

意識形態娛樂化： 習近平新時代下的政治與流行文化 雙重奏*

戴瑜慧**

摘要

2018 年是中共實行改革開放 40 周年。市場經濟並未將中共推向民主化，且其一黨專政制度在動盪下依舊維持，中共的意識形態工作遂成理解其執政能力的重點。本研究分析習近平政權的意識形態政策，指出其高度強調意識形態作用，並以「中國夢」為政治思想核心。研究結果指出，中共採取意識形態娛樂化的策略，結合流行文化的元素與平台，進入網路娛樂與青少年的日常生活；並以控制市場接近權的政治權力，將多種主體收編進意識形態工作，包括市場化走向的黨媒、半官方單位以及私人資本。透過綜藝節目與青少年偶像，讓觀眾在輕鬆娛樂中浸染愛國主義氛圍。

關鍵詞：宣傳、流行文化、娛樂、偶像、意識形態、愛國主義

* 本研究感謝研究助理協助資料蒐集與討論，也感謝匿名評審、編輯委員會的寶貴建議與協助。

** 戴瑜慧為交通大學傳播與科技學系助理教授，E-mail: tai.yuhui@gmail.com。
投稿日期：2018/09/04；通過日期：2019/04/06

壹、前言

2018 年 12 月 18 日，是中國實行改革開放政策 40 周年。相異於毛澤東時期強調建設共產主義，鄧小平則透過改革開放政策與全球資本主義接軌。為避開走社還是走資的路線爭議，力圖淡化政治意識型態辯論。六四之後的政治壓制，更使中國社會呈現去公共化與物質主義並存的特殊樣貌，「上世紀 90 年代的物質主義熱潮並不僅僅表現為對奢侈品的極度鍾愛，對物質欲望、身體快感的無度追求，對個人內心隱秘經驗的變態迷戀，它實際上還伴隨公共性的衰落：對公共事物的冷漠，政治參與熱情的衰退，公共人際交往的萎縮」（陶東風，2013.09.12）。人類學者閻雲翔指出中國政府在集體化時代對私人生活強力干預，而此空間在改革開放後迅速由全球消費主義填補（Yen, 2003／龔小夏譯，2017）。

過去的社會主義信仰在市場經濟大潮的衝擊下，已徒具招牌形式，取而代之的是物質主義至上的社會態度。大部分人民對政治介入抱持明哲保身的謹慎，娛樂亦成為企業與個人在國家思想控制之外牟利與安頓的所在，促成娛樂市場蓬勃發展。以電影市場為例，2012 年中國超越日本成為全球第二大電影市場，2017 年票房突破 500 億元（中央社，2017.11.20）。

網路與娛樂成為私人生活活躍的主要場域。在 Guy Debord（1994）所言的奇觀社會（society of the spectacle），人們生活在影像的汪洋中，網路的特質除了讓網民有機會避開國家審查外，也讓人們同時得具有使用者與內容提供者的雙重身分。被影像淹沒的同時，也加入生產影像的行列。資本的過剩，亦促成中國出現一波波的網路創業熱潮。首先是雨後春筍般的視頻網站，如優酷網、愛奇藝、騰訊視頻等。繼之是網民直接跳上螢幕，紅火的直播潮。第三波的短視頻熱潮，影響力更擴大到海外市場。2016 年 9 月才上線的短視頻軟體《抖音》，在 2018 年第一季的下載量達 4,580 萬次，超越 Facebook、Instagram、YouTube 成為全球下載量最高的 App（許依晨，2018.05.08）。

中國龐大的市場，獨特的壟斷制度，培植出中國的網路、娛樂與媒體巨頭。例如被稱為 BAT 的百度、阿里巴巴與騰訊三大網路公司，市值之和占總體 8.97 萬億人民幣市值的 73.9%（中國互聯網絡資

訊中心，2018），並且在中國走出去的大潮中走向世界市場。例如百度旗下的愛奇藝，在 2018 年 3 月，以 23 億美元在美國納斯達克發行 IPO。創辦人鞏宇慎重的在發布會，向世界介紹愛奇藝的成就與願景——成為「以科技為基礎的娛樂巨人（a technology-based entertainment giant）」（財經頻道，2018.12.12）。他驕傲的以《中國有嘻哈》為例，證明公司的成功。此檔以嘻哈次文化為內容的網路綜藝節目成為 2017 年爆紅的文化現象與最受歡迎的節目，第一期上線四小時播放量就破億（吳怡，2017.09.19）。鞏宇並強調《中國有嘻哈》結合了政治邏輯與市場邏輯，是年輕人喜聞樂見的小眾文化，又符合當道的「青春陽光正能量」。他說：「除了經濟利益之外，社會效益也需要非常重視。尤其是做內容，娛樂也是有價值觀的，青春陽光正能量是非常關鍵的」（丁舟洋，2018.05.17）。節目名稱也在第二季改名為《中國新說唱》，口號為「說出正能量，唱出大情懷」，大力提倡「中國風說唱」。

此種官方意識形態與流行文化的結合，不僅只有《中國新說唱》一例。在《那年那兔的那些事》的漫畫、動畫與遊戲裡，中華人民共和國的化身不是騰雲的龍，而是一隻人畜無害、性格溫順、但急了也會咬人的萌兔。在《領導人是怎樣煉成的》網路視頻中，習近平成為可愛的卡通人物，向世界宣傳中國特色的政治制度。在動畫片《領風者》，馬克思和妻子燕妮以及好友恩格斯，俊美度爆表，成為偶像劇中的浪漫人物。

在萌死人不償命的一面外，政治也有殘酷索命的面向。2013 年習近平指示成立中央網絡安全機構；2014 年模仿毛澤東召開「文藝工作座談會」，強調文藝作品要如春風陽光，呈現正能量。繼之整頓視頻網站，2015 年頒布《電視劇內容製作通則》，禁止抽菸酗酒、同性戀與婚外情等內容，進而將這套規範擴大實施到網路內容。熱火朝天的直播與短視頻也在 2016 年之後輪番遭到密集整肅，不涉政治的娛樂八卦帳號亦被封，如第一狗仔卓偉和關愛八卦成長協會等。對日常娛樂活動的政治清理成為習政權上台後的重要內容。

兩種現象顯現的都是政治意識形態的介入。介入的對象除了敏感的政治議題討論，也介入流行文化甚至小眾次文化；以封殺、撤照的手段介入，顯示力度之高；介入的方式除了禁止懲處外，還包括政策鼓勵與積極生產。如同鄧小平在 1982 年於中國憲法中加入的國家主

席任期制，在 2018 年遭到習近平修憲打破。習近平的意識形態政策也與鄧時期不同。在 2013 年 8 月 19 日，習近平在全國宣傳思想工作會議上強調要維持中共的政權，就要緊抓意識形態工作，間接批評鄧小平的「經濟建設為中心」。而緊抓意識形態工作的重點則在與時俱進的因應網路時代的衝擊、結合流行文化，影響年輕人的思想，甚至打造年輕人的主體。2013 年 5 月 14 日，人民日報刊登社評〈莫讓青春染暮氣〉，指責 80 後青年風氣不正，「暮氣沉沉」，應該模仿父輩枕戈待旦的奮鬥精神，積極投入國家建設（白龍，2013.05.14）。習近平亦在 2017 年十九大工作報告強調，「青年興則國家興，青年強則國家強」，流露出習政權對何謂「好人民」、「好文藝作品」展現強烈的道德判斷，並企圖透過意識形態工作影響人們的思想與主體形成。

由於全球化、區域化和中國龐大的市場影響，習近平政權的言論審查、道德檢控與不時的政治清理運動，不僅影響中國人民的生活空間，甚至擴及國界之外，左右東亞文娛市場的發展。例如港台影視工作者的言行就被中國政府與網民仔細檢視，如 2000 年的張惠妹、2013 年張懸、2014 年杜汶澤、2015 年范瑋琪、2016 年的周子瑜、戴立忍、水原希子等。2018 年 3 月柯宇綸主演的電影被中國政府暫停放映。5 月份又出現大愛電視台臨時停播以日治時期護士為女主角的電視劇《智子之心》。韓國娛樂文化產業也因薩德飛彈系統，遭到禁入中國市場作為懲罰。「限韓令」影響所及，甚至購買節目版權的中國綜藝節目《奔跑吧兄弟》，也被迫改名為《奔跑吧》，以和韓國節目脫離關係。由於越多區域市場中的文化生產受此影響，理解其操演的方式就顯得尤為重要。

本研究旨在分析這系列變化的意義為何，是否反映 40 年的改革開放政策後，中國的國家與社會關係出現質的變化，包括習近平政權的政策是否出現「向意識形態轉向」（ideological turn）的趨勢；以及國家力量的介入意圖，是否造成意識形態工作向流行文化產業擴散，出現如 Lagerkvist（2008）所指的「意識形態娛樂化」（ideotainment）的現象。第二個問題是當全球資本主義推動市場化、去政治化，娛樂成為私人生活重要部分，以及網路提供遊走的潛能時，習政權的意識形態工作要如何在 21 世紀的當代中國社會進行？接著本文將區分為幾部分進行探討：第一部分為中共意識形態研究的文獻探討；第二部

分為中共官方意識形態的歷史演變；第三部分分析習近平主要的意識形態政策；第四部份則以影響今日流行文化和青少年生活甚鉅的偶像團體和綜藝節目為案例，分析當中的意識形態運作以及呈現的特色；最後為結論。

貳、中共執政能力與意識形態研究

1978 年鄧小平實施改革開放政策，宣告中國自毛澤東時期的社會主義計劃經濟，轉向與全球資本主義接軌的市場經濟。歷經四十年快速的經濟發展，在 2012 年成為世界第二大經濟體，更與美國競爭霸權位置，在 2018 年 7 月 6 日爆發中美貿易戰。習近平在 2017 年召開的十九大會議上，將改革開放以來的歷史進程總結為「站起來、富起來、強起來」。但世界的看法則未必如此線性，反呈迂迴峰轉。

對於中國快速的經濟發展，全球曾經有對其走向民主化的想像（Ding, 2002；G. Yang, 2009；Gilley, 2004；Goldman, 2005；O'Brien & Li, 2006；Ogden, 2002；Y. Z. Zhao, 1998）。但四十年後，中共的威權統治依然存在，打破市場經濟造成政治變遷的設想。許多研究主題亦從中國如何民主化轉為探究中國威權政府如何存續（Perry, 2015）。如知名中國研究者黎安友（Andrew J. Nathan）在 2003 年提出「威權韌性」（authoritarian resilience）的概念，認為中共有與時俱變的能力（Nathan, 2003）。沈大衛（David Shambaugh）和狄忠浦（Bruce J. Dickson）則探討中共的調適能力（adaptation）（Dickson, 2003, 2008, 2010；Shambaugh, 2008）。有的學者分析中共的治理技術（Heilmann & Perry, 2011；K. S. Tsai, 2007；L. L. Tsai, 2007；Perry, 2015；Reilly, 2012；Whyte, 2010）。例如中國政府如何運用大數據與 AI 等科技繼續維持威權統治，亦成新的研究重點。如韓博天（Sebastian Heilmann）（2016）提出「數位列寧主義」（digital Leninism）、Rebecca MacKinnon（2011）提出「網絡威權主義」（networked authoritarianism）以及王信賢（2018）提出「科技威權主義」（technological authoritarianism）等。有的學者則質疑威權的韌性強度與背後隱含的問題等（何清漣、程曉農，2017；Shambaugh, 2016；Shirk, 2007）。

