会知道在五年以后，这个名词会以如此之快的速度席卷全球。从2013年百度报告上来看，移动互联网的人均上网时长已超过电脑网络29%，每个用户的手机里平均拥有139.1个app（包括系统类、预装类和用户安装类）。一个看起来指甲盖大小的应用程序到底能有多大能量？谁也不知道。就好像《愤怒的小鸟》里的那些金蛋，总在出乎意料的地方给人惊喜。

一个很简单的例子：作为70后，80后，90后，也许你扼腕于十年前丢失的一个电话号码，错过的一场电影或一段故事。但是，一个00后，他也许通过一个游戏，甚至只是一个“摇一摇”，就能像电影中的主角一样上演那些在我们看来是多么低概率的戏码。

事实上，这就是个例子，人类已经没有任何东西，可以阻挡对智能手机的疯狂。社交网络、视频、娱乐、游戏、工具类的从天气预报、酒店预订到美食推荐再到电子阅读等应用，无孔不入地渗透到生活的方方面面，恨不得把现实空间里的活动全部搬到这个迷你载体中。

之前，看过一则报道说，纽约工程师LuciusKwok曾经开发了这样一个app，还特别拍了一个广告，“我的名字是Lucius，我做了这个Couch to 5K（沙发到五公里）app，是因为我想鼓励自己跑五公里，一口气跑五公里。”在这款app带领下，人们可以跟着它慢慢建立斗志，坚定自己跑步的信念。在你跑步时，它还会让你手机

里的美妙音乐陪伴你，还有GPS自动定位功能、电子书、微博……这样看来，就算是减肥也可以变得有趣一点。

Lucius制作软件的目的是为了让自己有点发福的身材能够苗条下来。有点发胖的Lucius最后到底有没有减肥成功，养成跑步的习惯，我们不得而知，但是这样的减肥APP给了我们一个启示，手机软件的作用，是可以让生活里的痛苦事儿变得更有趣更人性化，从而让人养成习惯。

除了让我们养成习惯外，它也悄无声息地改变了我们的生活，若是以前，也许没有人知道什么是自媒体，一两个人就能做自媒体出来，那不是开玩笑吗？但是有了那些有趣的公共账号和来自朋友圈里的消息，这一切都不是问题。只要大脑有一秒的空白，手指就忍不住去戳那些应用小图标，分享自己所爱的信息内容，无论是拆解大叔，还是人肉市场，即便再八卦再通俗，也都能找到你所钟爱的那份杂志。

看Google最新推出的google glass，酷毙了。你戴着它，每天见了多少人，每天走了多少路，每天吃了什么东西这些平日里不被关注的的数据全部被记录了，你的生活规律、消费规律、社交规律一目了然。谁能说这不是一次比汽车、电灯更彪悍的革命呢！

这是移动互联网时代app成为新宠的理由。美国专栏作家保罗·米勒说，“人们总是不吝啬笔墨去嘲笑‘脸书好友’这一概念是多么错误可笑，但我想告诉你们，‘脸书好友’总比‘一无所有’好得多。”

app是这样的一个存在：它关怀备至，它心思缜密，它不遗余力。不难想象未来的发展结果：个人移动医生、个人心理咨询师、个人化妆师、个人营养师……也许再过十年，对于2023年以后出生的孩子来说，终会无法想象没有移动互联网的人类是如何生存的。

没了移动互联网，也许，你谁都不是。