

親民形象與政治粉絲

● 袁光鋒

一 斷裂的記憶

中國的市場轉型和改革開放的進程，面臨着重重阻力。「據說一個民族在心存希望而又在現實中屢遭挫折，幾乎陷入絕境的時候，就會產生對權威和巨人的渴望。在我們的改革年代裏，對於權威的呼喚雖然並不強烈，但卻從沒有斷絕過。由於改革的艱難，人們非常自然地希望能有一個自覺於自己的政治使命、凌駕於政治機構之上的權威，以其巨大的聲望、以非常規的手段排除這些阻力。」^①正是基於這樣的考量，一些學者主張在中國實行新威權主義政治，這也是執政黨在1980年代，尤其是1990年代之後的政治理念。

在這一時代背景下，鄧小平作為改革開放的領導者，在知識精英和大學生心中樹立了「救世主」的形象。1984年的國慶儀式上，在天安門廣場前，北京大學學生自發地打起了「小平您好」的橫幅。這種以親人朋友的口吻來稱呼領導人，在此前是不敢想像的，惟其如此，它才在中國政治史上具有轉折性的意義。文革中被神化的領袖個人崇拜模式逐漸被消解，取而代之的是具有人性個人魅力的新威權主義。知識精英和大學生對鄧小平的崇拜，寄託着他們對新意識形態的

渴望。這種意識形態不同於此前本土化的「馬克思主義」，而是以「現代化」的話語體系呈現出來。它建構着中國與西方、傳統與現代的雙重想像。因此，它率先得到知識精英和大學生的認同，而且被他們想像為一種反抗文革的敘事。建立在現代化話語基礎上的開明專制、威權統治，使得當時的領導人擁有了一批具有文化身份的政治擁躉。

但1989年的那場運動打碎了這些「政治粉絲」的迷夢。此前寄託於政治偶像身上的希望在那次運動之後統統破滅，對中國政治領導人的過高期待被一種失落感取代，殘酷的現實昭示了此前「救世主」夢幻的破滅。之後，知識精英紛紛轉身，有的躲入書齋，在學術的體制內，從事着體制內知識份子身份的建構；有的則下海經商，文化身份轉而成為賺錢的資本；還有一些遠漂海外。

1990年代，中國加速了經濟發展的步伐，但同時現代化的多元話語開始被塑造為「經濟現代化」這樣一元話語。執政黨開始弱化甚至絕口不提政治改革，而將「經濟現代化」、「小康」等等作為新的意識形態。同時，執政黨又通過各種手段塑造着新一代的歷史記憶，比如通過教科書的編撰、大眾傳媒的宣傳，有目的地選

擇歷史，將一切「不愉快」的過去掩蓋掉。它還通過各種國家規劃、發展戰略來建構公眾關於未來的集體記憶，試圖以未來記憶的美好掩蓋歷史記憶的殘酷。

政治權力對歷史記憶的選擇造成了中國新一代的記憶的斷裂。新成長起來的一代與前一輩人有着不同的歷史記憶。經過十多年的記憶強行中斷之後，沒有歷史記憶的這一代成為了新政治偶像的「粉絲」。這就是「什錦八寶飯」誕生的由來。「什錦八寶飯」是對胡錦濤和溫家寶「粉絲」的稱呼。「『什錦八寶飯』以80後的網民為主，他們以『粉絲』的名義聚集在網絡群落裏來表達對國家領導人的關注，並用其特有的率直口吻親暱地稱呼國家領導人以直抒胸臆，表示愛戴。」^②「什錦八寶飯」「活躍在以天涯為代表的各大論壇。『濤哥』會見甚麼客人了，『寶寶』又去了哪裏，他們發表甚麼講話了，『濤哥』今天穿得很有型，『寶寶』是不是愛吃西紅柿炒雞蛋，都是『什錦八寶飯』們在網上第一時間熱議的話題。」^③

二 「親民」：新意識形態與「政治粉絲」的認可

在威權主義的統治模式下，領導者的權威既不像封建統治者那樣來自世襲，也不是來自神授，而是依靠個人的魅力。領導者的權力非常類似於韋伯所提出的「卡理斯瑪」(Charisma)型權力。韋伯認為，這種魅力型統治「是指一個人因具有某種特殊品質而獲得領袖身份，並依據這種特殊合法性構建整個統治體系。這種特殊品質往往是超然的，甚至是超人的，起碼也是極其非凡的。總之，

