

社会心态的成熟和技术手段的革新,诞生出崭新报道方式,推动江湖与庙堂的互动

一次次新闻宣传模式的突破,一步步推动高层政治的透明化

从“小平你好”到“学习粉丝团”

高层祛魅30年

本报记者 石念军 实习生 乔旋

1 “学习粉丝团”的突破

法定范围内言论自由空间,没有人说不能做

“学习粉丝团”的蹿红得益于中共中央总书记习近平的南巡之行。

“它准确地报道着习近平在广州的考察路线,有时甚至比正规媒体还要抢先一步。此外,它还罕见地登出习近平及其家庭的早期合影。”有媒体观察说。尽管隐藏幕后的博主格外低调,这个2012年11月21日注册上线的草根微博,在40多天里赢得超过5.6万粉丝关注。

截至1月6日零点,“学习粉丝团”共发布微博182条,其中绝大多数内容都与习近平直接相关。在一些微博中,博主将习近平亲切地称呼为“平平”,这让中山大学传播设计学院副院长张志安立马想到了“什锦八宝饭”。后者是粉丝们对胡锦涛、温家宝的昵称。

“什锦八宝饭”们活跃在各大论坛,还在百度贴吧成立了“什锦八宝饭吧”、“什锦饭吧”、“八宝饭吧”,西祠也设有专门的“美味什锦八宝饭”讨论版。天涯论坛上的“什锦八宝饭”热帖,更在短短两月内赢得80万点击量和1万多回帖。

2008年9月4日,人民网“特别制作”的“什锦八宝FANS圈”页面正式上线,这在某种程度上意味着领导人的粉丝群体获得官方的认同。

“学习粉丝团”的博主同样表示,“我可以做自己喜欢的事情,这说明是一种进步。”尽管这些举动也曾让她被指为“五毛”,但“没有人说不能做”。基于法定范围内的言论自由空间,她得以利用微博搭建自我表达渠道,“我是总书记的崇拜者。我喜欢他,支持他。”

这位号称“月光族”的博主说,自己只是西安一名普通打工者,纯属出于个人兴趣注册这一微博。对于那些被一些人认为难得一见的信息内容和影像资料的来源,她否认存在特别渠道,而是个人检索获得。诚如她所言,网络的普及应用为获得信息提供了便利,“只要一个人愿意去做”。社会心态的成熟和技术手段的革新为草根深入领导人的信息和形象再塑造提供了可能。

4 高层政治透明化

草根追星方式

铺就互动交流快轨

“学习粉丝团”以草根追星方式传播领导人信息的尝试,或许正在开启一个崭新的报道时代。

2012年12月底,李克强九江调研之际,财经网官方微博尝试动态发布李克强强调系列报道,同样引起广泛关注。随后,新华社、人民日报两家中央级媒体官方微博的加入,则有望让此举常态化运用。

以即时性和几何形传播效率为代表的新型报道模式,无疑将为推动民众与国家领导人的互动交流铺就快轨。

深圳卫视在习近平南巡之后刊发的视频剪辑,则在某种程度上继承了20年前深圳特区刊发《东方风来满眼春——邓小平深圳视察纪实》的创新传统,为领导人的形象塑造提供了多种视角。

新任领导人时代色彩浓郁的个性化表现,已经引起各方关注。新华社系列特稿播发后,新华社老记者朱玉在微博“吐槽”：“各位媒体朋友,求你们了,我真的不知道新华社七篇特稿出台的背景。别问我了,今天一天我的手机都是热的。”

相对而言,李鹏、李瑞环、李岚清、钱其琛和朱镕基等前国家领导人,在近十年来先后出版个人著作,在展示高层领导人学识与情怀的同时,也有有效缩短了相关历史文献的解密周期,被视为高层决策政治透明化的有益突破。新华社本次系列特稿对新任中共最高领导层相关信息的详尽披露,则在“个人执政行为透明化”层面更进一步。

如中国人民大学教授喻国明言,熟悉是信任的基础。在王岐山跻身国家领导层之际,温州市方兴担保公司董事长方培林,格外珍惜27年前与时任国务院农村发展研究中心处长王岐山的邂逅。

当时,方培林创办了中国历史上的第一家私人钱庄。王岐山听说温州有个私人钱庄,专门前往一探究竟。次年,二人又在京探讨农村金融改革。一晃经年,在2012年12月与本报记者抚今忆昔,方培林曾记得王岐山对他说:“你是下乡知青,我也是下乡知青,你在黑龙江插队,我在延安插队。革命先辈为了人民的幸福抛头颅洒热血,我们这一代人碰上改革开放,你就大胆去干!”

媒介研究理论认为,领导人媒介形象有三个作用:有效的沟通,积极的动员,显著的示范作用。时隔27年,方培林由衷地赞许那份情怀就像回忆一位长兄的鼓励,显然,他在心间而不在神坛。领导人由神坛走向民间为政风清明推开一扇窗。

2 鲜明的时代特征

普通人通过信息碎片,整合、再塑领导人形象

领导人粉丝团在西方一些国家并不是什么新鲜事物。在国内,这一趋势随着政治文明和媒介的发展而发展。

相比前几代领导人,习近平不仅曾在中央电视台的经济大讲堂做演讲,而且曾在《浙江日报》常年写作专栏。刘云山曾经担任记者。这一代领导人的媒体意识与沟通意识具有鲜明的时代感。

“小平您好”在1984年国庆游行队伍中甫一亮相,就被引为经典瞬间。彼时,个人崇拜与领导人威严的认识还没有被时间冲刷干净,“小平您好”这一含有强烈平等意识和亲切感的表达,使领导人的形象更加丰富与亲切。