但學者 Rongbin Han 指出，諸多關於中共威權的研究，集中在控

制與反抗 (control and resistance) 的二元思考 (Han, 2018)。惟政權的維繫不能僅依靠壓制面向，Karl Marx 對上層建築 (superstructure)、Louis Althusser 對意識形態國家機器 (ideological state apparatus) 以及 Antonio Gramsci 對霸權 (hegemony) 的研究都指出，統治政權需要意識形態進行常態治理 (Althusser, 1971；Gramsci, 1971；Marx, Engels, & Arthur, 1974)。有的學者甚至認為中共今日得以維持政權，係因其意識形態工作發揮作用。Anne-Marie Brady & Juntao Wang (2009) 認為那些說中共或者實行政治改革或者走向崩潰的學者，忽略中共統治機器的實際運作。他們認為中共在 1989 年天安門事件之後，已經現代化宣傳系統，並以此為核心打造了一個民粹威權 (popular authoritarianism) 新秩序 (new order)，使中共主張的一黨專政制度獲得民眾的社會支持。Frank Pieke 指出意識形態而今的作用已不是生產人民對中國共產黨的信仰，而是打造積極主動的自治主體，形成一個可治理的社會 (Pieke, 2012)。特別是在威權治理上，調動民眾的支持，甚至是參與的積極性。例如有些民眾自願成為網路水軍，自發地發表傾向於中國政府的觀點，批評公共知識分子，協助中共維持網路霸權 (Han, 2018)。

曾敬涵 (2016：4) 則認為，西方的主流觀點認為中國政府的合法性來源主要來自經濟增長，低估了意識形態在合法化威權主義和維持中共黨內凝聚力的重要作用。Heike Holbig 則指出經濟表現取決於人民的主觀認知，而此認知又受到意識形態宣傳影響。例如中共運用媒體強調其他國家在 2008 年經濟危機中受到的損失，和中國政府如何有力的應對，以致經濟表現雖然減緩，但因提高人民對政府的認同，反而加強共產黨的統治 (Holbig, 2011)。

目前既有中共意識形態研究的重點包括意識形態工作如何合法化中共政權 (Bondes & Heep, 2013；Brady, 2009；Brown, 2012；Gilley & Holbig, 2010；Holbig, 2009, 2011, 2013；Sandby-Thomas, 2011；Sausmikat, 2006；Su, 2011)，或是通過意識形態鬥爭整肅政敵 (Bo, 2004；Fewsmith, 2003；Lieber, 2013；Shih, 2008；Zheng & Lye, 2003)。中共的意識形態工作如何與時俱進亦是一大研究主題。特別是改革開放政策實施後，市場經濟帶來大量的文化商品，提供人們眾多的選擇。全球化帶來的跨域接觸以及傳播科技如網路、智慧型手機、視頻網站的出現，都對既有的意識形態工作造成挑戰。

在此類研究中，一種方向是分析中共意識形態在市場經濟環境中歷經的變化，特別是與市場力量合作。張裕亮（2007：26，2010）觀察愛國主義商品的出現，這種文化商品如主旋律電視劇（2007）和流行音樂（2010），既體現官方意識形態，同時獲得市場歡迎。李政亮（2017）分析中國主旋律電影在 2002 年之後出現的變化，從原本僅有官方投資的電影，到成為大成本、受市場歡迎的大片。林祐新（2014）則分析胡錦濤時期（2002 至 2012 年）的意識形態政策，與主旋律電視劇、電影、紀錄片等，並予以分類。汪子錫（2011）強調這些愛國主義商品，不是簡單的市場歡迎可以解釋，必須揭示國家在背後的推廣支持。

第二個研究方向大抵為中共的意識形態工作如何與時俱進的運用娛樂、流行文化以及重視年輕市場與網路因素。Lagerkvist（2008）認為中共因為警惕文化全球化和網路帶來的影響，提出新的宣傳策略。他提出「意識形態娛樂化」（ideotainment）概念，意思是中共宣傳部門將在網路和手機上流行的文化元素、圖像和聲音（images, designs, and sounds），與細緻的意識形態建構和說服訊息結合，讓已經受到流行文化影響的年輕世代覺得很酷（cool）而願意接受（Lagerkvist, 2008: 123）。Brady & Wang（2009: 788）認為中共針對年輕人展開意識形態工作，因此 40 歲以上的人可能對中共的宣傳有些保留，但是年輕人似乎是更加全然接受。Hongping Annie Nie（2013）以對日戰爭愛國線上遊戲為例，指出中共採取一石二鳥的策略，扶植線上遊戲產業，一方面讓意識形態工作進入年輕人的生活，另一方面從中獲利。中國政府並透過提供誘因、金融支持、執照發放、制定有利的契約、以及與私營企業合資等策略，將私人線上遊戲公司整合進國家的宣傳機器。曾敬涵（2016：21）認為中共在 1989 年天安門事件之後，再度警惕意識形態工作的重要，特別是運用大眾傳播的力量影響社會。他將意識形態區分為「正式意識形態」和「非正式意識形態」。前者是指一些狹義關注中共黨紀和社會主義教條的論述，如趙紫陽的社會主義初級階段、江澤民的三個代表和胡錦濤的科學發展觀，主要依賴制度化的途徑宣傳，比如黨的媒體報紙、黨校培訓和學習小組等。後者指的是如推廣愛國主義和強調美德等相對大眾化的平民語言，主要宣傳途徑為大眾傳播、學校教育和大型活動等。

關於習近平政權的意識形態與媒體研究，洪敬富、司昕山

(2016) 以習近平政權宣傳中國夢政策的網路視頻為例，研究結果發現這些視頻的製作單位除了中央（中宣部聯合六個部委）製作之外，也有準官方的單位（復興路上工作室）以及網路大 V（如花千芳）。Rogier Creemers (2017) 分析習近平政權 2012 年到 2014 年的網路建制和規範，指出越加運用高科技以及和私人網路公司合作的趨勢。

這些研究指出中共的意識形態工作如何與時俱進，包括採取新的合法性來源如愛國主義；和市場力量結合製作符合意識形態宣傳和市場利益的主旋律作品；將私人資本和個人整編進國家宣傳系統；運用流行娛樂的方式宣傳，以及針對網路的衝擊和年輕人進行意識形態工作。但其研究對象卻多以主旋律影視、宣傳視頻，或是愛國主義流行音樂、愛國主義線上遊戲為主。儘管這些研究強調市場化、流行娛樂手段和年輕人的重要性，但這些愛國主義味道濃厚的文本，背後往往有國家的大力支持，是否真的在年輕人的日常娛樂中具有影響力實有疑問。故若只研究主旋律作品或是愛國主義商品，有可能忽略國家意識形態工作在網路時代對青少年的影響，也可能忽視其在電視綜藝、偶像與次文化中較為間接隱性的存在。

故本研究認為除了分析主旋律作品的變化之外，更應針對流行娛樂文化與中共意識形態之間的辯證關係進行考察。特別是當代中國的流行文化市場增長迅猛，青少年的社會心理狀態影響中國社會政治的長期發展，以及中國文化商品的影響力已經跨出境外，更值得學界關注研究。意識形態娛樂化的部分包含兩種現象，一為政府宣傳活動運用娛樂手段；以及流行文化在內容上結合政治訊息。前者以為中國政府製作一系列視頻的「復興路上工作室」為主。流行文化的部分因範圍廣泛，無法全面概括，僅以影響青少年流行文化甚鉅的偶像團體和綜藝節目為對象。在偶像團體方面，以中國第一個大受歡迎的偶像團體 TFBOYS 為研究對象；在電視綜藝節目方面，以浙江衛視從 2014 年 10 月開始製播，至今已有六季，因廣受歡迎被稱為「國民綜藝」的節目《奔跑吧》為對象；網路綜藝方面，則以 2017 年最歡迎的《中國有嘻哈》為例。

參、中共官方意識形態的演變

中共作為列寧式政黨，自建黨起高度強調意識形態的作用，但其

具體的內涵與機制，則因所處歷史處境而有所異。中共亦以領導人作意識形態的歷史區隔，依序為「毛澤東思想」、「鄧小平理論」、江澤民的「三個代表」和胡錦濤的「科學發展觀」、以及「習近平新時代中國特色社會主義思想」。

中共在 1921 年建黨，其時國際、國內動盪不斷。黨內有蘇聯為首的共產國際路線，外有中國國民黨的清剿。中國則遭受西方帝國主義勢力割據，以及崛起的日本法西斯圖謀入侵。國內外的情勢詭譎，使得鬥爭術成為中共的重要核心。例如毛澤東在 1942 年 2 月發動歷時三年的「延安整風運動」，又稱為「搶救運動」、「搶救失足者運動」，以整肅風氣的名義，奪取黨中央的領導權。遭到整肅的「三風」，包括「反對主觀主義以整頓學風，反對宗派主義以整頓黨風，反對黨八股以整頓文風」。在此種大帽子之下，政敵很難不入罪，亦顯示意識形態鬥爭的妙用之處。繼之在 1942 年 5 月，毛澤東發表著名的「在延安文藝座談會上的講話」，提倡文藝介入政治，為工農兵服務，亦即以理論化的手段，要求文藝的呈現必須政治正確（毛澤東，1942.05.02）。此外，由於冷戰時期的國際對峙狀態，以及毛澤東與蘇聯的交惡，加深毛澤東的危機感，恐懼遭到毀滅。因此毛澤東期望透過持續的政治運動，激發起人民的精神力量，改變生產關係，提高生產力，讓中國盡快「超英趕美」。在 1957 年發起的「大躍進」運動，中共提出「人有多大膽、地有多大產」、「鼓足幹勁，力爭上游，多快好省地建設社會主義」等口號，以此激勵人民大煉鋼鐵。而意識形態的宣傳之可以發揮作用，亦與此時期為全面的計畫經濟，私人生活被整合進集體經濟中，透過持續的意識形態工作，向大眾進行宣傳和政治教育，動員全社會參與群眾運動。這種「整風」、「政治運動」、「意識形態鬥爭」、「文藝要為政治服務」等等方式，到 21 世紀的中共黨國，都還持續作為鬥爭術施為之。

這種強意識形態與不斷發起政治運動的社會狀態，直至 1978 年底鄧小平實施「改革開放」政策後發生變化。為避開改革開放政策是「姓社還是姓資」的辯論，鄧小平在 1981 年的中共十一屆六中全會提出「中國的社會主義制度還是處於初級的階段」的講話。透過將中國定性為「初級階段」的提法，共產主義成為好幾代人以後的目標，鄧小平政權以隱晦的、細緻的手段將意識形態引導至鼓勵市場經濟發展（Brown & Bērziņa-Čerenkova, 2018）。

鄧小平一方面推動市場經濟政策，一方面戮力維持中共的一黨專政，特別在天安門事件之後，鄧小平在接見首都戒嚴部隊時表達政治思想教育的重要性：

十年最大的失誤是教育，這裡我主要是講思想政治教育，不單純是對學校、青年學生，是泛指對人民的教育。對於艱苦創業、對於中國是個什麼樣的國家、將要變成一個什麼樣的國家，這種教育都很少，這是我們很大的失誤。（鄧小平，1989.06.09）

1992 年鄧小平南巡，重新確認市場經濟路線，資本主義制度在中國快速發展，資產階級成為新的權勢者，中國亦在 2001 年加入世界貿易組織，成為世界資本主義的核心國。江澤民在 2000 年提出「三個代表」的說法，並在 2002 年中共第十六次全國代表大會上將其納入黨章。三個代表的主要目標是允許資本家入黨，因此將中共為代表工農兵的革命政黨，更改為「代表中國先進生產力的發展要求、中國先進文化的前進方向、中國最廣大人民的根本利益」的執政黨。這實質上表明中共正式承認私有企業主和管理人員為新的社會階層／階級，亦是中共從無產階級政黨轉向菁英執政黨，成為政治菁英和經濟菁英的結盟。

1978 年開始迅速扭曲發展的中國權貴資本主義，到了 2002 年胡錦濤接任時，已經亂象叢生，貪污腐敗盤根錯節、貧富差距極大、社會陳抗事件頻繁。為了營造政府的合法性，上任後的胡錦濤，全力營造親民愛民、節儉守法形象，以及強調化解矛盾，建立和諧社會、小康社會。面對前任江澤民與資本家靠邊站的「三個代表」，胡錦濤接任後做了重新詮釋。2002 年 12 月，胡錦濤在十六大之後去西柏坡發表重要講話，提出「三個為民」：「權為民所用，情為民所系，利為民所謀」，企圖掌握「三個代表」的詮釋權（寇建文，2003）。

