

## 如何看待 11 月 28 日，媒体发文《马保国闹剧，该立刻收场了》？

原创 王子君的碎碎念 王子君的碎碎念

2020-12-11  
18:18

(此文为知乎被删回答)

不是说马保国啦，是在敲打B站啦。

马保国三拳躺平的视频，是今年5月17号在微博上先火的。

“传武到底能不能打”是个贯穿多个平台的月经话题，视频几乎当天就被搬到了B站。

由于当时微博的主流标题就是“太极大师被三拳KO”，所以你照着这些关键词还能搜出当天的搬运视频。

5月下旬到6月中旬，马保国的内容在B站小火了一阵，但基本在武术格斗这个圈子里。

要么是嘲讽的，“睡梦罗汉拳”；要么是挑事的，“武当的陈师行到底能不能打”；要么联动的，“相比之下太极雷害行”。

中间马保国的“好自为之”视频也被人发过，但是很快被发现是老视频，和5月17号的三拳躺倒没关系，所以当时热度不算高。

到6月中，马保国在B站热度上已经趋向平庸。虽然500万粉丝的伊丽莎白鼠7月31号做了一期马保国的鬼畜，在鬼畜圈里又拉了一波热度，但还是属于小圈子里的调侃。

6月份真正统治B站的梗，是“大威天龙”和“很有精神”，各自都有一票播放量500万以上的内容。而且从数据上看，“很有精神”大概率要成为B站下半年的巅峰爆梗。

然后到了10月11月，马保国起来了。

绝大多数马保国相关的B站热门内容，都是在10月11月内完成的。10万以上播放量的视频，这一数据特征尤为明显。

阴谋论点的猜测：

B站上半年有大威天龙，下半年自然也要有全网现象级的梗，这是对年轻人影响力的一种展现，也是商业价值的证明；

要证明B站自己的实力，自然是要用B站孵化出来的原生梗。很多抖音梗快手梗在B站早就有千万点击，但它们是不能拿来官推的。

“很有精神”虽然算得上是B站孵化，但其素材本身较敏感，也不适合官推。

在年底冲KPI的当口，人畜无害又口音销魂的马保国老师，成了B站运营部门的新宠儿。在推荐算法的引导下，创作者涌入这个题材，用户大范围接收到这类内容，新霸权梗诞生。

用户得到娱乐，运营完成KPI，B站彰显互联网影响力，美美与共。

本来，这不是什么大事。

B站的创作者和相当一部分用户早就知道，哪些题材是关门自嗨，哪些题材是B站可以拿出去做牌面。

典型的就“哲学”。

平台引导一直存在，知者一笑而过，不知者也无罪。如果你没有动手，那么你看到的一定是别人想让你看的内容，这就是互联网内容运营的精髓。

但今年，这事不行。

最近有关部门已经发话：

要警惕资本控制媒体。

很多人第一反应是杰克马。

对，也不对。

杰克马是典型，但要警惕的是这个体系，而不单单是体系的“成果”。

对有关部门来说，我不在你的动机，我只在乎你的实力。你展现出来对年轻人的动员能力越强，你被纳入的监管标准就越严格。

B站，撞上了。