都是普通人無法具有的品質，它們具有神聖性或者起碼可以起到示範作用」^④。當然，這種魅力型統治也雜糅了「父愛主義」的家長制等模式。在威權主義的政治背景下，「親民」形象被推向歷史的前台。

1989年的運動打碎了知識份子、大學生等文化階層對中國政治改革的迷夢；而在1990年代權貴資本主義的改革進程中，社會底層又積累了許多對政府的怨憤，執政黨的合法性基礎已經開始坍塌。在社會矛盾日益尖銳的情況下，領導者開始用不同的方式重塑合法性，其中之一便是在媒體上樹立「親民」形象。

「親民」是胡溫新政的核心關鍵字之一。溫家寶一直注意在媒體上樹立「親民」的形象，途徑有三：一、以傳統的政治道德文化來建構「親民」的合法性。溫家寶經常引用古代的詩詞，其中一部分就是關於政治文明的，比如「為天地立心、為生民立命、為往聖繼絕學、為萬世開太平」、「長太息以掩涕兮，哀民生之多艱」、「衙齋臥聽簫簫竹，疑是民間疾苦聲」等等。以這些儒家的政治規範來建構起「親民」的形象符合「粉絲」的文化心理。二、本土化的馬克思主義。馬克思主義作為執政黨的意識形態，經過本土化的發展後，與「親民」的政治要求合拍。三、繼承周恩來的精神譜系。媒體經常把溫家寶和周恩來作比較，比如「溫家寶與周恩來：兩代總理，一樣表情」^⑤；而周恩來以其親民的形象在中國人民心中有着不可取代的地位。

筆者在對「什錦八寶飯」的話語進行分析後也發現，「政治粉絲」的偶像崇拜最本質的心理在於對「親民」的認可和需要。但被媒體塑造的「親民」形象，從神話學的角度來講，它是一種意識形態，是巴特(Roland Barthes)所

說的「傳播體系」，它通過圖片和話語符號的重組，構築着公眾關於領導人的想像。巴特指出，「神話有給予歷史意圖一種自然正當化的任務。」^⑥媒體在塑造溫家寶「親民」形象的時候，掏空了「親民」形象的一切歷史因素，而將其建構為一種自然的合法的意識形態，它召喚的是「政治粉絲」。

如果從皮洛 (Yvette Biro) 的世俗神話理論來看，我們可以這樣表述媒體所塑造的「親民」形象：它是一個體系，包括理想和價值，也包括調節我們的行為與社會交往的習俗。因此，它完全可以作為社會群體的凝聚力；它可以借助強迫力量和仿效意志，發展和維護社團集體意識，提供行為模式。它是超驗的，可以使人超越自身，突破個體性的狹小圈子；它又是世俗的，源於人們的現實情感歸屬。它是通過表現個人身上最具個性的特點達到普泛性的，它談的是整體的人，是人的道德—精神的完整存在（包括潛意識），這種存在造成一種從本質上可以打動人心的強烈情感效果。在這種「親民」形象的傳播體系中，寄託着公眾有關可能的統一性和創造出平衡感的世界的令人欣慰的淡淡希望^⑦。正如皮洛所說^⑧：

現代人迫切需要的既是實在性，又是凝聚性和融合的經驗。人的生活與活動迫使他陷入分散和封閉的境地：能夠與世界和他人交流的管道很難暢通。而神話的首要功能就是凝聚和集合。……當宗教的靈性失去其價值而政治目的論也實在虛弱無力時，人們就容易聽命於變動不居的現實。於是，我們就需要自己的現代神話。

偶像誕生的背後是「粉絲」的推動力。公眾對「現代神話」的需求，促使了政治偶像的誕生。

還有更為深刻的原因在於，歷史上的創傷使得人們對於政治偶像崇拜「心有餘悸」，但在當前的偶像崇拜中，神化領袖的跡象已經逐漸消失，政治偶像開始往「人性」復歸。這種從「神性」到「人性」的變遷，使得「政治粉絲」能夠堂而皇之地登台亮相。「溫爺爺」、「老爺子」的稱呼，能夠消弭偶像的「神秘面孔」，而這曾是中國人夢寐以求的。但當消解了政治偶像的「神秘面孔」的時候，他們沒有想到的是，「親民」未嘗不是一種新的被媒體塗抹的「神秘」。