然而無意進行結構性的改革，單憑意識形態宣傳是無法解決層出不窮的社會問題與深重的社會矛盾，甚至連民生安全都岌岌可危，如 2003 年官方隱瞞 SARS 疫情，2004 年假疫苗案，2005 年幾起嚴重礦變，2008 年更爆出三聚氰胺毒奶粉事件。胡溫政權一方面運用「親民愛民」的論述，另一方面則採取「維穩」機制，強調「穩定壓倒一切」，以控制、鎮壓、監禁、酷刑等手段，壓制社會矛盾的暴露。諸

多民主人士、記者、維權律師、作家遭到監禁與酷刑，如高智晟、陳光誠、胡佳、王炳章、劉曉波等。面對胡溫政權維穩機器的壓迫，中國民間社會也持續的反抗，如在 2006 年中國維權律師高智晟發起「維權絕食接力」，2008 年三百多位各界人士簽署《零八憲章》，要求推動中國民主化改革。而前者在 2006 年 8 月遭吊銷執照之後，過著反覆被秘密綁架與酷刑的日子，至今失蹤中。劉曉波則在 2008 年 12 月 8 日遭到政府以「涉嫌煽動顛覆國家政權罪」拘留，在 2009 年判刑 11 年。2010 年，劉曉波獲得諾貝爾和平獎，中國外交部表示，挪威諾委會將 2010 年的和平獎授予因違反中國法律正在服刑的罪犯，是公開支持中國境內違法犯罪行為，是對中國司法制度的公開挑戰和對中國內政的粗暴干涉（張蔚然，2010.12.02）。此後劉曉波也永遠失去自由，在 2017 年 7 月 13 日病逝。

「維穩」與「和諧」構成的關鍵字組合有著鐵拳加溫情的荒謬，而胡錦濤的十八大報告更顯示中共當局的神經緊繃，報告指出中共面臨「四大危險」：精神懈怠的危險、能力不足的危險、脫離群眾的危險、消極腐敗的危險（胡錦濤，2012.11.20）。對政權不穩的擔憂，胡錦濤的意識形態政策呈現兩面性，一面高舉「和諧社會」，一面以維穩機器實行高壓，維持中共一黨專政的統治。

2012 年 11 月 29 日，習近平接任，率領其他政治局常委參觀國家博物館「復興之路」展覽，宣告「中國夢」為政治主調，中國夢就是「實現中華民族偉大復興」。執政後，習亦高度強調意識形態的作用（Ringen, 2016／薛青詩譯，2017；Brady, 2017；Brown & Bērziņa-Čerenkova, 2018；G. Yang, 2014；Holbig, 2018；Klimeš & Marinelli, 2018；S. Zhao, 2016）。他在 2013 年全國宣傳思想工作會議上告誡，「我們必須把意識形態工作的領導權、管理權、話語權牢牢掌握在手，任何時候都不能旁落，否則就要犯無可挽回的歷史性錯誤」（中央社，2017.10.21）。2015 年底，習近平在軍中的講話強調對網路與年輕人的重視，「很多人特別是年輕人基本不看主流媒體，大部分信息都從網上獲取。必須正視這個事實，加大力量投入，盡快掌握這個輿論戰場上的主動權，不能被邊緣化」（中央社，2017.10.21）。2017 年中共十九大更將「習近平新時代中國特色社會主義思想」列入黨章，成為繼毛澤東與鄧小平之後，第三個以領導人名字命名的核心思想，標誌其在黨內的權力地位。大會報告的第七點再度強調要「牢

牢掌握意識形態工作領導權」，並指出手段是「把社會主義核心價值觀融入社會發展各方面，轉化為人們的情感認同和行為習慣。堅持全民行動、幹部帶頭，從家庭做起，從娃娃抓起」（萬鵬、謝磊編，2015.06.25）。2018年8月21日，以推崇習近平為任務的「學習小組」發布文章指出十八大之後的意識形態策略，「要提高網路綜合治理能力，形成黨委領導、政府管理、企業履責、社會監督、線民自律等多主體參與，經濟、法律、技術等多種手段相結合的綜合治網格局」（學習小組，2018.08.21）。

從毛澤東提出「馬克思主義的中國化」以來，馬克思已成中共高懸的招牌，和實際政權走向不同。也因此每屆領導人都要提出一套說法，合法化其政權為何當時走的不是社會主義道路，但長遠而言還是在這條路上。鄧小平的「初級階段論」將此問題延遲到百年之後，江澤民則修改黨章，讓共產黨合法成為資產階級黨。胡錦濤任內已難自圓其說為何中國需要讓不走共產主義的中共維持一黨專政的地位。主張維持社會穩定的「和諧社會」則成合法性來源，同時加大維穩的力度。中共從毛到習的領導人皆主張一黨專政，意識形態機器為政治鬥爭服務。但毛澤東主張建立計劃經濟制度，也因此意識形態部門是黨有國有，可全面發動；並在集體經濟包圍私人生活的情况下可深入人民日常生活。鄧、江、胡、習，雖然同樣戮力維持一黨專政，但市場經濟下其意識形態工作面臨的環境不同。毛澤東相信透過持續的政治運動，可避免中共腐敗出現走資派，因此批鬥三座大山（帝國主義、封建制度與儒家、資本主義）是其一貫信仰；鬥爭過程中亦不怕亂，甚至發動群眾包圍黨中央。但1990年代之後的中共，領導人念茲在茲的卻是如何維持政權穩定。缺乏政治合法性，又使其乞靈於國族主義、愛國主義，甚至重新將中共與封建儒家、古代帝國相扣連。1990年代的《中國可以說不》系列著作，說明在中國民間與官方興起的民族主義論述。江胡時代，結合商業市場的力量，推動主旋律作品。而習近平時代，則高調直接地反覆強調意識形態的重要，指其攸關黨的生死存亡，在營造黨的凝聚力的同時遂行政治鬥爭，意圖從威權推向極權。意識形態工作則強調多主體，運用黨國的力量，收編調動私有資本，結合流行文化，運用新傳播科技，以重新進入人民的日常生活。

雖然習近平政權高度重視意識形態工作，但目前關於習的意識形

態研究多為政策的文本論述分析。例如 Susan Trevaskes 分析「依法治國」（Trevaskes, 2018），Michael Gow 分析內含 12 個詞彙的「社會主義核心價值」（Gow, 2017），Elizabeth Perry 則針對核心價值之一的「民主」進行分析，指出其具有民粹面向，和西方指涉不同（Perry, 2015）。Jaiyu Wang 分析「全面深化改革」、「反腐」和「新常態」（Wang, 2017）。Yang Peidong & Tang Lijun 分析「正能量」一詞，指出其襲奪網路上已使用的詞彙，又容易扣連正面意涵，所以相較江澤民的「三個代表」以及胡錦濤的「和諧社會」來得成功（P. Yang & Tan, 2018）。但意識形態研究特別強調對社會心態的長期形塑與影響，這些研究顯得單一且侷限。此外，習近平政權又持續推出新的政策，故更需要對習政權的意識形態政策進行跨時性的歷史研究。將在下一節分析習近平上任之後的重要意識形態政策，接著在後續進入案例分析，以結構性的分析意識形態政策與文化現象之間的關係。

肆、習近平政權的意識形態政策

本節旨在歷史性的分析習近平政權的主要意識形態政策，包括 2013 年年初的南方周末新年獻詞事件、2013 年在全國宣傳思想工作會議上的八一九講話、以及 2014 年的文藝座談會演講。

一、南方周末新年獻詞事件

中國在改革開放之後，知名的、具有自由派傾向的報刊《南方周末》，在 2012 年 12 月初開始討論 2013 年新年特刊，並初步決定主題為「過河」。但總編輯黃燦在 12 月中旬予以否決，並建議以「中國夢」作為新年特刊關鍵詞。12 月 29 日，《南方周末》的評論員戴志勇撰寫了題目為〈中國夢、憲政夢〉的新年獻詞稿，並交給黃燦。12 月 30 日下午，黃燦表示對此稿很不滿意：「改了開頭部分，就改不下去了。現在這個版本，都不敢往上送，會讓省宣把整個特刊斃掉」，並認為原因是過多提及憲政（南方周末新聞職業倫理委員會，2013.01.07）。12 月 31 日凌晨，評論部主任史哲連夜重新改寫。12 月 31 日下午，黃燦將標題改為〈夢想，讓生命迸射光芒〉。但最後在 1 月 3 日新年特刊見報的卻是廣東省委宣傳部部長虞震代筆的〈我

們比任何時候都更接近夢想)。在〈中國夢，憲政夢〉的元旦獻詞中，作者戴志勇寫道：「兌現憲政、限權分權，公民們才能大聲說出對公權力的批評；每個人才能依內心信仰自由生活；我們才能建成一個自由的強大國度。」但在〈我們比任何時候都更接近夢想〉則是：「在 2012 年年末，夢想的火焰又一次被點燃。新任中共中央總書記習近平說，民族復興是最偉大的中國夢。站在新年的起點，我們比任何時候都更接近這個夢想」（BBC 中文網，2013.01.04）。

《南方周末》的多名記者旋即在 1 月 3 日於微博表示抗議，但帳號卻因此被禁。而南周編輯部也跟進發布聲明，要求「對於此次嚴重違反新聞出版流程並造成嚴重事實錯誤的重大出版事故，進行徹底調查」，以及「立即開放因討論此事被禁的微博帳號」（BBC 中文網，2013.01.04）。1 月 5 日，《南方周末》在總部召開編委擴大會議，會後，報社官方微博管理人被要求上交帳號密碼。1 月 7 日，《南方周末》新媒體部門的負責人吳蔚（風端）被迫交出帳號。他為此在個人微博上做出預告：「本人已向協助分管南方周末新媒體業務的總經理毛哲上交新浪微博帳號@南方周末的密碼，對此帳號即將發佈的聲明以及今後所有內容，本人將不負任何責任」。但此條發言，之後也被刪除（曹國星，2013.01.07）。因此許多網友和南方報業的前員工表示，將在 1 月 7 日前往廣州大道中 289 號大院的《南方日報》社，以獻上菊花的方式，向《南方周末》致哀。這一可能引起群體事件的公民表達倡議，迅速地被網路審查員刪除（曹國星，2013.01.07）。而虞震不僅沒有下臺，2015 年升任中宣部副部長，2018 年 4 月任人民日報總編輯。《南方周末》編輯部遭致更多打壓，許多編輯記者被逼離職，聲援南周的維權人士郭飛雄也因此入獄（忻霖，2015.08.28）。

二、2013 年八一九講話

在 2013 年 8 月 19 日，習近平在全國宣傳思想工作會議做出講話，基本定調習時期意識形態政策的核心內容。批評只有經濟建設是不夠的，意識形態工作是政權穩定的根基。

我們說經濟建設是中心工作，並不是說其他工作都不重要了，可以一俊遮百醜了。歷史和現實反覆證明，能否做好事

識形態工作，事關黨的前途命運……精神上喪失群眾基礎，最後也要出問題。（一國兩智，2013.11.04）

他嚴厲批評中共黨員的物質主義至上與對黨的信仰缺失，強調「理想信念教育不僅要在黨員幹部中開展，而且要面向全社會開展」（一國兩智，2013.11.04）。對於意識形態工作如何開展，習近平將思想領域區分成紅色、灰色和黑色三個領域，重點是打擊黑色（批判聲音），將不確定的灰色地帶轉為支持共黨的紅色，以及最終達成擴大紅色的目標。在鞏固和拓展紅色地帶，習近平批評黨宣傳流於表面功夫，影響力弱，要改進宣傳手段，使其真正有效。

我們的正面宣傳很有成效，但也存在一些值得注意的問題。主要是：有的居高臨下、空洞說教，照搬照抄領導講話和政策檔，挖掘解讀不夠，生動鮮活不足，群眾敬而遠之；有的存在模式化、套路化現象，語言生硬、形式刻板，親和力、貼近性不夠；有的形式上轟轟烈烈、豪華豔麗，實效性不強。……要改進形勢宣傳……讓群眾愛聽愛看……。（一國兩智，2013.11.04）

