

眯眯眼的死胡同

原创 王子君的碎碎念 王子君的碎碎念 2021-12-30 18:18

这两天，我对《雄狮少年》宽松的态度，让我被集火了一轮又一轮。

基本上各种缓则狗罕见的标签都被打满了。

但一些在旁瑟瑟发抖的老粉，又确实知道我长期在知乎上批判西方刻板印象。
于是有几个小朋友终于忍不住问我：

“王哥，你到底在反对什么？”

很好，正确的问题是找出答案的第一步。

第一个问题：

我揍了你，你该找谁反击？

我啊，废话。

那我用棍子抽你呢？

还是我啊。你把棍子掰了，我又不疼不痒。

谁是加害者，谁就该是被反击的对象，很简单。

那眯眯眼歧视，谁是加害方？

国内那些不怀好意的内容创作者和资本？就算证据确凿，他们也顶多只能算共犯。

主犯是谁？

是欧美的时尚界文化界里的种族主义者和歧视者，是制造黄祸论和傅满洲的人，是好莱坞里一大群导演编剧，是土澳美帝里对中国亚裔做拉眼角动作骂“ching chong”的红脖子。

是海外对华乃至对黄种人敌视的一种社会意识。

加害方不是我们中国人自己，源头不在国境线内。

但我们眼下中国人自己打成了一团。

第二个问题：怎样反击回去？

这块我在微博上说了，公众号里换个角度。

“黄种人就是眯眯眼”，不要把这句话看成一种理念，太虚不好把握。

把它看成一种产品标准，用来生产文化产品上的标准。

谁制定这个标准的？欧美敌视黄种人的社会意识。

他们是怎样推广这种标准的？他们根据这个标准生产了大量文化产品，电影电视剧MV海报杂志短视频里的一堆眯眯眼，自己大量消费，并且推广全球。

所以反击的路径就出来了：

一：消灭这种社会意识，根子解决，没有下订单的人，眯眯眼的核心观众物理上不存在了；

二：消灭其生产能力，切断产能，没有文化产品自然就没有产品标准。好莱坞都没了，你上哪拍眯眯眼？

但大家应该能瞬间反应过来：这两个现在做不到，将来也极难做到。

那，三：用你的产品标准生产你的文化产品，大眼睛和普通的眼睛和不刻意吊起来的小眼睛，然后尽可能逐步把对方的文化产品、对方的眯眯眼，挤压掉。

有能力你可以直接占领对方本国市场，让你的文化产品标准旗帜鲜明地杵在那，你的眼睛天天刷人家的屏；

没能力你可以至少占领其他国家的市场，遏制对方产品标准的渗透。非欧美社会看到大量你的眼睛，自然也不会相信眯眯眼；

实在不济，至少占领本国市场，守住大本营。

当然，还有个核按钮方案：禁止对方产品标准的文化产品进入本国市场，封闭。

但要注意：在你没有足够的产能时，这是下下策。因为普通人的文化消费需求和质量要求摆在那，你在不能满足的前提下进行阻断，后果恐怕是更加泛滥的黑市，和民众对供给端失败的不满。

于是，第三个问题：我们能这么做么？

不能，但不是能力上的不能。

文化产品其实是最容易渗透国境线的产品。苏联没有拦住牛仔裤，伊朗的年轻人还是听摇滚。

而且文化产品可以和国力呈现一定程度的偏离。

土耳其经济不算一线，但08年土耳其的电视剧《白银》，其大结局在中东的观看人次是8500万。

如果说土耳其的文化产品在中东地区有加成，那10年土耳其电视剧《法塔玛古丽的错是什么》在阿根廷取得了每集1200万人次的观看，如何解释？

总不能说土耳其在阿根廷这个南美天主教国家里也有加成吧？

拉丁美洲17年包括本土电视剧在内的电视剧份额，土耳其占23%。去年土耳其电视剧的出口额是5亿美刀，今年土剧《一千零一夜》再次席卷南美。

讲到文化产品和国力的关系，我们习惯说美帝说日本泡沫经济年代。但韩国KPOP、土耳其电视剧、印度宝莱坞、泰国言情剧，都说明了国力只是其中一个要素。

强悍的生产机制才是核心。

我国的文化产品生产机制也算强悍，起码网剧网综的量产能力还是够的，前几年也稍稍在海外引起了一些关注。

但我们还是不能。

不是国力问题，文化产业不健全但也不是致命问题。致命在于：我们自己有强烈的限制。

不光是题材限制剧本审核这些我们习以为常的玩意。我举个例子：国内平台把海外的剧引进来，要报；把国内的剧推出海，也要报。

外国人能看我们的什么内容，这个也是要管的。

所以国内在海外有业务的影视资本，干脆就不搞国内文化产品出海了，直接投资当地的电影电视剧。你出去了吗？资本出去了，中国眼睛没有出去。

不单是创作环节有诸多不能，连输出环节也非常严苛。即使企业完全愿意搭建一个符合中国产品标准、展示正常中国眼睛的海外影视平台、免费去播，也无法提供最基础的产能。

更妄谈占领别人的文化市场。

因此国内还算可以的文化产品（至少通俗类吧）生产能力，完全转换不出去。
所以，不能。

于是，我们进入一个死胡同。

我们明知外界的眯眯眼是错的，自己却给不了外界几双正常的中国眼睛。只能关起门来默念：错的错的错的。

顺便关起门来反复教育自己人。

就算你把自己人都教育透了，诸君能哭死董卓乎？把内部所有疑似罕见的内容创作者都图图了，摸到了源头分毫乎？

产品标准由头到尾在对方手里。今天人家嘲讽眯眯眼，国内互殴一波；明天人家嘲讽塌鼻子黄皮肤宽额头，我们继续互

殴呗？

不冲击这个万里之外的源头，我们的情绪就永远在别人的指挥棒下反复，而且所有成本我们自己承担。

这是反了个什么？我军出不去，但我军擅长自我大清洗？大清洗的标准还是敌人给的？

而且我大言不惭地预言一下这个死胡同里的光景：

“上”会劝理性，因为他们知道这种自我清洗改变不了外部歧视；

“下”会愤怒，因为外部歧视一直都在，而“上”告诉他们理性，并没有解决问题；

于是“上”会加强国内文化产品审核和海外文化产品引入的限制，至少给“下”一个交代。

最终受伤的，只有已然很逼仄的本土创作空间。

还有各圈层之间愈发深刻的互厌情绪。

希望有一天，中国庞大的文化产品产能，哪怕是庸俗产品的产能，能够汹涌地释放到全世界。

那一天，才是真正的反击的开始。

希望那一天不会太远。