「親民」是中國政治文化的悠久傳統，它把「親情」作為政治合法性的基礎。在「胡哥」、「溫爺爺」這種類似於親人的稱呼背後，是公眾根深蒂固的傳統「家國同構」的文化心理。而這樣的文化心理在傳統社會曾經以「子民」、「臣民」的稱呼反映出來。這種以「親人」的方式對領導人產生的想像，遙遙指向一個「天下一家」的傳統烏托邦和傳統的家長威權制社會。在中國社會轉型的大背景下，這種對領導人親切的稱謂則有着傳統與現實的雙重維度——傳統的文化心理在依然未經受現代理念啟蒙的大眾中穿越歷史長河的回應，以及轉型期間面對日益難解的現實而尋求一種偶像的精神寄託。因為公眾需要政治偶像，需要一個有個人魅力的領袖。

三 「情感社群」：「政治粉絲」的組織行為

「政治粉絲」對偶像的認可最典型地表現在危難時期。在2008年汶川地震這場巨大的災難中，「政治粉絲」渴望政治偶像能夠帶領他們，因此主動地圍繞在偶像周圍，在網絡上建立各

種組織。網絡是「政治粉絲」活動的基地，他們為政治偶像建立了貼吧、QQ群等網絡社區。

筆者通過對溫家寶的貼吧研究發現，在「溫爺爺」「百度」貼吧裏，「政治粉絲」的話語集中在表達對溫家寶的愛戴之情上，比如，「溫爺爺萬歲」、「溫爺爺你是人民心中的神」、「爺爺您辛苦了」、「溫爺爺我支持您」、「看到你，我哭了，愛你，溫總理」，這樣的帖子幾乎佔據了貼吧的所有空間。同樣的情況，也出現在溫家寶的另一個「百度」貼吧——「老爺子」貼吧裏。在那裏，我們也看到類似於「溫總理就是好」、「爺爺，我愛您」、「爺爺你要保重身體」這樣的主題帖子。相對於其他帖子，這樣的帖子一般能夠引起較多的跟帖。

但從「百度」貼吧裏呈現出來的現狀來看，「政治粉絲」社群還遠遠不如「文化粉絲」社群成熟。「政治粉絲」群體在擁戴政治偶像的活動中，還不具有一定的組織關係。「什錦八寶飯」之間幾乎沒有任何有效的互動，這一「政治粉絲」社群甚至連「準社群」的雛形都不具有，他們僅僅是通過互聯網表達他們對政治偶像的崇敬和認可。但這種認可，也不像「文化粉絲」社群那樣「在本質上是一種文化象徵，其組織行為是為了追求文化和興趣認同」^⑥。他們僅僅是因為一種對領導人的感情而維繫在一起。因此，我們可以把這些「政治粉絲」的社群稱為「情感社群」。「政治粉絲」社群的不成熟，根本原因在於中國的「強國家—弱社會」模式，以及中國政治制度沒有為公眾表達政治意願提供條件，政治意願的表達受控於政治權威。

「政治粉絲」的群體特徵僅僅是源於技術的紐帶，而非一種政治性、社

會性，甚至文化性的連接（儘管我們可以從他們的話語中分析出政治性、社會性，甚至文化性的意義）。政治偶像身上寄託着「政治粉絲」的政治願望，在網絡技術出現之前，「政治粉絲」的這種政治願望被壓抑，不能表達出來，僅僅是一種個人性的隱秘想望和情感體驗；而網絡技術的發展，為這種政治表達提供了技術基礎。但由於制度本身並沒有為這種政治願望提供足夠的表達空間，因此我們看到，「政治粉絲」之間的交流依然停滯在「情感」交流的初級階段。

「政治粉絲」的言論多是「自說自話」，他們缺乏交流、溝通和協商，對政治偶像的崇拜之情的表達，僅僅是個人情感歸屬的表述，而根本沒有上升到政治理念表達的層次。這種對政治偶像情感的認同，絕對不是甚麼新鮮的東西，只不過在傳統的時代，這種情感體驗被壓抑，而網絡則提供了表達的可能性。