對黑色領域，習近平則強調態度要強硬，「要敢抓敢管，敢於亮劍」。對於灰色領域，則可以運用名人的力量將其轉化為紅色。習近平批評娛樂媒體多是報導名人的私生活，但應該報導人們有「社會責任感」和「增添正能量」的部分。

現在，一些小報小刊、少數電視欄目、網路等媒體充斥著怪異新聞、花邊新聞等內容……對名人不是不能報導，但整天報導那些雞零狗碎、風花雪月的事情有什麼教育意義呢？對社會只能起負面作用。很多名人是有社會責任感、積極為社會作貢獻的，要報導這些正面積極的事情，這樣才能給社會增添正能量。主流媒體在這方面要積極發揮引導作用。（一國兩智，2013.11.04）

打擊黑色、滲透灰色、擴大紅色，成為習近平意識形態工作的重點。特別是網路，是習念茲在茲的部分。在 2013 年 12 月，中國共產

黨第十八屆中央委員會第三次全體會議（中共十八屆三中全會）會後，成立中共中央網絡安全問題決策和議事協調機構，習近平直接擔任組長。在 2014 年 2 月 27 日，宣告成立中央網絡安全和信息化領導小組（網信辦），以黨領導政府的姿態，總轄網路事務的管理。

三、2014 年習近平文藝座談會演講

習近平在 2014 年 10 月 15 日於北京召開文藝工作座談會，並發表講話。輿論將它與 72 年前（1942 年 5 月）毛澤東在延安文藝座談會上的著名講話相提並論。毛澤東在會上確立了「黨管文藝」的政策原則，強調文藝為黨服務。習近平則說，「文藝是時代前進的號角，在實現『中國夢』的過程中，文藝的作用不可替代」（蔡純琳，2016.10.15）。

但不同於毛時代，習近平的講話顯示中共控制的範圍要從過往的文化藝術領域，往市場娛樂方面擴張；從平面作品向網路世界擴展，同時批評「文藝不能在市場經濟大潮中迷失方向……」（王爽編，2014.10.15）。至於方向是什麼，習近平在召見網路作家周小平和花千芳時，公開表示對弘揚正能量的鼓勵，他說：「希望你們創作更具有正能量的作品」（張平，2014.10.17）。正能量更具體的描述為何？何種文藝是值得鼓勵的？習近平強調作品要像陽光春風，以及激發人民的愛國主義。

好的文藝作品就應該像藍天上的陽光、春季裡的清風一樣，能夠啟迪思想、溫潤心靈、陶冶人生，能夠掃除頹廢萎靡之風。……要把愛國主義作為文藝創作的主旋律，引導人民樹立和堅持正確的歷史觀、民族觀、國家觀、文化觀，增強做中國人的骨氣和底氣。（王爽編，2014.10.15）

習的講話對文化生產形成一推一壓的作用。一方面對社會寫實、情慾，甚至娛樂，祭出可被視為「墮落文化」予以整肅的壓力。另一方面則是增加正能量文化產品的能見度。2015 年中央政治局頒布的《中共中央關於繁榮發展社會主義文藝的意見》，就要求積極生產紅色作品，要求各電視台編制 2017 年到 2021 年，謳歌黨、國、人民、英雄的電視劇。在第四條，要求中央電視台綜合頻道和電視劇頻道、

各省衛視綜合頻道、重點視頻網站，每年都要在黃金時段安排播出重大革命歷史、農村、少數民族、軍事等題材電視劇，大力弘揚時代主旋律。

習近平在 2012 年底上任以來，即以整肅黨紀的姿態，特別是容易受到人民支持的反貪腐名義，以此要求黨員具有大局意識，支持黨中央。例如習一上任就在 2012 年 12 月 4 日，於中共中央政治局推出〈八項規定〉，強調黨員要與群眾多交流談心，不鋪張浪費，勵行勤儉節約，給予新政權耳目一新的面貌。透過整頓貪腐豪華的整風手段切入，習政權亦開始了中共領導人向來以整風之名，整肅控制黨員的歷史手段。從請客吃飯小事開始啟動，接著上綱到政治意識形態層面。2013 年 1 月 3 日《南方周末》的新年獻詞是第一場碰撞，到了 2013 年 5 月時出現「七不講」事件。被稱為「七不講」的「中共中央辦公廳印發〈關於當前意識形態領域情況的通報〉的通知」，要求中國高校在教學中不要講七個主題，包括普世價值、新聞自由、公民社會、公民權利、黨的歷史錯誤、權貴資產階級、以及司法獨立。同時，「七不講」這件事情也不能講，北京警方在 2014 年 4 月 24 日以此事逮捕中國知名記者高瑜。2015 年 4 月 17 日，北京法院更以「為境外非法提供國家機密罪」判處年逾七旬的高瑜七年重刑（麥燕庭，2014.05.08）。

此事反映了三點：第一，習政權拉出的意識形態紅線已經嚴重壓縮言論空間，連「公民權利」、「司法獨立」這些之前中共尚作聆聽姿態的價值都視為對立面。第二，習近平再度高舉講政治與意識形態工作的重要性（否則亡黨亡國），正當化對黨員進行政治效忠的檢視，並要求黨員要有政治意識、大局意識、責任意識與憂患意識，與黨中央保持一致。在這個過程當中，習近平將自己個人的意見與意志，轉化為中共該擁護的政策與價值。透過政治效忠的檢視過程，調查打探黨員的立場，以是否與黨中央（習近平）保持一致作為威嚇手段，鞏固習的統治權力。第三，從尚有隱晦的「七不講」，意識形態工作迅速地以正當高調的姿態現身。包括 2013 年 5 月 4 日出台的「加強高校青年教師思想政治工作意見」，到 2013 年 8 月 19 日「在全國宣傳思想工作會議上的講話」，意識形態管控目標已從高校擴大到媒體、網路與社會全面。手段則如習近平所言打擊黑色（異議聲音）、滲透灰色和擴大紅色，目標則是鞏固習核心。

習近平上任之前，中共即已時常提及「政治意識」和「大局意識」。2016年1月29日的中共中央政治局會議上，習政權提出「四個意識」，增加「核心意識」和「看齊意識」，直白提出「習核心」，並要向習近平看齊支持（趙娟、秦華編，2016.04.12）。此景況越演越烈，到2019年3月中共人大、政協兩會前夕，中共連發〈中共中央關於加強黨的政治建設的意見〉、〈中國共產黨重大事項請示報告條例〉兩份重要政治文件，提出「兩個維護」概念。要求黨內「堅決維護習近平總書記在黨中央和全黨的核心地位，堅決維護黨中央權威和集中統一領導」，換句話說，就是黨中央最大，黨中央裡面習最大。而檢測是否認為習大大是最大手段，就是意識形態工作為何如此重要的原因了。下一節將分析，習政權如何重新調整意識形態宣傳工作，以及如何在當中運用娛樂以及網路元素。

伍、官方意識形態結合流行文化的元素

習近平批評既有的意識形態工作流於表面功夫，影響力弱，要改進宣傳手段，使其真正有效。既有的文獻指出中共的意識形態工作與時俱進的手段之一是結合流行文化元素，如 Lagerkvist (2008) 提出的「意識形態娛樂化」(ideotainment)。以《那年那兔的那些事》為例，這部2011年的漫畫，將中華人民共和國比擬為一隻致力維護世界和平與地區繁榮穩定的萌兔，將政治萌化的同時，將中共的意識形態合理化。

另外在習近平時期，宣傳工作結合流行文化元素最知名的案例之一為「復興路上工作室」。從2013年10月到2018年2月20日為止，已在優酷網上傳了20支中國政府宣傳視頻。透過新的表現形式，如卡通、動畫、流行音樂等，將僵硬的政治宣傳片予以專業化的市場包裝。第一支視頻《領導人是怎樣煉成的》，長度為五分鐘，包含中、英兩種版本。也是中國政府首次以卡通形象呈現中國國家領導人，表示中國政府的宣傳部門已經打破過往對宣傳片的形式限制，願意採取通俗娛樂的卡通手法。第二，片子的目的在強調中國不是國際社會所批評的獨裁國家，而是與美國、英國一樣，其政治治理具有合法性，為民眾所擁護，是具有特色與優越性的「中國模式」。片中強調美國總統的出線，需要雄厚資金的支援；要當選英國首相則要擅長

政黨運作；至於要擔任中國國家主席，則是漫長的黨幹部選賢與能的過程，在逐級競升中累積治理地方的經驗。這支宣傳片清楚地向中國人民以及國際社會宣傳「中國模式」的政治治理，強調中國雖然沒有選舉政治，但絕非獨裁國家，相反的卻是中國春秋時期「選賢與能」（meritocracy）的現代延續。同時暗示美國與英國選出來的政治領導人未必是優秀的，主要是金錢和政黨的支持。而中國領導人則是歷經中共黨內，數十年漫長考驗選擇出來具有「能力」與「賢德」，才德兼備、萬中選一的菁英。

「復興路上工作室」製作的視頻主要與對外宣傳有關，特別是針對習近平的對外出訪，就製作了七支視頻。以及對國外介紹中國的政治制度，包括兩支中英版本的《十三五之歌》，以及三支中共黨代表大會如何運作的視頻。2015 年中共召開十八屆五中全會，提出「十三五規劃」（2016 至 2020 年）。《十三五之歌》（*The 13 WHAT, a song about China's 13th 5-year-plan*）就是搭配會議宣傳而設計的歌曲。歌曲 MV 是鮮艷的動畫，MV 人物是四名美式民謠樂手，以輕快和口語化的曲風介紹何為十三五計畫。歌詞強調計畫的宏偉：「十三五／玩大的了／有多大／灰常大／像中國那麼大（like China huge）」，以及規劃的認真：「規劃執行從上到下／習大大領著人民天天向上」。

五支一系列《我與中國的故事》，透過外國人述說對中國的喜愛，以證人姿態顯示中國的經濟發展、國力強大，以及對儒學和中國夢的憧憬。例如〈我與中國的故事之老馬的時空旅行〉，以英國歷史學者馬丁雅克為主角，敘述其對中國的喜愛，最後並打上這樣的字卡「馬丁雅克先生著書《大國雄心》表達了他對中國幾十年發展的肯定以及對未來中國國際地位的樂觀預測」。另外一支影片是〈我與中國的故事之小貝這個儒學迷〉，以在清華大學哲學系任教的加拿大人員淡寧（Daniel A. Bell）為主角。片中透過貝淡寧強調中共的「和諧社會」（harmony society），以及中國模式的優越與特殊性。片中貝淡寧說：「中國的文化重視和諧，西方的文化不重視和諧，這是非常大的區別。自由民主都是很好的價值觀，但是西方人會用西方的民主來判斷中國的政治制度。我說不，中國自己有很長歷史的政治制度」。此外，片中並用字卡強調貝淡寧在 2015 年發布的書《中國模式》，獲得金融時報當年政治類最佳圖書，以此顯示貝淡寧是被西方媒體肯

定的中國問題專家，具有國際權威性。因此他對「和諧」和「中國模式」的肯定，以及對西方的批評，顯得更有說服力。

表 1：復興路上工作室《優酷網》視頻列表

發布日期	標題
2013.10.14	領導人是怎樣煉成的（英文版）
2015.03.24	跟著大大走之博鰲篇
2015.04.17	跟著大大走之萬隆會議篇
2015.04.17	跟著大大走：習大大訪巴前夕
2015.05.04	跟著大大走之俄羅斯篇
2015.09.18	跟著習大大走之美國篇
2015.10.16	跟著習大大走之英國篇
2015.10.26	十三五之歌／shisanwuzhigeyingzi
2015.12.02	跟著習大大走之非洲篇
2016.04.13	中國經濟真功夫
2016.06.29	《我與中國的故事》之「老馬的時空旅行」
2016.06.30	《我與中共的故事》之「老穆心中的一首歌」
2016.07.01	《我與中國的故事》之「約旦大叔愛中國」
2016.07.02	《我與中國的故事》之「烏哥的中國夢」
2016.07.03	《我與中國的故事》之「小貝這個儒學迷」
2017.10.09	150 秒看懂中共黨代表是怎麼選出來的
2017.10.10	你一定想知道中共黨代會報告是如何產生的
2017.10.11	都是知識點！快戳「中共黨代會是如何召開的」