1984年的国内社会,媒体发展有限,人们习惯从报纸的字里行间或广播播报中获得领导人信息,标语这类媒介则是民众表达感情为数不多的选择。

进入上个世纪90年代,电视机开始走进千家万户,研究者们视1992年为分水岭:国家领导人在电视上的曝光率逐渐增加,其形象从扁平符号逐渐变得立体可感。

网络缩小了距离感。当电脑在新世纪迅

速普及,人们可以对领导人发表自己的看法,与他人共同讨论。而领导人的信息等也可以通过网络手段较为容易获得。领导人亦可以通过网络了解到来自民间的声音,譬如胡锦涛、温家宝都曾做客人民网与网友互动。更直接的互动带来更高效的沟通。

网络获知信息的便捷性和沟通的即时性,让普通民众有机会通过碎片化信息的整合,成为领导人形象的再塑造者。

2006年1月30日,网友“老旗”在大众网发表《温总理相隔10年后山东农村,还穿着那件冬装!》博文,以新华社记者拍摄的两张新闻照片为证,用200余字描述了温总理在1995年和2005年两次来到山东农村穿着同一件羽绒服的故事,短短几天内被转载数十万次,成为这种碎片化信息整合与再造的经典之作。

当然,正如张志安评价“学习粉丝团”——“笔法专业娴熟,信息独家快捷,视角人性亲和,栏目规划合理,图文搭配得当”,自媒体时代民众素养的提升为这种互动的高效率提供了基础。

3 来自领导层的努力

隐身于普通百姓之中,才是民众认可的领导人

根据上海市委政治文明办公室研究员秦德君的论述,社会公众对领导人形象的公共期待大体有三条:崇高期待,才资期待和平民期待。政治学理论也认为,神化权威并不能真正捍卫领导人权威,当政治领袖具有平民性和亲密气质时,才会得到普通民众的更多拥戴。

显然,新华社本次系列特稿不仅展示了领导人的努力,更显示了政治文明的进步。

早在新华社播发系列特稿的4年之前,中共高层已经尝试用另一种方式展现政治祛魅的积极作为。2008年北京奥运会期间,胡锦涛等党和国家领导人先后出现在11场次的奥运赛场,以普通观众的身份观看比赛。

“如果时间退回到30年前,国家主席来到赛场,全场上下所有目光都会集中到主席台上,别说观众无心看比赛,就是运动员,也会不时地向主席台上看几眼,所有人的眼睛里,肯定都饱含着激动的眼泪。”中国人民大学张鸣评价,“能隐身于普通百姓之中的领导人,才是民众认可的领导人。”

有报道评论习近平,“他像一个普通的中国人一样,免去了不必要的盛大仪式,乘坐厢式客车,没有大量随从,步行穿过街道的十字路口。他享受着普通的乐趣,比如踢足球。”

事实上,2003年3月,新一届中央政府成

立后,中央政治局《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的意见》,规定“可由新闻媒体自行审定的稿件,尽量由新闻媒体自主报道”,已经赋予媒体报道权利。

央视新闻中心主任王建生发现,正是从当年开始,《新闻联播》经常播放一些领导人下基层的时政报道。2004年中国广播电视新闻奖一等奖作品《胡锦涛在河北考察工作》里,胡锦涛与张家口受灾村民一同包饺子,拉家常时,娴熟地拿起擀面棍和一个面墩很快就擀出一张饺子皮,一个精致的饺子马上出现在他手上;《新闻联播》2006年11月24日播出的《胡锦涛与巴基斯坦七青年共唱打靶归来》里,胡锦涛主动提议,一边指挥一起歌唱,友好,开放又多才多艺。

2002年11月15日胡锦涛当选为新一届中共中央总书记,《南方周末》随后刊发报道《他们眼中的胡锦涛》,“试图从胡锦涛乡邻、亲友和儿时同学、老师的回忆中,大致描绘出这位新任中共中央总书记成长中的一些片段”。2003年朱镕基卸任之时,《南方周末》则用24个版30篇文章回溯其执政生涯,规格之高堪称史无前例。

领导人与媒体人的合力互动,共同创造出这些让人铭记的时刻。

新华社中国新闻社:【谁说不好,习总,有空来啊】深圳网友@陆正明:巧遇习总书记车队,警用摩托有闪光灯,大巴车窗透明,透明玻璃,车速约60公里小时,深南大道交通正常,仅见一辆清障车,看来,风气真变了,看来,不好说也没什么大不了的! 致敬! 习总有空来啊~



新华社中国新闻社微博截图

2012年的最后一周,新华社连续三天播发中共中央总书记习近平、中共中央政治局常委李克强及其他五名常委的人物特稿,披露他们的既往从政经历、为政风格、个人业余爱好以及家庭成员姓名,同时播发工作旧照。

这是数十年来,中国官方通讯社首次如此详细介绍中央最高领导人的出身经历与家庭信息。其中,尤以习近平父亲习仲勋、母亲齐心、妻子彭丽媛的工作情况,其女习明泽的名字等信息的公开披露,最为引人注目。

以新闻传播史的史学视野研判,中国人民大学新闻学院喻国明评价:“这是一次有意义的突破。”

“有意义的突破”显然不限于此。以草根追星方式实时直播习近平南巡历程微博ID——“学习粉丝团”,上线短短40天就吸引了5万多名粉丝关注。这个将习近平称为“平平”的微博,以几乎全部与习近平有关的微博内容努力搭建起“喜欢、支持习的家园”,恍若27年前北大学生在国庆游行中打出标语:“小平你好”。

这是社会生态长足发展的30年,也是高层政治持续祛魅的30年。正如港媒《大公报》评价,“学习粉丝团”的出现,体现了新一代领导人的亲民作风已经取得显著成果。