另一個引起筆者關注的現象是，「政治粉絲」的偶像崇拜具有一種隱身的政治性，它以一種溫情脈脈的「親情」來遮掩着實質的政治性。正是這種政治表達的隱蔽，造成了「政治粉絲」偶像崇拜的悖論。這些「政治粉絲」一方面試圖抹去政治偶像的政治身份，他們盡力把這些政治偶像拉回到普通人的身份角色，因此他們才會親切地稱呼溫家寶為「爺爺」或「老爺子」；但另一方面，正是政治偶像的政治身份才是「政治粉絲」對他們崇敬和認可的根本原因。政治偶像的身上寄託着「政治粉絲」對領導人的想像。「試圖抹消政治偶像的政治身份」與「政治身份恰恰是偶像崇拜的前提」，這種具有張力的悖論，造成了「政治粉絲」對政治偶像崇拜和認可的模糊性。

四 消費偶像：一個「解構」的悖論

除了對政治偶像的崇敬話語之外，我們也可以看到一種消費偶像的話語。這種話語類似於對偶像的善意的玩笑和調侃。有人在「老爺子」貼吧裏，祝溫家寶兒童節快樂！原帖為：「寶寶，兒童節快樂」，其中一個跟帖是：「寶寶實在是太可愛了，他的笑容、他的種種表情，清澈的眼神讓我深深地感動。也許，你真的只是可愛的寶寶。」還有人發帖：「要嫁就嫁wen bao bao」^⑩。

諸如此類的善意的玩笑還有很多。這種調侃和玩笑看起來似乎具有解構領導人的意義。因為，當領導人從神壇被拉回人間的時候，這不能不說是中國公眾政治素養的進步。從此對領導人神聖的、甚至盲目的崇拜，到現在選擇性的崇拜，這也意味着公眾政治理性的提升。但這種玩笑和調侃到底能夠具有多大的解構意義、能夠在多大程度上提高公眾的政治理性能力，依然是值得懷疑的。

我們看到，這種中國式的「後現代主義」解構，本身就缺乏西方的哲學基礎。中國的後現代主義之流行，根本就不像西方那樣對現代主義進行反思和批判，從而使人類文明上升到一個更高的層次。毋寧說，這種缺乏哲學基礎的中國政治「解構」具有中國的特色。它是因為文革等歷史的創傷性記憶所帶來的結果，這一結果呈現為兩種悖論性的景觀：一種景觀是由於對政治偶像的極度崇拜所帶來的歷史災難，中國人一直對政治偶像的崇拜「耿耿於懷」；另一種景觀是，由於文化的慣性，在公眾的潛意識深處，依然對領導人存在着一種崇拜的渴望。這種渴望有的是對權力作用的崇

拜，有的是對領導人的依賴。由此，我們看到中國後現代式的對政治偶像的解構所具有的弔詭和悖論——即使那些是對政治偶像的調侃和玩笑，其深層的含義依然是對領導人的崇拜。這種善意的玩笑，其背後的推動力則是對領導人魅力的認可。只不過，這種崇拜披上了「調侃」外衣；只不過，這種認可打着「解構」的幌子。

「調侃文化」、「解構文化」是中國文化傳統的一部分，它是在嚴肅、專制、殘酷的政治現實中的一種想像的反抗。儒道互補的文化結構是這種心理的文化根源，在正統政治生活之外，用「遊戲」來消解現實的痛苦和崇高。現在，這種調侃文化最突出地表現在以青少年為主體的網民中。從年齡特徵來看，這正好與當前的「政治粉絲」有着契合性。對政治偶像的調侃和解構，只不過是青少年群體文化的一部分，本身並不是成熟的公民文化。中國政治文明的進步，也不能依賴於這種調侃和解構的虛幻。

五 記憶作為一種公民責任

對於當前的「政治粉絲」，執政黨有着矛盾的態度，一方面既希望「政治粉絲」的存在，以此來建構政治的合法性和「群眾基礎」。「政治粉絲」是作為執政黨的「民意」符號，被用來挽救政黨、體制以及共同體價值的合法性；但另一方面，卻又擔心「政治粉絲」會危及現有的統治秩序。解決這一悖論，首先便是控制「政治粉絲」的組織、行為、言論。因此，在「百度」貼吧中，「胡錦濤」和「溫家寶」的貼吧都被控制，只能瀏覽，不能發帖。官方網站「人民網」則建立了「什錦八寶FANS圈」，試圖讓「粉絲」的存在符合