資料來源：本研究整理

除了網路視頻的製作之外，中共亦製作電視節目，並在重要的流行文化平台上播出，例如湖南衛視台。為迎接中共十九大，中共湖南省委宣傳部製作六集電視節目《社會主義有點潮》，於 2017 年 10 月 9 日在湖南衛視和芒果 TV、人民網播放。並接著在 2018 年 9 月 30 日至 10 月 4 日每晚七點半播出第二季《新時代學習大會》，以來賓答問競賽的形式營造習近平崇拜。例如有一則題目為：「15 歲的習近平，下放到陝西梁家河時期渴望讀書，曾經徒步 30 里（15 公里）去借書，請問那本書書名是？」正確答案是德國文豪歌德的作品《浮士

德》(Faust)。而中國政府在 2018 年 7 月的中共建黨 97 週年黨慶時，中央廣播電視總台推出一系列的梁家河廣播紀實文學，並送往各級政治與學校單位推播(轉角國際，2018.10.04)。

2018 年 4 月 27 日至 5 月 1 日，中央電視台綜合頻道 21 點播出五集專題片《馬克思是對的》，配合習近平在 5 月 4 日慶祝馬克思誕辰兩百周年大會的演講。2018 年 12 月 18 日，中國知名動漫網站哩哩哩哩彈幕網(簡稱 B 站)更宣布製作七集動畫《領風者》，以馬克思為主角，描述其與妻子燕妮和恩格斯的生平，而預告片中三位主角的俊帥美麗，以及馬克思與燕妮的翩翩起舞更成輿論焦點，中共官方描述的理論偉人頓成偶像劇中的浪漫人物。

陸、新時代的典範：偶像團體 TFBOYS

習近平在 2014 年 10 月 15 日於北京召開文藝工作座談會時，鼓勵文藝工作者要弘揚正能量，好的文藝作品則是「像藍天上的陽光、春季裡的清風」，創作當以愛國主義為主旋律。同年，中國少男偶像團體 TFBOYS 也開始爆紅，成為海內外注目的 TFBOYS 現象。然而仔細檢視 TFBOYS 的走紅，會發現並非市場偶然，而與黨國有緊密的關聯性。TFBOYS 的經紀公司時代峰峻，在 2009 年開始招募練習生，並在網路播放練習生王俊凱與王源的歌唱視頻，這段時期為時甚長，直至 2013 年 6 月，他們翻唱的《洋蔥》因獲得原主唱阿信的轉發始獲得更多關注。經紀公司打鐵趁熱，在 2013 年 8 月 6 日，加入易烱千璽，以三人組合形式正式出道。

TFBOYS 從成立的初始就緊貼著黨的主旋律，2013 年 8 月出道之後的第一張 EP 裡就收錄了國慶 64 周年的獻禮曲：《夢想起航》。2014 年 9 月，出道剛滿一年，就參與了央視中秋晚會的直播。2015 年初，他們隨「心連心」藝術團到福建古田鎮進行慰問演出，並參加了央視網路春晚的錄製；2015 年六一兒童節，發布了和曾參與韓國偶像團體 Super Junior 的韓庚合作的中國少年先鋒隊隊歌：《我們是共產主義接班人》MV。MV 的一開始，TFBOYS 三位成員，王俊凱、王源與易烱千璽，坐在草地上，脖子繫著紅領巾，身體有規律的左右搖晃，露出招牌靦腆笑容，僵硬地唱道：「愛祖國，愛人民。不怕困難，不怕敵人。」其他的大人，包括年老的國防部長遲浩田，或是高

壯的籃球明星姚明，也繫著小孩子帶著的紅領巾，面帶和藹的微笑，表現親切的與小孩們玩耍。

相異於成年人，青少年的性格特色為叛逆，但是和美國、日本、韓國各地的青少年偶像不同，TFBOYS 的成員卻沒有表現出一絲一毫年少的叛逆。相反的，他們更強調努力學習，當個好學生。經紀公司也刻意營造成績頂尖的「學霸」形象，團員們接的廣告是課業學習機，而錄製《快樂大本營》綜藝節目時，幾個男孩更是忙著寫作業（文創資訊，2016.11.21）。

除了成績優秀、有禮貌、服裝儀容整齊清潔、時時展現甜美笑容的好學生與好孩子之外，他們也被媒體稱為愛國好寶寶。TFBOYS 在 2015 年 9 月 4 日央視大型公益節目《開學第一課》，就以少年模範的姿態宣誓少年自強宣言。宣言的內容強調少年是接班人，要負起強盛國家的任務（中國中央電視台，2015.09.04）：

從現在起 堅定立志
把祖國的強盛我們宣誓
誠實善良 勇敢自信 自立自強
做偉大祖國的接班人

「典範」的樹立，可以追溯至中國共產黨形成的初期，在 1941 年，已有報導提及模範工人如何被媒體關注和嘉獎。1942 年 4 月農民吳滿有，在土壤貧瘠的延安種出良好收成，亦被中共黨報《解放日報》嘉許為模範農民（Pang, 2017／李祖喬，2017：87）。文革研究學者彭麗君（Laikwan Pang）、李祖喬認為，所謂的「典範」：「包括不同的模範人物和樣板文化，他們讓人們努力模仿和學習，指引平民百姓轉化自身，以達成當權者的期望」（同上引：85）。不同於當年的模範農民與工人，時隔七十餘年後，偶像團體成為「典範」代表。白肯（Borge Bakken）指出，中國是一個範例社會（exemplary society），其生產的個體都要合乎標準的範例（Bakken, 2000）。在這個以模仿為核心概念的社會秩序下，教育不單單是一種指導，也同時涉及管治（Pang, 2017／李祖喬，2017：86）。當 TFBOYS 在央視舞台上，以宣誓的姿態發布自強宣言，不僅是作為少年代表，對少年作為一種群體的教育，亦是對中國的社會進行管治。

其愛國表現不只是在中國參與黨和央視的活動，出國工作也不忘愛國。2017年7月7日，TFBOYS原訂前往日本工作，但發現7月7日與日本侵略中國的七七事件同日。為了展現愛國情操，TFBOYS將出國日期延後，改到7月8日。當天，三人在機場時也在帽子上、手機殼上換上中國國旗以示愛國（鍋蓋集中營，2017.07.09）。

如同習近平所言：「不能在市場經濟大潮中迷失方向」。TFBOYS並沒有為了市場放棄愛國，但也沒有因為愛國放棄市場，而是同時兼顧兩者。到日本工作甚至被認為是中國走出去的驕傲，「自從咱們培養出一個TFBOYS後，真的很解氣，終於不用看韓國明星的嘴臉了。TFBOYS現在應該屬於亞紅了，日本、韓國都紅得不得了」（娛樂扒館，2017.07.09）。

在愛國論述裡，TFBOYS的國際曝光度與國際參與，被視為為中國／中國人「長面子」。被中國看重的西方媒體美國《時代》雜誌，在2017年選擇TFBOYS成員王源為「30位全球最具影響力青少年」。王源也在2017年和2018年擔任「聯合國兒童基金會青年教育使者」，成為第一位受邀到聯合國青年論壇的中國藝人。在2018年王源的聯合國致詞內容，看到個人與國家之間強烈的等號關係，以及個人為國家壯盛的義務，「我覺得不僅是我需要學習更多的東西，然後來自己成長地更強大，我覺得咱們中國也是。所以說希望自己能夠學到更多的知識，也為了祖國的繁榮昌盛會盡自己的一份力……」（陳樂融，2018.02.03）。

為了抬升偶像的地位，TFBOYS成員各自的粉絲積極的為偶像營造公益形象，包括提供資金設立基金會。因此三位少年偶像也在粉絲經濟的金援下擁有慈善家的身分。如王源設立了「源基金」，和王俊凱共有「煥藍夢想基金」；易烱千璽則有「千度暖烱公益基金」和「易烱千璽愛心基金」。具有好學生、青年楷模、愛國寶寶和慈善家身分的TFBOYS，成為習近平新時代的正能量樣板。2018年習近平修改憲法，取消任期限制，權力亦從原本安排屆任的2022年往後延伸。延伸到何時，成為世界的懸念。但答案或從TFBOYS在2018年央視春晚的演唱歌曲《我和2035有個約》可見端倪。歌曲名稱來自習近平在2017年十九大會議上提出的政治目標——2035年中國「基本實現社會主義現代化」。這首歌強調中國會邁向更加強盛的未來，而這個未來有賴青年們的承諾與加入。團隊中人氣最旺的王俊凱開始

領唱：「那是一個諾言穿山越海真切，預見夢想的明天」。而副歌則反覆強調：

我和 2035 有個約
約在歡呼雀躍那一天
我親愛的祖國更加美麗和諧
昂揚屹立新世界

我和 2035 有個約
約在新征途的新起點
用真心去創領兩個一百年
未來由我們主演

透過偶像對年輕人的號召力，這首歌呼籲年輕人加入創造未來的愛國行動。偶像的動向，亦成為政府新的宣傳管道。例如 2018 年 3 月上映的電影《厲害了，我的國》，取材自中央電視台的紀錄片《輝煌中國》。TFBOYS 和成龍這類愛國明星，亦在微博上為之推廣。

為什麼 TFBOYS 會成為中國首先崛起的偶像團體？為什麼 TFBOYS 可以在國家與市場都獲得成功？這是面對 TFBOYS 現象最常面臨的問題。而後面的問題，恰巧回答了第一個問題，正因為 TFBOYS 能夠通吃國家與市場，才使其成功崛起。而中國的市場在侍從主義下需要通行證才能進入，通行證的發放則來自黨國的允准。習近平時代對愛國主義與規訓群眾的需要，為愛國乖巧的 TFBOYS 鋪出偶像道路；而 TFBOYS 又透過持續不斷的表演對黨國的支持，獲得在風險市場安全經營的機會。

柒、延安上的跑男：綜藝節目《奔跑吧》

相較其他節目類型，綜藝節目強調娛樂效果，但在習近平政權講政治的氛圍下，也出現強調感動、正能量與社會責任感的綜藝節目。近年最為知名的綜藝節目《奔跑吧兄弟》即為同時擁有高市場收視率與獲得政府稱讚的節目代表。

韓國電視台 SBS 在 2010 年推出綜藝節目《Running Man》，備受觀眾歡迎。浙江衛視在 2014 年 10 月 10 日與 SBS 合作，購買版權

推出中國版《奔跑吧兄弟》。根據央視索福瑞收視率統計，節目從第一季到第四季皆為全國收視網冠軍，成為中國最有代表性的綜藝節目之一。節目主要內容是設計各項活動，讓藝人在競賽中製造娛樂效果。但節目強調的並不是競賽結果，而是彼此在競爭中流露的友情、通力合作與樂意幫助他人的溫馨搞笑氣氛。強調娛樂、健康與陽光的特性，亦使其獲得中國政府稱讚。2014年12月4日，《人民日報》評論文章〈發現生活真諦〉，指其「在歡笑中傳遞正能量，引導人們感悟生活的真諦」（張莉萍、趙良峰編，2014.12.06）。2015年2月中國人民代表大會召開，時值2014年香港佔中事件之後，中港關係緊張。新聞發言人傅瑩面臨香港問題時，以《奔跑吧兄弟》比喻中港關係，說：「最近有一個熱播節目叫《奔跑吧兄弟》，有內地的年輕人也有香港的年輕人，我特別感興趣，團隊裡每個人都要努力，大家要齊心協力，一個人跟不上整個團隊就過不了關。……生活中就是這樣，應該多積累正能量，應該一起往前走，還是兄弟」（葉或或編，2015.03.04）。

中國政府視為娛樂節目表率的《奔跑吧兄弟》，在2017年也受到另一種政治力的影響。為抵制韓國佈置薩德飛彈，中國政府提出限韓令，在此政治氣候下，浙江衛視停止與韓國SBS合作，2017年2月13日推出的第五季也改名為《奔跑吧》。

