

# 米老鼠的寒酸身世

## 一周史记

下周史上那点事儿  
(9月16日—9月22日)

1928年9月19日,是米老鼠这个形象首次与美国公众见面的日子,米老鼠的设计者、漫画大师华特·迪士尼正是在这个形象上挖到了他的第一桶金。从那以后,华特·迪士尼带领他所创立的迪士尼公司推出了一系列令人难忘的卡通电影,时至今日,这个打着米老鼠旗号闯天下

的动漫公司已经成为了世界第二大传媒娱乐企业。

不过,这家有着如此辉煌业绩的企业,在最初创立时其实是很寒酸的,就连米老鼠这个形象本身,都可以算作这种寒酸的见证,甚至可以说,米老鼠这个形象,其实是美国一个时代“寒酸”的见证。

与美国不少知名企业一样,迪士尼最初的创业是在车库中进行的。只不过相比于其他创业者,迪士尼的创业环境更为窘迫——车库里老鼠横行,有一次,正当迪士尼伏案作画时,一只老鼠竟公然爬到了餐桌上,与迪士

尼“分享”起他早上吃剩的面包来。此时的迪士尼大约是苦闷已极,不但没有将这位“不速之客”挥手赶走,反而自嘲式地将其称为“我的第一位读者”,与其“和谐共处”数月之久,这只老鼠就是后来著名的“米老鼠”的原型。

迪士尼以老鼠作为创作原型的这份自嘲式的写实,其实也正是米老鼠这一形象为何能获得成功的原因所在——与时下不少被讥笑为“畜生穿上衣服讲述做人道理”的国内漫画形象不同,在设计米老鼠的性格时,迪士尼参照的原型正是自己。这种思路让米老鼠从诞生之初

就带上了一个美国冒险者的典型性格——他勇敢乐观、敢于冒险、重视友情、富于正义感,但同时却又急躁、笨拙、喜欢搞恶作剧,甚至偶尔有些自私。迪士尼把自己创业中的困苦与乐观都忠实地画进了这个形象里,这正是米老鼠打动一代又一代观众的关键所在。

米老鼠问世不久,就赶上了“大萧条”。“出身寒酸”的米老鼠在搞笑中,将作者的乐观与豁达带给了美国观众,使观众在困顿的生活中获得了欢乐与解脱。正因如此,米老鼠成为了美国整个大萧条时代最家喻户晓的形

象,《纽约时报》曾这样评价,“大萧条中的美国向两个人致敬——米老鼠和罗斯福。”

“我想告诉孩子们,这个世界值得我们活下去。”不久前刚刚退休的日本著名动画导演宫崎骏,曾经这样总结自己创作的动机。“这个世界值得我们活下去”,在这份动机上,这位被称为“东方迪士尼”的大导演和他的前辈的确存在着某种共通之处。无论是从一只老鼠身上得到灵感的迪士尼,还是在朴实的画风中放飞希望的宫崎骏,他们的作品之所以能打动人心正在于这份“世界值得我们活下去”的动力。

北京时间9月8日凌晨,随着国际奥委会主席罗格亮出那张写有“TO-KYO”字样的字条,2020年夏季奥运会的主办权最终花落东京。日本首相安倍晋三在结果公布后的新闻发布会上满怀憧憬地表示,“希望此届奥运会能成为日本经济的起爆剂。”对于安倍的这通“如意算盘”,国际社会莫衷一是。最初发明“奥运经济”这一词汇的国家,正是日本——1964年东京奥运会的举办,成为了日本经济起飞的发令枪。正是从这一届奥运会开始,以奥运拉动经济的理念才成为东亚各国竞相模仿的模式。

东京是怎样创造“奥运经济学”的?这其中的故事,实则关乎着一个国家应该如何崛起的命题。



9月8日,安倍晋三和东京申奥代表团成员纷纷起身,庆祝申奥成功。

通,在柏林拿到了第12届奥运会的主办权。

主办权虽然争到了,表演水平上的差距却是无法弥补的——希特勒的1936年柏林奥运会虽然虚与委蛇,但再怎么说话人家在会前“和平元首”装得那叫一个像。反观日本军国主义分子,连这一步都省了,申办成功的第二年,悍然发动了全面侵华战争。此举当然在国际社会上引起了极大的愤慨,在1938年国际奥委会举行的开罗会议上,日本遭到了由中国代表发起的声讨,中、美、法等三国联合要求剥夺日本的主办权。日本奥委会代表、柔道创始人嘉纳治五郎在会上左支右绌,但会开到一半,他却接到国内发来的电文,意思简明扼要:“不让我们办?正好,咱还不想办了!”

申办才不到两年,日本态度为什么会180度大转弯呢?原因是主办权拿回去之后,军国主义分子冷静下来一琢磨发现亏本了——那时的日本是标准的“要黄油不要面包”,自日俄战争以后,日本的军费就从未低于过总开支的30%。这么干的结果是,日本国内当时除了大炮军舰之外,其实没什么能拿出来秀国力的东西。把洋人们请来观赏东京市民的贫困生活,这不是自爆其丑吗?何况按“昭和军阀”们的性子,有盖体育馆那个闲钱,不如多造几架零式战斗机来得实惠。于是日本军部决定奥运会不办了,改为举办大规模军事演习以炫耀国力。日本这一惊世骇俗的放鸽子之举把全世界惊了个目瞪口呆,嘉纳老先生更是气死在了回国的路上。

## 败也奥运,成也奥运

日本对奥运会爽约的行为虽然恶劣,但细说起来,全世界包括日本自己其实都应当庆幸那届奥运会没办成。临近二战时

的日本不仅对外野蛮扩张,对内也是一个为了装“列强”的花架子压制民众需求的国家。底层贫民常常食不果腹。在这么一个本就打肿脸充胖子的国家勒紧裤腰带举办奥运会,即便办成了恐怕也是个笑话。

有与奥运会相匹配的民众生活水平,举办奥运会才能实至名归。不过,有道是“老天饿不死瞎家雀”,1950年爆发的朝鲜战争为日本带来了大量的订单,日本经济迅速从战争创伤中恢复过来。到了1951年,日本工业生产力已经恢复到了太平洋战争爆发前的水平。但随着朝鲜战争的结束,如何寻找新的经济增长点的问题立刻凸现出来。尤其是到了1957年,资本主义世界爆发了战后第一场经济危机,美国对日本和欧洲投资的减少无比鲜明地传递出一个信息:战后美国为盟友们无偿“喂奶”的时代已经结束了,今后大家自力更生,自求多福吧!

然而正是1957年,日本在战后首个不景气期中提出了奥运会的申办计划,并在1958年成功赢得了1964年奥运会的举办权。在申办之初,日本国内对申奥存在不小的争议,但现实成为了对这种质疑最好的反驳。从申奥成功的1958年开始,日本开始了长达十年的“景气期”,GDP增长常年高达10%以上。借着奥运的势头,日本经济迅速腾飞,1967年便超过英法,1968年超过西德,成为继美国之后的世界第二大经济强国。

## 奥运景气如何练成

同样是奥运会,为什么二十多年前是烧钱的劳什子,二十多年后却成了带动日本经济发展的财神爷了呢?区别其实在于对待奥运的思路。

自申办成功起,日本政府就把举办奥运会纳入了1961年-

1970年的《国民收入倍增计划》。这个举动意味着,日本将奥运会视作实现“国民收入倍增计划”的一环。在这种思路的指导下,日本为东京奥运会投入的一兆日元(相当于当时的30亿美元)巨资,绝大多数流入了参与奥运设施场馆的普通建设者的腰包。据统计,仅为建设奥运场馆一项,日本政府就吸引了10万农民进入城市,这些人随着奥运会的举办在东京安家落户,成为东京的新居民。政府还投入巨资,对东京的基础设施和公共事业进行了大规模的改造,其中的主要工程包括东海道新干线、首都高速公路、东京高架单轨电力、东京地铁等大型项目。这些大项目全部被外包给日本国内企业,成了带动其产业提升的引擎。日本政府还自1961年起出台了一系列鼓励发展的减税政策。东京在此期间一举跃升为世界最先进的城市之一,而日本民众的生活水平也在奥运会期间开始追赶世界一流的发达国家,冰箱、洗衣机等各种家电在这段时间里开始走入了寻常百姓家。

其实,如果单论东京奥运会本身收益,它对日本的经济增长贡献并不大。在奥运会举办期间,实际到日本的外国观光游客只有估计量的1/3。但由于东京奥运会整个财政支出的设计是以《国民收入倍增计划》为大纲展开的,日本国民得以从这套投资体系中获得了发展红利,富裕起来的日本人开始追求生活的品质,民众体育开始兴盛。东京奥运会上,日本女排一举夺冠,鲜为人知的是,这支队伍其实最初是由纺织女工组成的。从纺织女工到“东洋魔女”,这种跨越在战前的日本是根本无法想象的。

1964年东京奥运会创造的奇迹,让日本重塑了国家形象,重振了民族的信心。在奇迹背后,日本重构了对国家和民族如何崛起的认知。

# 日本的“奥运经济学”



1964年,日本东京奥运会上的颁奖仪式。

本报记者 王昱

## 放奥运会“鸽子”

在开幕式上放和平鸽祈愿,是奥运会的保留节目,届届都有。不过,若说哪个国家曾“放过奥运会的鸽子”,日本恐怕是唯一一个——说好了在东京举办1940年第12届奥运会,可临到点儿日本却又食言了。

事情得从1936年柏林奥运

会说起,此届奥运会在世界百年奥运史上是一道令人不愿揭开的伤疤。在这届奥运会上,希特勒借着盛会的幌子大肆为自己的法西斯独裁专政贴金。而身为纳粹德国的东方小兄弟,日本对德国老大哥在这届奥运会上展现出的财大气粗与国力雄厚羡慕不已。有了这么个心思,又正赶上1940年刚好是日本传说中第一代天皇“神武天皇”登基2600周年,日本觉得自己也该像德国盟友那样在全世界列强面前秀上一把,于是上下疏