官方的意志。「政治粉絲」的民間性已經開始被官方收編。

「親民」形象是作為一種政治教化而被生產，這種政治教化的作用在能夠培育符合統治需要的政治人格，這一政治人格是以崇拜、服從、「失憶」為特徵的。「政治粉絲」便是這一政治人格的代表。但「政治粉絲」並不能充當合法性的「民意」符號。因為當下的「政治粉絲」主要是以青少年群體為主，這一代的歷史記憶是斷裂的，缺乏對中國歷史的深刻記憶和了解，因此他們是漂浮的。1980年代的「政治粉絲」剛剛從文革中走出來，他們有着深刻的政治災難記憶，因此他們對鄧小平等領導的擁戴，表達的是對一種不同於文革的政治文明的認可，是對西方現代化的自覺追求，儘管這一現代化之夢被1989年的運動打碎，但他們建立在歷史記憶基礎上的對領導人「救世主」般的期待，有着不可否認的歷史意義。而當下的「政治粉絲」，由於他們的歷史記憶被人為地扭曲和斷裂，因此他們往往表現出對政治的娛樂化理解，對領導人外在形象的盲目追隨，而缺乏對政治沉重性的認知。缺乏歷史記憶的「粉絲」偶像崇拜是虛偽的，是盲目的，也是不負責任的。這種崇拜往往會把歷史虛無化、把政治遊戲化，而這決不是政治文明進步的真正動力，相反往往會成為政治威權主義的工具。

每個公民都有記住歷史的責任，也負有傳遞歷史記憶的義務，一個合格的公民不能以缺乏直接經驗為藉口「來推卸自己那一份在群體內的記憶責任。如果他不記憶，那不是因為直接記憶者已經死絕，沒法再記憶，而是因為他拒絕接受自己那一份隔代但不斷代的記憶分工」^⑩。「政治粉絲」的偶像崇拜本身作為人類崇拜現象的一

種，是一種正常的現象，但對政治偶像的崇拜必須立足於對偶像所代表的政黨歷史的深刻了解的基礎上，必須有着完整的關於政黨歷史的記憶。公民社會的基礎不是「親情」，而是法律契約。從執政黨的角度來講，政治的合法性也不能建立在對公民歷史記憶的強行斷裂的基礎上，因為從歷史的經驗來看，由於權力的介入而導致的塵封的歷史記憶，在歷史的發展中，終會有解封的一天。

註釋

- ① 高超群：〈有一種權威主義者〉，《南風窗》，2006年5月下半月，頁87。
- ② 蔡騏：〈「粉絲」的力量〉，《學習月刊》，2008年第10期上半月，頁29。
- ③ 〈胡錦濤和溫家寶的「粉絲」們〉，《共產黨員》，2008年9月上半月，頁52。
- ④ 韋伯(Max Weber)著，杭聰編譯：《經濟與社會：在制度約束和個人利益之間博弈》(北京：北京出版社，2008)，頁52-53。
- ⑤ 參見<http://news.qq.com/a/20080516/004958.htm>。
- ⑥ 巴特(Roland Barthes)著，許薔薔、許綺玲譯：《神話——大眾文化詮釋》(上海：上海人民出版社，1999)，頁202。
- ⑦⑧ 參見皮洛(Yvette Biro)著，崔君衍譯：《世俗神話：電影的野性思維》(北京：中國電影出版社，1991)，頁95；95-96。
- ⑨ 杜駿飛：〈論選秀與粉絲社群〉，《第一財經日報》，2006年8月15日。
- ⑩ 參見百度貼吧，「老爺子」吧：<http://tieba.baidu.com/f?kz=394766437>、<http://tieba.baidu.com/f?kz=387026385>。
- ⑪ 徐賁：《人以甚麼理由來記憶》(長春：吉林出版集團有限責任公司，2008)，頁11。

袁光鋒 南京大學新聞傳播學院2007級碩士生