除了正能量與娛樂效果外，節目亦含有符合中共意識形態宣傳的政治元素。例如2017年第五季第五集的內容〈保衛黃河〉，就選在有中共革命的搖籃，以及紅色旅遊的麥加之稱的延安出外景。競賽的主題是參與的明星們爭取最後在黃河邊歌唱中國革命歌曲《保衛黃河》的榮耀。第一個競賽遊戲是猜歌名，贏者可以獲得在歌曲中扮演朗誦者的機會。而11首歌曲當中，許多是具有強烈國家意識的革命老歌。競賽的過程裡，也不時介紹黃河的雄偉壯觀。例如當中有一段對乾坤灣的介紹，就形容「黃河九十九道灣，最美不過乾坤灣。距離黃河只有一公里。流淌160萬年，形成一個S型大轉彎。彎道弧度320度以上，堪稱天下黃河第一灣」。在伏羲碼頭，綜藝明星鄭愷在高空吊索穿越黃河時，除了大喊「黃河，我愛你」外，鏡頭也不時呈現黃河的湍急與大自然的奇偉。

節目最後的高潮，則是明星們在競賽之後，換下狼狽的衣著。重新穿上古典音樂演奏會才會穿的華麗禮服，以及梳化正式的髮型與裝

扮，坐上遊艇在尖叫歡呼聲中駛向黃河。到達岸邊時，則是更大的驚奇。因為長長的紅毯上，是陣容龐大，有著 80 名成員的西安交響樂團以及 80 名成員的西安音樂學院合唱團。站在紅毯最前方的，是國際知名的鋼琴家李雲迪與專屬的平台式鋼琴。綜藝明星們，此時從搞笑神情轉為嚴肅，表示光榮的加入合唱團。開場由李晨以莊嚴的口吻報幕，接著是鄧超慷慨激昂的聲調，朗誦著：

但是
中華民族的兒女啊
誰願意像豬羊一般
任人宰割
我們要抱定必勝的決心
保衛黃河
保衛華北
保衛全中國

接著是有人在深圳交響樂團林大葉的指揮下，張口激動地唱著宛如戰爭正在進行，節拍快速緊張的《保衛黃河》。而《保衛黃河》的歌詞，搭配上鏡頭不時閃過的湍急黃河，更有著「黃河在咆哮」的現場效果。

風在吼 馬在叫
黃河在咆哮 黃河在咆哮
河西山崗萬丈高 河東河北高粱熟了
萬山叢中 抗日英雄真不少
青紗帳裡 游擊健兒逞英豪

端起了土槍洋槍 揮動著大刀長矛
保衛家鄉 保衛黃河
保衛華北 保衛全中國

演唱完畢，負責報幕的李晨說：「我說實話，我剛才真的有一種特別自豪的感覺」。話畢，在螢光幕上以硬漢形象著稱的他，激動的

落下男兒淚。然後他解釋特別激動的原因，是因為他的爺爺就是念延安抗日大學。鋼琴家李雲迪則說：「今天是我第一次能夠在黃河邊上演奏黃河協奏曲。非常激動、謝謝大家」。種種社會主義懷舊（socialist nostalgia）元素如革命歌曲、延安風景、抗日大學等在節目中鋪陳展開，如同學者 Linda Hutcheon 分析，「懷舊更多的不是關於過往，而是關於現在」（Hutcheon, 2000: 195），相對於改革開放之後的社會不公平加劇與官僚腐敗等種種問題，紅色中國成為 1990 年代之後的「想像避風港」（imagined haven）（Dai, 1997: 148）。

整集節目持續透過描述黃河，如「160 萬年」、「九十九道灣」、「彎道弧度 320 度」、「天下黃河第一灣」等，賦予黃河天下獨尊，壯麗雄奇的意涵。而自然景觀的奇偉，更進一步被擬人化——「黃河是母親河」，與中國和中國人民相扣連無法切割，被視為自然天成的血親關係。而「黃河—中國—中國人民」的三位一體，透過中共的誓死捍衛——「保衛黃河／保衛華北／保衛全中國」，而成為國家的英雄，民族的守護者。也因此，中共，擁有執政的合法性；而中國，也無法失去中共的保衛。

除了在電視綜藝節目、實境真人秀融入過往戰爭歷史的元素，如韓戰、抗日戰爭等，即使是以外國文化形式為主題的嘻哈與街舞節目，也與愛國主義相融合，甚至《中國有嘻哈》就是強調中國特色意識形態下的產物，節目主旨強調西方有嘻哈，但中國也有嘻哈。如參賽歌手 VAVA 說：「我就是想要走上國際的舞台，來讓大家知道中國是有嘻哈的，中國的嘻哈文化是很棒的」（BBC 中文網，2017.09.12）。另一個節目《熱血街舞團》，參賽者阿 K 在第五集 PK 賽時說，他想「讓大家知道，我們中國人，不好惹，其實也很棒」。來自香港的評審陳偉霆投票表示支持時說：「我很喜歡你的那套理念，就是站在我們中國人的，我們就是讓外面的人看，讓這個世界看到」。如同「中國模式」一詞的創造，這些節目強調西方與中國的二元對立，並在對立中，反覆強調中國模式的優越性。

所謂的「優越性」包括強調正能量、剔除批判內容以及愛國主義。例如 VAVA 強調要為年輕人樹立模範，「現在的粉絲都是很年輕的，我們會給他們樹立一個很好的榜樣。我覺得我們改掉歌詞中髒話的部分是有必要的」。同樣是《中國有嘻哈》的參賽歌手孫八一則強調和諧團結，「我不喜歡提到一些不該提的東西，就是不符社會主

義核心價值觀的東西，不利於團結之類的話，我不會說」（BBC 中文網，2017.09.12）。儘管如此，2018 年年初時中共還是祭出一波整肅活動。廣電總局宣傳司司長高長力並在 2018 年 4 月 3 日提出「小成本、大情懷、正能量」的創作方向。十天後，愛奇藝正式宣布將第二季節目改為《中國新說唱》，節目新口號則是「說出正能量，唱出大情懷」。相較於年初對嘻哈次文化的封殺，高長力於 2018 年 5 月演講時提到，「我們也不排斥亞文化，有電視節目做了街舞、嘻哈也可以，但關鍵要健康向上」（高長力，2018.05.20）。

捌、結論

本文分析結果指出，改革開放以來，對於政治路線辯論的刻意避開、天安門事件之後對政治參與的打壓，以及市場經濟的深化發展，使得中國社會呈現去政治化，以及往物質主義發展的兩極化現象。但此種物質主義至上與去公共政治化並存的狀況，同時意味著政治宣傳領域因其相對娛樂生活的僵硬與蒼白，逐漸失去對人民日常生活的影響力。

習近平掌握政權之後，出現向意識形態的轉向，重新強調意識形態工作對中共政權存亡的重要性，並以「中國夢」與「中華民族的偉大復興」作為習近平新時代的政治思想核心。如瑞典學者 Stein Ringen 所指鄧小平時期低調的意識形態控制，到了習近平時期則要求把意識形態工作擺到優先位置（Ringen, 2016／薛青詩譯，2017：334）。然而習政權面臨的是 21 世紀的中國，一個政治文宣令人感到枯澀無聊（Link, 2013），娛樂與網路已經高度發展的社會。如何在此結構環境之下，再度發揮政治意識形態的影響力，遂成此文的問題意識。

習近平在 2013 年的八一九講話中批評宣傳工作流於表面，要求與時俱進以及發揮真正的影響力。本研究發現如下：第一，具有 Lagerkvist（2008）所指的「意識形態娛樂化」（ideotainment）的現象，意識形態工作結合流行文化元素，例如漫畫、動畫、遊戲、嘻哈音樂、影音視頻和電視問答競賽節目。此外，宣傳單位淡化或是模糊官方身分。例如《領風者》的出品方是大陸中央馬克思主義理論研究和建設工程辦公室、內蒙古自治區黨委宣傳部，但主要由嗶哩嗶哩彈

幕網發布消息。「復興路上工作室」雖被猜測為準官方單位，但真實身分卻模糊不清。官方單位避免直接出面宣傳的原因可能是希望降低宣傳性質，增加吸引力。

第二，中共以政治權力，將多種主體整合進意識形態工作，包括市場化走向的黨媒、半官方單位以及私人資本。曾敬涵（2016）曾指中國政府的意識形態宣傳工作，範圍過大、成本太高，會影響效果。然而習近平政權在 2016 年強調黨媒姓黨，十八大時強調「多主體參與」，調動市場化黨媒（如湖南衛視、浙江衛視）、準官方單位（復興路上）、節目製作單位（如中國有嘻哈製作單位）、以及私人資本（如 B 站）加入意識形態工作。多種單位的加入應可使中國政府降低宣傳成本與擴大接觸的人群。此外，這些單位在推出節目前，都有遭到中國政府警告與整肅的經歷。例如 2018 年 1 月中共整肅嘻哈文化，愛奇藝在 4 月推出《中國新說唱》；2018 年 9 月，中國廣電總局調控治理綜藝娛樂，被指針對湖南衛視。2018 年 9 月 30 日至 10 月 4 日，湖南衛視在每晚七點半黃金時間播出以謳歌習近平為目的的《新時代學習大會》。播放《領風者》的 B 站，則在 2017 年反覆經歷整頓。中共透過一黨專政的政治權力，掌控市場的接近權、播映權，而此亦使其具有調動私人資本加入黨國意識形態機器的權力。

第三，官方意識形態除了在主旋律商品再現之外，亦擴大滲入流行娛樂文化，包括青少年偶像、綜藝節目、以及嘻哈街舞動漫等次文化。主旋律影視或是愛國主義線上遊戲等，文本主體為官方意識形態，且往往易於辨認。但是偶像團體如 TFBOYS 或是綜藝節目，還是以流行娛樂文化為主，讓人覺得萌、喜愛、或是輕鬆搞笑，愛國主義或官方意識形態的成分，則是片段、次要的融入在整體文本中。也因此，曾敬涵（2016）所指的「正式意識形態」與「非正式意識形態」的界線越發難以區分。因為「習近平新時代」、「中國夢」這類列入黨文件中的正式意識形態，除了透過黨機器傳布外，也開始運用大眾傳播和流行文化加以宣傳。例如吳亦凡在《中國新說唱》中的隊名叫「夢之隊（Dream Team）」、唱的類型是「中國風說唱」、製作的歌曲是強調說唱歌手要有正能量的《追夢》。酷帥偶像與中國風的舞台氣氛，更讓空泛的「中國夢」口號在情緒的烘托下，將中共與古代中華帝國連結，營造出盛世強國的形象（Brown & Bērziņa-Čerenkova, 2018）。

第四，在正能量政策下，文化生產亦被要求具有「中國模式」的特殊性，包括乾淨、團結、勵志、愛國、做青年人的榜樣。而「正能量」更需透過收編名人加入，使其產生示範效果，如習近平在 2013 年的八一九講話中所強調，「很多名人有社會責任感……報導這些正面積極的事情，給社會增添正能量」。被央視稱為「華人之光」的偶像明星吳亦凡，就在《中國新說唱》努力推廣中國風說唱。毛澤東時代雖然已逝，但「找典型」的作法依舊可以翻新，套進資本主義偶像經濟的瓶子裡。畢竟偶像的意義，就是成為粉絲的人生典範。TFBOYS 王源一句「為了祖國的繁榮昌盛會盡自己的一份力」，具有召喚粉絲加入共建「中國夢」的影響力。「中國夢」不只是領導人的夢，更成為每個人都有份參與的事業。Stein Ringen 指出中國夢的敘事將民族偉大與個人幸福融為一體，換言之，沒有民族偉大，就沒有個人幸福。這種民族壓倒個人的思想，本質上是危險的法西斯主義（Ringen, 2016／薛青詩譯，2017：337）。Susan Shirk 也指出習近平政權對意識形態的強調，使中國再度回到以政治表態為主的「價值獨裁」（virtuocracy），人們在學校或工作上競賽誰更「紅」、更「正確」（Shirk, 2018: 25）。在這種氛圍中，以娛樂、搞笑為目的的綜藝節目，也融入政治元素，參賽者在當中不時進行愛國展演，成為獨特的劇中劇。批判的聲音在過程中被消音，如同地下嘻哈歌手的身分在第二季被邊緣化一般。

第五，推動個人崇拜。從湖南衛視 2017 年推出的第一季節目《社會主義有點潮》到 2018 年第二季《新時代學習大會》，反映節目升級到對習近平的個人崇拜。習近平思想從哪裡來、新思想新在哪、以及新思想要把中國帶到哪裡去的「問答競賽」，不過是以問答秀的形式，對領導人歌頌呼喊口號。

然而加入流行娛樂手段是否就能發揮意識形態作用，還需後續考察。甚至政治意識形態的融入，有可能如酸液造成腐蝕性。例如《中國有嘻哈》的參賽歌手 GAI 原本的節目形象為率性、真誠、暴衝，如其微博名字「GAI 爺只認錢」，出道後改為「超級無敵 GAI」。但在整肅事件後立刻更名為「歌手周延」，節目製作人劉洲更堅持 GAI 的音樂和嘻哈無關，是「民族融合加快板兒」或「節奏旋律演唱法」，其舉措與嘻哈音樂的反叛性頓成對比。當中國政府的意識形態政策越發滲入流行娛樂，甚至動漫、嘻哈、街舞次文化時，必然發生

文化碰撞，過多的重構也可能引發反彈導致節目的解構。但中國政府亦可透過政策手段，讓融入官方意識形態的流行文化商品進入閱聽眾的日常存在，而政治的萌化也可能讓年輕世代在習時代浸染下，終將「習」焉不察；在正能量的一片光明中，看不見燈下黑。

參考書目

- BBC 中文網 (2013.01.04) 。〈《南方周末》元旦獻辭兩版本比較〉，《BBC 中文網》。上網日期：2013 年 1 月 10 日，取自 http://www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese_news/2013/01/130104_nanfanzhoumo_newyear.shtml
- BBC 中文網 (2017.09.12) 。〈專訪《中國有嘻哈》參賽者：中國能實現嘻哈主流化嗎？〉【影片】，《BBC 中文網》。上網日期：2017 年 9 月 24 日，取自 <http://www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese-news-41237172>
- 一國兩智 (2013.11.04) 。〈網傳習近平 819 講話全文：言論方面要敢抓敢管敢於亮劍〉，《中國數字時代》。上網日期：2018 年 9 月 4 日，取自 <https://chinadigitaltimes.net/chinese/2013/11/%E7%BD%91%E4%BC%A0%E4%B9%A0%E8%BF%91%E5%B9%B38%E2%80%A219%E8%AE%B2%E8%AF%9D%E5%85%A8%E6%96%87%EF%BC%9A%E8%A8%80%E8%AE%BA%E6%96%B9%E9%9D%A2%E8%A6%81%E6%95%A2%E6%8A%93%E6%95%A2%E7%AE%A1%E6%95%A2/>
- 丁舟洋 (2018.05.17) 。〈中國視頻網站八年路 | 龔宇：「愛奇藝世界·大會，希望我們早些把中間的點去掉」〉，《每日經濟新聞》。上網日期：2018 年 5 月 24 日，取自 <http://www.nbd.com.cn/articles/2018-05-17/1217970.html>
- 中央社 (2017.10.21) 。〈新書披露 習近平令掌控意識形態和網路〉，《中央社》。上網日期：2018 年 9 月 4 日，取自 <https://www.cna.com.tw/news/acn/201710210256.aspx>
- 中央社 (2017.11.20) 。〈陸今年電影票房 逾 2250 億元〉，《中央社》。上網日期：2017 年 11 月 24 日，取自 <http://www.cna.com.tw/news/amov/201711200374-1.aspx>
- 中國中央電視台 (2015.09.04) 。〈「開學第一課」TFBOYS 宣誓少年自強宣言〉【影片】，《中國中央電視台》。上網日期：2015 年 9 月 14 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=yWYQUHgfbBs>
- 中國互聯網絡資訊中心 (2018) 。《第 41 次中國互聯網絡發展狀況統計報告》。北京：中國互聯網絡資訊中心。上網日期：2018 年 9 月 4 日，取自

- <http://www.cac.gov.cn/files/pdf/cnnic/CNNIC41.pdf>
文創資訊 (2016.11.21)。〈TFBOYS 無法複製，中國傑尼斯之夢難以實現〉，《每日頭條》。上網日期：2016 年 11 月 24 日，取自 <https://kknews.cc/zh-tw/entertainment/59eaap6.html>
- 毛澤東 (1942.05.02)。〈在延安文藝座談會上的講話〉，《中文馬克思主義文庫》。上網日期：2017 年 1 月 4 日，取自 <https://www.marxists.org/chinese/maozedong/marxist.org-chinese-mao-194205.htm>
- 王信賢 (2018)。〈科技威權主義：習近平「新時代」中國大陸國家社會關係〉，《展望與探索》，16(5)：111-127。
- 王爽編 (2014.10.15)。〈習近平：文藝不能在市場經濟大潮中迷失方向〉，《新華網》。上網日期：2014 年 10 月 20 日，取自 http://www.xinhuanet.com/politics/2014-10/15/c_1112840544_4.htm
- 白龍 (2013.05.14)。〈莫讓青春染暮氣〉，《人民日報》。上網日期：2013 年 5 月 20 日，取自 <http://opinion.people.com.cn/n/2013/0514/c1003-21470995.html>
- 何清漣、程曉農 (2017)。《中國：潰而不崩》。新北市：八旗文化。
- 吳怡 (2017.09.19)。〈解密《中國有嘻哈》的變現路徑 愛奇藝背後百度的娛樂野心〉，《時代週報》。上網日期：2017 年 9 月 20 日，取自 <http://finance.sina.com.cn/roll/2017-09-19/doc-ifykywuc6784966.shtml>
- 忻霖 (2015.08.28)。〈南方報業發佈自我審查通報 媒體受壓持續惡化〉，《自由亞洲電台》。上網日期：2016 年 9 月 10 日，取自 <http://www.rfa.org/mandarin/yataibaodao/meiti/xl2-08282015111105.html>
- 李政亮 (2017)。《拆哪，中國的大片時代：大銀幕裡外的中國野心與崛起》。台北市：蔚藍文化。
- 李祖喬譯 (2017)。《複製的藝術：文革期間的文化生產及實踐》。香港：香港中文大學。(原書 Pang, L. (彭麗君) [2017]. *The art of cloning: Creative production during China's Cultural Revolution*. London: Verso.)
- 汪子錫 (2011)。〈在意識形態戰場吹響集結號的大陸電影政經分析〉，《展望與探索》，9(9)：53-84。

- 林祐蕓（2014）。〈胡錦濤時期「主旋律」影劇的文化政治分析〉，
《遠景基金會季刊》，15(3)：151-185。
- 南方周末新聞職業倫理委員會（2013.01.07）。〈2013年南方周末新年特刊被刪改全過程〉。上網日期：2013年1月10日，取自
<http://msss.ust.hk/forum/showthread.php?tid=11549&pid=27077>
- 洪敬富、司昕山（2016）。〈當中國夢遇見網際網路：一種創新宣傳模式的升起？〉，《中國大陸研究》，59(1)：31-74。
- 胡錦濤（2012.11.20）。〈十八大報告〉，《中國網》。上網日期：2012年11月21日，取自
http://news.china.com.cn/politics/2012-11/20/content_27165856.htm
- 娛樂扒館（2017.07.09）。〈TFBOYS 去日本，王俊凱、易烱千璽、王源的小細節，太給中國人長臉了〉，《每日頭條》。上網日期：2017年8月4日，取自
<https://kknews.cc/entertainment/kz34alb.html>
- 財經頻道（2018.12.12）。〈不受貿易戰影響 中企在美 IPO 遠勝去年〉，《自由時報》。上網日期：2018年12月12日，取自
<http://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/2640784>
- 高長力（2018.05.20）。〈不要因為沒有藝術才華就怪審查太嚴、題材不好〉，《虎嗅網》。上網日期：2018年6月1日，取自
<https://www.huxiu.com/article/244775.html>
- 寇建文（2003）。〈胡錦濤七一講話與江、胡兩人的權力態勢〉，《展望與探索》，1(7)：1-4。
- 張平（2014.10.17）。〈習近平文藝座談講話整什麼風？〉，《德國之聲》。上網日期：2014年11月4日，取自
<http://www.dw.com/zh/%E4%B9%A0%E8%BF%91%E5%B9%B3%E6%96%87%E8%89%BA%E5%BA%A7%E8%B0%88%E8%AE%B2%E8%AF%9D%E6%95%B4%E4%BB%80%E4%B9%88%E9%A3%8E/a-18001523?&zhongwen=simp>
- 張莉萍、趙良峰編（2014.12.06）。〈評《奔跑吧兄弟》：發現生活真諦〉，《人民日報》。上網日期：2015年1月4日，取自
<http://qh.people.com.cn/n/2014/1207/c181467-23137144.html>
- 張裕亮（2007）。〈從紅色經典到愛國主義商品：大陸主旋律電視劇文本意義的變遷〉，《中國大陸研究》，50(4)：1-29。
- 張裕亮（2010）。〈流變中的大陸流行音樂黨國意識〉，《中國大陸

- 研究》，53(3)：53-88。
- 張蔚然（2010.12.02）。〈中方：諾貝爾和平獎授予劉曉波是粗暴干涉中國內政〉，《中新社》。上網日期：2011年1月10日，取自 <http://www.chinanews.com/gn/2010/12-02/2696904.shtml>
- 曹國星（2013.01.07）。〈《南方周末》重壓下分裂：高層妥協 採編醞釀罷工〉，《法國廣播電台》。上網日期：2013年1月10日，取自 <http://cn.rfi.fr/%E4%B8%AD%E5%9B%BD/20130106-%E3%80%8A%E5%8D%97%E6%96%B9%E5%91%A8%E6%9C%AB%E3%80%8B%E9%87%8D%E5%8E%8B%E4%B8%8B%E5%88%86%E8%A3%82%EF%BC%9A%E9%AB%98%E5%B1%82%E5%A6%A5%E5%8D%8F-%E9%87%87%E7%BC%96%E9%85%9D%E9%85%BF%E7%BD%A2%E5%B7%A5>
- 許依晨（2018.05.08）。〈超越臉書和 IG 抖音成 iOS 全球首季下載冠軍〉，《聯合報》。上網日期：2018年5月10日，取自 <https://udn.com/news/story/7240/3130051>
- 陳樂融（2018.02.03）。〈TFBoys 王源：16 歲偶像藝人站上聯合國〉，《ETtoday》。上網日期：2018年3月4日，取自 <https://star.ettoday.net/news/1106633>
- 陶東風（2013.09.12）。〈當代中國為什麼盛行物質主義？〉，《新浪博客》。上網日期：2013年9月14日，取自 http://blog.sina.com.cn/s/blog_48a348be0102ef4p.html?tj=1
- 麥燕庭（2014.05.08）。〈高瑜被指非法提供國家秘密罪受刑拘評論指屬新聞自由〉，《法國國際廣播電台》。上網日期：2014年5月15日，取自 <http://cn.rfi.fr/%E4%B8%AD%E5%9B%BD/20140508-%E9%AB%98%E7%91%9C%E8%A2%AB%E6%8C%87%E9%9D%9E%E6%B3%95%E6%8F%90%E4%BE%9B%E5%9B%BD%E5%AE%B6%E7%A7%98%E5%AF%86%E7%BD%AA%E5%8F%97%E5%88%91%E6%8B%98%E8%AF%84%E8%AE%BA%E6%8C%87%E5%B1%9E%E6%96%B0%E9%97%BB%E8%87%AA%E7%94%B1>
- 曾敬涵（2016）。《中國共產黨的執政能力：意識型態、合法性與凝聚力》。香港：香港城市大學。
- 萬鵬、謝磊編（2015.06.25）。〈習近平談國家文化軟實力：增強做中國人的骨氣和底氣〉，《人民網》。上網日期：2015年6月27日，取自 <http://cpc.people.com.cn/xuexi/BIG5/n/2015/0625/>

c385474-27204268.html

葉或或編 (2015.03.04)。〈《奔跑吧兄弟》"上兩會"成正能量表率〉，《新浪娛樂》。上網日期：2015年4月4日，取自

<http://ent.sina.com.cn/z/v/2015-03-04/doc-iavxeafs1484873.shtml>

趙娟、秦華編 (2016.04.12)。〈“兩學一做”系列輔導之三：增強“四個意識”〉，《人民網》。上網日期：2016年5月14日，取自

<http://dangjian.people.com.cn/n1/2016/0412/c117092-28269435.html>

蔡純琳 (2016.10.15)。〈習近平：文藝是時代前進的號角〉，《央視網》。上網日期：2016年10月17日，取自

http://china.chinadaily.com.cn/2016-10/15/content_27072719.htm

鄧小平 (1989.06.09)。〈在接見首都戒嚴部隊軍以上幹部時的講話〉，《人民網》。上網日期：2018年9月4日，取自

<http://cpc.people.com.cn/GB/33839/34943/34944/34947/2617562.html>

學習小組 (2018.08.21)。〈怎樣佔據意識形態鬥爭的最前沿？習近平這樣說〉，《中國新聞網》。上網日期：2018年8月24日，取自

<http://www.chinanews.com/gn/2018/08-21/8605923.shtml>。

薛青詩譯 (2017)。《完美的獨裁：二十一世紀的中國》。台北市：左岸文化。(原書 Ringen, S. [2016]. *The perfect dictatorship: China in the 21st century*. Hong Kong, CN: Hong Kong University Press.)

鍋蓋集中營 (2017.07.09)。〈TFBOYS 不得已前往日本，醒目位置佩戴國旗，愛國的好寶寶王俊凱王源易烱千璽〉，《每日頭條》。上網日期：2017年7月20日，取自

<https://kknews.cc/zh-hk/entertainment/m3aqz86.html>

轉角國際 (2018.10.04)。〈習思想電視冠軍賽？中國崇拜習近平的愛國猜謎秀〉，《轉角國際》。上網日期：2018年10月6日，取自

https://global.udn.com/global_vision/story/8662/3403696

龔小夏譯 (2017)。《私人生活的變革：一個中國村莊裡的愛情、家庭與親密關係 (1949-1999)》。上海：上海書店出版社。(原書 Yan, Y. [2003]. *Private life under socialism: Love, intimacy, and family change in a Chinese village, 1949-1999*. Stanford, CA: Stanford University Press.)

Althusser, L. (1971). Ideology and ideological state apparatuses. In L. Althusser (Ed.), *Lenin and philosophy and other essays* (pp. 127-188).

- New York: New Left Books.
- Bakken, B. (2000). *The exemplary society: Human improvement, social control, and the dangers of modernity in China*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Bo, Z. (2004). Hu Jintao and the CCP's ideology: A historical perspective. *Journal of the Chinese Political Science*, 9(2), 27-45.
- Bondes, M., & Heep, S. (2013). Conceptualizing the relationship between persuasion and legitimacy: Official framing in the case of the Chinese Communist Party. *Journal of Chinese Political Science*, 18(4), 317-334.
- Brady, A. M. (2009). Mass persuasion as a means of legitimation and China's popular authoritarianism. *American Behavioral Scientist*, 53(3), 434-457.
- Brady, A. M. (2017). Plus ça change? Media control under Xi Jinping. *Problems of post-communism*, 64(3-4), 128-140.
- Brady, A. M., & Wang, J. (2009). China's strengthened new order and the role of propaganda. *Journal of Contemporary China*, 18(62), 767-788.
- Brown, K. (2012). The Communist Party of China and ideology. *China: An International Journal*, 10(2), 52-68.
- Brown, K., & Bērziņa-Čerenkova, U. A. (2018). Ideology in the era of Xi Jinping. *Journal of Chinese Political Science*, 23(3), 323-339.
- Creemers, R. (2017). Cyber China: Upgrading propaganda, public opinion work and social management for the twenty-first century. *Journal of Contemporary China*, 26(103), 85-100.
- Dai, J. H. (1997). Imagined nostalgia. *Boundary 2*, 24(3), 143-161.
- Debord, G. (1994). *The society of the spectacle*. New York: Zone Books.
- Dickson, B. J. (2003). *Red capitalists in China: The party, private entrepreneurs, and the prospects for political change*. New York: Cambridge University Press.
- Dickson, B. J. (2008). *Wealth into power: The Communist Party's embrace of China's private sector*. New York: Cambridge University Press.
- Dickson, B. J. (2010). Dilemmas of party adaptation: The CCP's strategies for survival. In P. H. Gries & S. Rosen (Eds.), *Chinese politics: State, society and the market* (pp. 22-40). London: Routledge.
- Ding, Y. (2002). *Chinese democracy after Tiananmen*. New York: Columbia University Press.
- Fewsmith, J. (2003). Studying the three represents. *China Leadership*

Monitor, 8, 1-11.

- Gilley, B. (2004). *China's democratic future: How it will happen and where it will lead*. New York: Columbia University Press.
- Gilley, B., & Holbig, H. (2010). Reclaiming legitimacy in China. *Politics & Policy*, 38(3), 395-422.
- Goldman, M. (2005). *From comrade to citizen: The struggle for political rights in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gow, M. (2017). The core socialist values of the Chinese dream: Towards a Chinese integral state. *Critical Asian Studies*, 49(1), 92-116.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks of Antonio Gramsci*. New York: International Publishers.
- Han, R. (2018). *Contesting cyberspace in China: Online expression and authoritarian resilience*. New York: Columbia University Press.
- Heilmann, S. (2016). Leninism upgraded: Xi Jinping's authoritarian innovations. *China Economic Quarterly*, 20(4), 15-22.
- Heilmann, S., & Perry, E. J. (2011). *Mao's invisible hand: The political foundations of adaptive governance in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Holbig, H. (2009). Ideological reform and political legitimacy in China. In T. Heberer & G. Schubert (Eds.), *Regime legitimacy in contemporary China: Institutional change and stability* (pp. 13-34). London: Routledge.
- Holbig, H. (2011). International dimensions of legitimacy: Reflections on Western theories and the Chinese experience. *Journal of Chinese Political Science*, 16(2), 161-181.
- Holbig, H. (2013). Ideology after the end of ideology. China and the quest for autocratic legitimation. *Democratization*, 20(1), 61-81.
- Holbig, H. (2018). Whose New Normal? Framing the economic slowdown under Xi Jinping. *Journal of Chinese Political Science*, 23(3), 341-363.
- Hutcheon, L. (2000). Irony, nostalgia, and the postmodern. *Studies in Comparative Literature*, 30, 189-207.
- Klimeš, O., & Marinelli, M. (2018). Introduction: Ideology, propaganda, and political discourse in the Xi Jinping era. *Journal of Chinese Political Science*, 23(3), 313-322.
- Lagerkvist, J. (2008). Internet ideotainment in the PRC: National responses to cultural globalization. *Journal of Contemporary China*, 17(54),

121-140.

- Lieber, A. (2013). The Chinese ideology: Reconciling the politics with the economics of contemporary reform. *Journal of Chinese Politics Science*, 18(4), 335-353.
- Link, P. (2013). *An anatomy of Chinese: Rhythm, metaphor and politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- MacKinnon, R. (2011). China's "networked authoritarianism". *Journal of Democracy*, 2(2), 32-46.
- Marx, K., Engels, F., & Arthur, C. J. (1974). *The German ideology*. London: Lawrence & Wishart.
- Nathan, A. J. J. (2003). Authoritarian resilience. *Journal of Democracy*, 14(1), 6-17.
- Nie, H. (2013). Gaming, nationalism, and ideological work in contemporary China: Online games based on the War of Resistance against Japan. *Journal of Contemporary China*, 22(81), 499-517.
- O'Brien, K., & Li, L. (2006). *Rightful resistance in rural China*. New York: Cambridge University Press.
- Ogden, S. (2002). *Inklings of democracy in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Perry, E. J. (2015). The populist dream of Chinese democracy. *Journal of Asian Studies*, 74(4), 903-915.
- Pieke, F. N. (2012). The Communist Party and social management in China. *China Information*, 26, 149-165.
- Reilly, J. (2012). *Strong society, smart state: The rise of public opinion in China's Japan policy*. New York: Columbia University Press.
- Sandby-Thomas, P. (2011). *Legitimizing the Chinese Communist Party since Tiananmen: A critical analysis of the stability discourse*. Oxford, UK: Routledge.
- Sausmikat, N. (2006). More legitimacy for one-party rule? The CCP's ideological adjustments and infra-party reforms? *Asien*, 99, 70-91.
- Shambaugh, D. (2008). *China's Communist Party: Atrophy and adaptation*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Shambaugh, D. (2016). *China's future*. Cambridge, UK & Malden, MA: Polity Press.
- Shih, V. (2008). 'Nauseating' displays of loyalty: Monitoring the factional bargain through ideological campaigns in China. *The Journal of Politics*, 70(4), 1177-1192.

- Shirk, L. S. (2007). *China: Fragile superpower: How China's internal politics could derail its peaceful rise*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Shirk, L. S. (2018). China in Xi's "new era": The return to personalistic rule. *Journal of Democracy*, 19(2), 22-36.
- Su, X. (2011). Revolution and reform: The role of ideology and hegemony in Chinese politics. *Journal of Contemporary China*, 20(69), 307-326.
- Trevaskes, S. (2018). A law unto itself: Chinese Communist Party leadership and yifa zhiguo in the Xi era. *Modern China*, 44(4), 347-373.
- Tsai, K. S. (2007). *Capitalism without democracy: The private sector in contemporary China*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Tsai, L. L. (2007). *Accountability without democracy: Solidary groups and public goods provision in rural China*. New York: Cambridge University Press.
- Wang, J. (2017). Representations of the Chinese Communist Party's political ideologies in President Xi Jinping's discourse. *Discourse & Society*, 28(4), 413-435.
- Whyte, M. (2010). *Myth of the social volcano: Perceptions of inequality and distributive justice in contemporary China*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Yang, G. (2009). *The power of the Internet in China: Citizen activism online*. New York: Columbia University Press.
- Yang, G. (2014). The return of ideology and the future of Chinese internet policy. *Critical Studies in Media Communication*, 31(2), 109-113.
- Yang, P., & Tang, L. (2018). "Positive energy": Hegemonic intervention and online media discourse in China's Xi Jinping era. *China: An International Journal*, 16(1), 1-22.
- Zhao, S. (2016). The ideological campaign in Xi's China rebuilding regime legitimacy. *Asian Survey*, 56(6), 1168-1193.
- Zhao, Y. Z. (1998). *Media, market, and democracy in China: Between the party line and the bottom line*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Zheng, Y., & Lye, L. (2003). Elite politics and the fourth generation of Chinese leadership. *Journal of Chinese Political Science*, 8(1&2), 65-86.

Ideotainment: The Duet of Politics and Popular Culture Under the Xi Jinping Regime

Yu-Hui Tai*

Abstract

The 40th anniversary of the Chinese Communist Party (CCP)'s Reform and Opening Policy occurred in 2018. The market economy has not pushed the CCP into democratization, and the one-party dictatorship system has remained. The ideology of the CCP has become the focus of scholars attempting to understand its ability to govern. This study analyzes the ideological policy of Xi Jinping's regime, which places strong emphasis on the role of ideology and the "Chinese Dream" as the core of political thought. The research results indicate that the CCP has adopted the strategy of ideotainment, in which it combines ideology with the elements and platforms of popular culture, to achieve a presence in online entertainment and the daily life of young Chinese. With monopoly control of market access, the CCP co-opts numerous subjects into its ideological work, including market-oriented party media, semiofficial units, and private capital firms. Through variety shows and youth idols, the audience feels the call of the Chinese Dream and patriotism within a relaxed and entertaining atmosphere.

Keywords: propaganda, popular culture, entertainment, idol, ideology, patriotism

* Yu-Hui Tai is Assistant Professor at the Department of Communication & Technology, National Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan.