

評論 大陸 深度

從「祖國母親」到「中國爸爸」：國家主義的形象，是如何在家庭隱喻中演變的？

「我們都說祖國媽媽，那祖國爸爸去哪了？」「有人說祖國爸爸去買禮物了，有人說祖國爸爸扛槍保衛祖國媽媽了！」



2021年12月16日，中國北京的中國共產黨博物館，一位參觀者觀看一幅描繪中國國家主席習近平和孩子們的畫作。攝：Andrea Verdelli/Getty Images

最近幾年裏經常瀏覽微博或小紅書一類社交平台的讀者們，對「祖國爸爸」或「中國爸爸」這樣的提法應該並不陌生。將中國稱為「爸爸」的做法開始流行於2016年前後，在某種意義上象徵了近年中逐漸形成的一種新興的國家-家庭想象。而自20世紀以來，關於中國國家的想象，一直是通過另一種家庭隱喻傳達的，那就是「祖國母親」。作為一種不區分名詞陰陽性的語言，中文裏對國家的形象所添加的性別修飾，能夠幫我們解讀人們如何理解國家在自己生活中的地位，以及人民又在國家「大家庭」中扮演什麼樣的角色。

近日，來自波士頓大學和倫敦政治經濟學院的兩位學者在《民族與民族主義》（Nations and Nationalism）學刊上發表了一篇論文，討論中國民族主義話語中的性別想象。文章試圖分析，「祖國爸爸」這一新興的網絡用語的隱形（或者不那麼隱形的）含義：人們對國家、以及國家與社會之間的關係有了哪些新的理解？這些新的理解是在什麼樣的背景下形成的？它與傳統的「祖國母親」敘事之間有什麼聯繫？經作者授權，端傳媒將該文章編譯為中文，希望能讓更多中文語境下的讀者參與到關於這些問題的討論中來。

祖國母親：全球共享的受害者敘事

在這種敘事中，被男性化了的公民們被「祖國母親正在受難」的號召所鼓舞，而這個母親本身卻不具有革命的主體性。

「民族國家」是一個來自歐洲的概念，自1648年的威斯特伐利亞條約後逐漸成為西歐各國的通用外交模式，並隨後通過殖民主義傳播到第三世界。然而對於二十世紀前半葉的第三世界而言，「民族國家」作為一個外來的概念，並不能無縫接入當地人民的理解之中（甚至對於歐洲國家的人們也是一樣）。在這樣的情況下，家庭的隱喻提供了人們理解民族國家這一新秩序的橋樑。它提供了一個共同血緣的神話，而這種「血脈相連」的想象給民族國家提供了合法性的來源。更重要的是，通過將新的民族國家比作一個「大家庭」，這種比喻隱含設定了家庭中的角色、責任和等級。

正如現實中的家庭一樣，這種等級劃分在兩個座標軸上進行：男人和女人，成人和孩子。在各個國家，關於民族國家的家庭比喻取材自既有的性別文化，來建構人們對國家的理解。它們往往建立在一種共通的性別刻板印象的基礎上：男性氣質被理解為主動的、尚武的，女性氣質則被理解為被動的、柔弱的。「祖國母親」（motherland）正是這種建構的產物。在各地文化中，比喻意義上的「母親」崇拜往往與種族的多產和純潔同時聯繫在一起。大革命時期的法國是最早將國家比作母親的例子之一。當戴着紅色桂冠的「自由女神」瑪麗安娜出現在群眾遊行中時，這一形象就成為了法蘭西民族的人格化象徵。



2019年4月20日，在巴黎舉行的黃色背心示威期間，一架警用直升機飛過巴黎共和廣場（Place de la République）上的瑪麗安娜雕像。攝：Michel Euler/AP/達志影像

但同時，這一象徵物時常處在一個被動被詢喚的地位，一個脆弱的、被侮辱甚至被奴役的女性，等待着公民們的拯救。在這種敘事中，被男性化了的公民們（其中也包括女性公民和革命者）被「祖國母親正在受難」（The motherland is in danger）的號召所鼓舞，而這個母親本身卻不具有革命的主體性。於是，在大革命的後期，女神在革命中的代表形象似乎是理所當然地被更能象徵戰鬥精神的巨人赫拉克勒斯所取代。

如果說法國大革命中的瑪麗安娜是「祖國母親」的最初範本，更能體現這一敘事特點的則是第三世界後殖民國家的民族主義敘事。女性的身體往往被各種神話體系用於象徵純潔，而在後殖民的民族主義敘事中，保護「祖國母親」的純潔性、使之免受殖民者的玷污，成為了動員民族主義和反殖民獨立運動的有效手段。一位研究伊朗民族主義的學者概括道：「脆弱、痛苦、飽受折磨的母親形象，是愛國者們渴望拯救、保護和擁有的。」

不難理解的是，在很多情況下，一個脆弱而需要拯救和保護的「祖國母親」伴隨着一個象徵國家權力的「父親」形象，而這個父親則由國家權力的執行者來扮演。斯大林的「慈父」形象只有在「祖國母親在召喚」的衛國戰爭中才閃現最耀眼的光芒；而在哈菲茲·阿薩德（Hafez al-Assad）治下的敘利亞，表示伊斯

蘭社群的「烏瑪」（umman）一詞可以同時具有陰陽兩種詞性。其中，違反正常語法的陰性「烏瑪」往往被用於將國家描述為一個被侵犯的女性形象，尤其是用來指涉被以色列佔領的領土。而在這些敘事中，一個強壯的父親形象——也就是哈菲茲·阿薩德總統，總會被召喚來作為國家的救星和守護者。

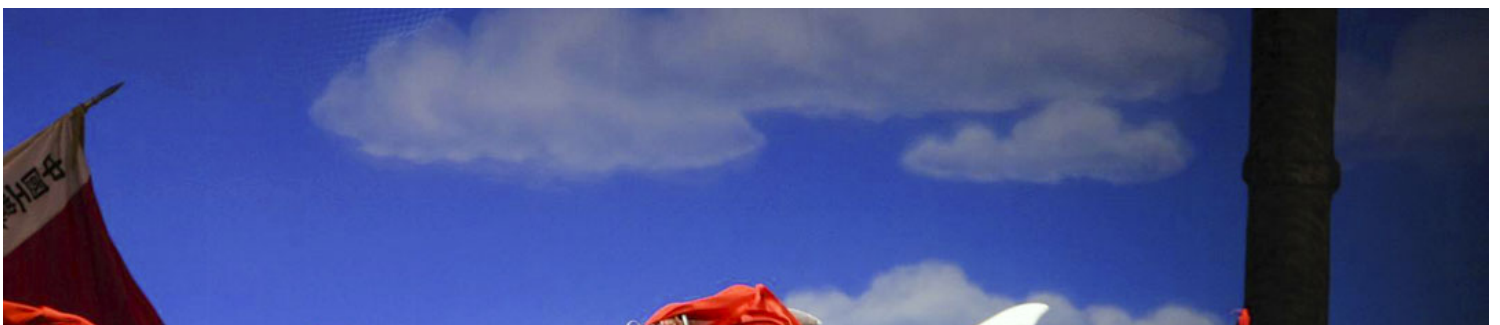
「祖國母親」在中國的緣起與沿革

「拯救母親」的潛台詞其實是「佔有母親」。

而當民族國家的概念通過西方傳入中國時，面對強勢的西方列強與孱弱中國的鮮明對比，中國的民族主義者幾乎是立刻就給剛剛形成的「祖國」概念賦予了一個「母親」的形象。這其中的代表作是紅軍領袖方誌敏在獄中寫作的、後來被收入中國大陸語文課本的《可愛的中國》。在文中，方誌敏將中國比作天生麗質、卻被欺凌而淪落的女性：「啊！我們的母親太可憐了，一個天生的麗人，現在卻變成叫化的婆子！站在歐洲、美洲各位華貴的太太面前，固然是深愧不如，就是站在那日本小姑娘面前，也自慚形穢得很呢！」他由此號召國民將祖國母親從列強手中拯救出來：「難道他們（中國人）不想將母親從敵人手裏救出來，把母親也裝飾起來，成為世界上一個最出色、最美麗、最令人尊敬的母親嗎？」

相比於一種弗洛伊德式的想象，關於祖國母親的比喻中更重要的是一種具體的權力和佔有關係。在傳統的家長制家庭中，女性的貞操不屬於女性本身，而是家族共有的財產，它保證了男性成員能夠通過女性生育自己的（而不是別人的）後代。因此，一旦遭到強姦，受到侵犯的不僅是女性本人。更重要的是，家族和男性家長的財產和權力將受到威脅。在這樣的語境下，對「祖國母親」的強姦同樣也是對國內佔社會主導地位的男性的象徵性挑戰。本文作者概括說，「拯救母親」的潛台詞其實是「佔有母親」。

在中國，正如在其他國家一樣，「母親」在民族主義中作為一個純潔卻受到玷污的、脆弱而亟需拯救的女性化形象出現。而在圍繞「祖國母親」的話語的另一頭，是被賦予了男性氣質的國民，他們為將祖國母親從國外勢力手中解救出來而奮起反抗。值得注意的是，被動員的國民不一定是男性，但他們都被賦予了一種勇武的男性「氣質」。在共產主義革命時期和隨後的毛時代，這種激進的男性氣質體現為對女性的「去性別化」，讓女性一同加入革命、參與鬥爭。





2006年10月22日，台上表演 1964 年首演的中國芭蕾舞劇《紅色娘子軍》。它在西方最為人所知的是1972年2月為美國總統尼克遜訪華時演出。攝：Pictures From History/Universal Images Group via Getty Images

但需要注意的是，對女性的去性別化並不意味着性別階序被消除。而在階序的最頂端，是一個男性化的政黨。在與這個男性化政黨的對比中，國民仍然是從屬的，因此在某種意義上帶有了一種「女性氣質」。這種性別辯證關係的最典型例子，正是毛時代的樣板戲。在《紅色娘子軍》中，女主角吳瓊花是一個覺醒中的女性形象，她不願成為封建禮教的犧牲品，決心走上革命道路。然而吳瓊花的角色時常表現出對革命大局的不理解，並缺乏紀律性，她被自己的私人仇恨支配，在偵察任務中違反紀律打傷地主南霸天。這時，革命女性就需要被一個更為高大的男性角色引導、啟蒙、規訓，這就是黨代表洪常青的角色，他最終帶領吳瓊花成為一個有大局觀、有黨性的合格戰士。在很多其他這一時期的影視劇，比如《白毛女》、《青春之歌》等作品中，類似的性別階序也都有體現：男主角象徵黨組織，不僅英勇無畏並且具有理性；而女主角代表剛剛覺醒的群眾，雖然不滿於舊社會，卻思想不成熟、缺乏組織紀律，需要男主角的教育和指引。

然而，摧殘「祖國母親」的不僅僅是文革創傷，外國勢力仍然在祖國母親的話語中佔據重要的地位。

毛時代對女性的去性別化隨着改革開放的到來而結束，隨之而來的是社會對「女性氣質」的重新強調。一方面，新的市場經濟則時常要去女性回歸核心家庭，成為職場男性的「賢內助」；另一方面，作為對毛時代的一種反抗，被打壓的女性氣質與被摧殘的人文精神被聯繫到一起。在八十年代的文藝作品，尤其是「傷痕文學」中，被摧殘的女性角色成為了時代精神的新體現。作品中的男性人物往往懷揣着對失去家庭地位和社會地位的傷痛，訴說被毛時代強大的父權制國家所「女性化」甚至「去勢」的遭遇。而這樣的傷痛往往隨着文革結束、男主角遇上一位「溫柔的少女」撫平創傷、振作他的男性精神而結尾。

這種時代精神的另一面則在於，隨着中國對世界重新開放，面對與美日等發達國家的巨大差距，人們意識到「祖國母親」重新又成為了方誌敏筆下那個被世界凌辱的脆弱女性。這種意識的代表作是舒婷（也入選了中學語文課本）的著名詩歌《祖國啊，我親愛的祖國》。詩的最後一節寫道，「你以傷痕累累的乳房 餵養了 迷惘的我、深思的我、沸騰的我；那就從我的血肉之軀上 去取得 你的富饒、你的榮光、你的自由；—— 祖國啊，我親愛的祖國！」作為一名下鄉知青，作者舒婷將自己在文革中受到的苦難與她對一位愛自己子民的「祖國母親」的嚮往和關切結合在一起。「拯救受傷的母親」的母題再次浮現。

然而，摧殘「祖國母親」的不僅僅是文革創傷，外國勢力仍然在祖國母親的話語中佔據重要的地位。尤其是在1989年後，迫切需要抑制自由主義意識形態的黨和政府發起了以「國恥」敘事為基礎的愛國主義教育運動，被西方玷污和損害的母親形象，此前在毛時代的勝利主義敘事中被拋棄，此時又重新被搬上台面。而保護祖國母親的迫切感不僅來自歷史，也來自隨時發生、隨時宣傳的政治事件：貝爾格萊德使館被炸、南海撞機、釣魚島問題，接踵而至的民族主義話語強化了「百年國恥」與當代生活之間的關聯。

中共推動國恥教育的目的，在於讓執政者自己在話語中被宣傳為祖國母親的保護者和救星，類似於前面提到的敘利亞老阿薩德政府。然而矛盾在於，「拯救祖國母親」的敘事意在調動民衆男性化的民族主義情緒，「母親」的脆弱意味着「兒子」們必須行動起來。但民衆自發的行動對於作為大家長的中共而言卻是危險的。

另一方面，如果要利用「國恥」的緊迫感動員民族主義的支持，「國恥」需要一直延宕，祖國母親所受的玷污不能停止。但這中延宕卻意味着父權大家長的無能。於是，在90年代，草根民族主義崛起，諸如《中國可以說不》、《中國不高興》一類的民族主義書籍不僅表達了對西方國家的不滿，並且將矛頭指向中共政府。在這些書中，對激進尚武的男性氣質的渴望溢於言表。

新時代的新男性氣質與國家

經濟權力與政治權力的關聯被人們合理化為了一種新的社會範式：經濟領域的成功被視為男性氣質的體現，而男性氣質的擁有者理所當然應該握有權力。

改革開放之後的時期裏，社會對男性氣質和女性氣質的關注同時上升。但這種關注的另一個層面是，男性氣質和女性氣質的含義也在發生變化。隨着文革結束後對社會主義烏托邦的祛魅，而對六四事件的鎮壓又熄滅了政治參與的可能，中國人的自我認同逐漸與新形成的市場和經濟分層聯繫在一起。而在改革後的中國，雖然在市場中成功的女性企業家同樣存在，但無論男女，在市場經濟的「事業」中都必須表現出一種

男性氣質。典型的社交活動，以喝大酒和唱卡拉OK為代表，正是這種男性氣質的表現。而反過來，經濟上的成功成為了衡量男性氣質的標準。在八九十年代，「大款」成為新的男性榜樣，而「傍大款」則被理解為女性獲得高質量生活的快捷途徑。這種新興的拜金主義和消費主義並不完全是「去政治化」的，因為無疑有很多人認識到，經濟上的成功能夠帶來政治權力和政治關係，從而讓政治為「大款」服務。

這種經濟權力與政治權力的關聯被人們合理化為了一種新的社會範式：經濟領域的成功被視為男性氣質的體現，而男性氣質的擁有者理所當然應該握有權力。這種範式在2000年代之後被繼續發揚。TVB電視劇《讀心神探》中的台詞「對不起，有錢是真的能為所欲為的」（Sorry，有錢真系大晒）成為家喻戶曉的表情包，讓這部本來在大陸沒什麼知名度的電視劇爆紅網絡。2014年，當馬雲在微博上發布了第一條微博後，評論區蜂擁而至的粉絲稱其為「馬爸爸」。成為「爸爸」意味着馬雲作為中國消費者的主要貨品供應者，有權力主宰消費者的生活（而消費被建構為一種女性氣質的日常行為）。儘管網民們的語氣是玩笑的，但這種表達仍然毫無疑問地帶有消費主義時代對資本的男性權力的拜物教意味。



2008年8月19日，北京2008年奧運會，觀眾在觀看女子沙灘排球賽時歡呼。攝：Carlos Barria /Reuters/達志影像

在這樣的背景下，中國的經濟成功成為民族主義的一個主要來源，併成為民眾所尋求的男性氣質的一個發泄出口，也就不足為奇了。2008年一般被認為是中國民族主義由國恥敘事逐步轉向崛起敘事的關鍵節點。在這一年，北京奧運會成功舉辦激發了中國人的愛國熱情，而其火炬傳遞過程中發生的關於西藏人權問題

的抗議，被民族主義者視為西方對中國敵意的又一「鐵證」。同時，在國際金融危機中，中國所受的衝擊相對較小，這在民族主義者中激起了一種新的自信，即認為中國市場巨大的消費力是維持世界經濟正常運轉必不可少的支柱，甚至是阻止世界經濟崩塌的首要原因。

在民衆對中國經濟影響力的信心暴增、宣傳系統積極為崛起敘事煽風點火的背景下，中國的民族主義者接受了這樣一種認識，即中國可以動用自己的經濟權力懲罰對其不順從的國家。這種聲音在2016年前後的南海爭端中首先有所體現，也正是在這一時刻，「中國爸爸」這一詞彙首次在網絡上流行起來。其時，大量網民呼籲抵制菲律賓進口的水果，認為如果中國不進口菲律賓的芒果，菲律賓經濟將大受打擊，並乞求「中國爸爸」重新購買自己的產品。

對中國作為「爸爸」的雄性想象在2019年香港反修例抗議時期達到了高潮，「只要大陸停止對香港的水電供應，香港人就會知道「誰才是真正的爸爸」。

對中國作為「爸爸」的雄性想象在2019年香港反修例抗議時期達到了高潮。本着與抵制菲律賓水果類似的邏輯，支持北京的大陸網民認為，大陸是香港經濟上的供養者，有權要求香港的服從與感激。「對香港斷水斷電」成為大陸網民中流行的話題，不少支持該方案的微博和微信賬戶聲稱，只要大陸停止對香港的水電供應，香港人就會知道「誰才是真正的爸爸」。而官媒自信地擁抱了這種雄性想象。在一篇由共青團中央首發、經《人民日報》和其他主要官媒轉載的關於「飯圈出征」的文章中，這位官方的作者將中國同時稱為「阿中哥哥」和「慈父」，而將香港比作一個不聽話的孩子，並威脅如果香港繼續抗議，就要「棍棒底下出孝子」。

將中國比作「爸爸」的自信，不僅來自於中國上升的總體國力，而更主要的是來自於對中國作為全球最大供應商和最大消費市場的自信力。從某種意義上而言，這種「爸爸」的比喻與將馬雲稱為「爸爸」的比喻異曲同工：正如全國消費者需要依賴馬雲的經濟權力，全球都需要依賴中國的經濟權力。這種邏輯在關於中國節假日消費奇觀的報道中格外顯眼，尤其是在關於國慶節期間消費熱潮的報導中，各類自媒體採用誇張的、譁眾取寵的用語，比如「今天祖國爸爸過生日，結果全世界都跑過來抱大腿了」、「祖國爸爸一慶生，全世界的商場都坐不住了」，試圖激發讀者的民族主義自豪感而帶來流量。

因此，關於「中國爸爸」的想象，不是單純的父權，時常也是對於在現實主義和物質至上的世界中，一個散發着男性魅力的、並帶有些許暴力情趣的「金主」的想象，類似於網絡爽文中的「霸道總裁」形象。實際上，就在南海爭端時期，關於「中國爸爸」的話語首次流行時，就有不少主流自媒體將中國比作「霸道總裁」，並稱贊中國在外交事務中的「暴力」和「粗暴」。「看到祖國這麼流氓我就放心了」的表達也是這一時期產生的，而「流氓」這個充滿了雄性色彩的「讚語」也代表了這種國家想象中的性別色彩。

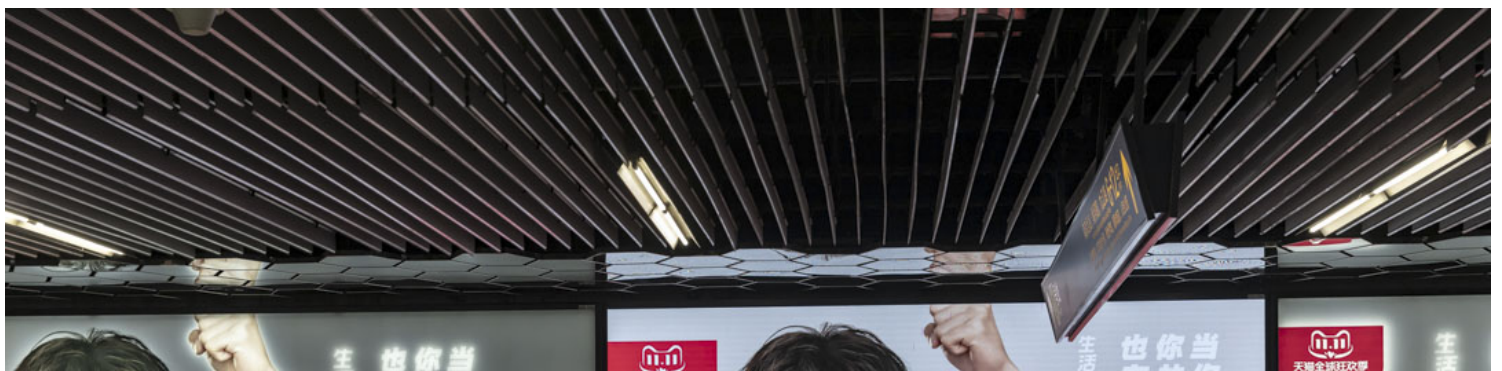
「我們的女兒」：被女性化的愛國者

隨着女性被要求「回歸家庭」，為了刺激市場購買力，商業廣告和官方宣傳紛紛將消費塑造成一種女性的「本能」。阿里巴巴的雙十一廣告中也頻繁出現對「敗家娘們」的宣傳。

自習近平任總書記以來，父權制的家庭價值觀始終是其推崇的「家風教育」中的重要部分。而「家風教育」之所以重要，不僅是因為家庭是教育的最基本單元，也不僅僅是為了凸顯習近平作為老革命家習仲勳之子的「紅色基因」合法性，更是因為「小家」的觀念很多時候是對「大家」（國家）的想象的基礎。在對父權制價值觀的宣傳中，中共也將自己塑造成了大家長，而其對中國人全面的控制則被塑造成盡職盡責的關心、照顧和引導。習近平本人就是這種宣傳的代表。作為「祖國爸爸」的具體化身，「習近平談家風」成為「家風教育」的最重要部分。

自2012年起，「習大大」和「彭麻麻」的暱稱就流行於網絡。或許因為直接稱呼「媽媽」實在露骨，網民將對彭麗媛的稱呼稍加諱飾稱為「麻麻」；而「大大」一詞帶有類似的模糊含義，在一些方言中可以作為「爸爸」的同義詞，但又因其在大部分北方方言中指年長的叔叔而並不顯得過於直接。這兩個暱稱直到最近幾年才不再被官方媒體提及，但仍在網絡上廣泛使用，「大大」也成為日常生活中對習的慣用稱呼。

而另一方面，父權制的话语努力將國民，包括此前曾熱衷於挑戰國家權威、尋求男性氣質表達的民族主義者，建構為依賴性的孩童。而這種建構同樣與消費主義的風潮密切相關。在文革後，由於頻繁的政治運動帶來的創傷，廣義上的政治參與也一起被污名化。而在89年後，中產階級退入私人的經濟領域，追求一種物質消費品豐富、同時又不被「政治」所打擾的理想生活。雖然這種「撤退」被很多學者理解為一種「去政治化」，但它實際上卻從另一個角度促進了國家主義的意識形態。在89年後，尤其是新世紀的宣傳中，「穩定」被建構為經濟發展和物質生活的前提，因此強大的警察國家就成了人們所追求的理想中產生活的守護者。





2022年11月10日，中國上海的一個地鐵站，阿里巴巴的天貓光棍節購物活動廣告。攝：Qilai Shen/Bloomberg via Getty Images

值得注意的是，在改革後的市場經濟時期，個人的消費被廣泛建構成一種女性氣質的行為。隨着女性被要求「回歸家庭」，為了刺激市場購買力，商業廣告和官方宣傳紛紛將消費塑造成一種女性的「本能」。在最近的網絡購物時代，阿里巴巴的雙十一廣告中也頻繁出現對「敗家娘們」的宣傳。儘管消費行為絕非女性專屬，類似的宣傳還是塑造了一系列區分：生產與消費、主動與被動、提供與接受、男性氣質與女性氣質，在新時代的話語中一一對應。

在流行話語將國家權力與男性氣質相聯繫的同時，中產階級從政治領域退出、進入消費領域的趨勢，就更加帶有了一種女性氣質的色彩。在2010年代，最能體現這種中產階級時代精神的話語，是所謂的「歲月靜好」。「歲月靜好」一詞原本出自張愛玲與胡蘭成的結婚誓詞，在近年中在大陸網絡上獲得了極大的熱度。一方面，「歲月靜好」中的「好」意味着富足的、有情調的物質生活。這集中展現在在朋友圈、小紅書、以及（對願意翻牆的人而言）instagram上的濾鏡照片裏：人們曬出插花、手衝咖啡、下午茶小蛋糕等等，這些消費活動不僅暗示着物質豐富，並且也體現出精緻的審美趣味。而另一方面，「好」的中產生活有賴於「靜」的政治生活，也就是說，要遠離政治參與，保持「穩定」。

國家宣傳抓住了這種依附性的女性氣質。在《人民日報》、新華社等官媒的微博中，以及各類自媒體公眾號中，「哪有什麼歲月靜好，只是有人替你負重前行」成為了廣為流傳的說法。在官媒中，這句話往往伴隨着警察或軍隊的視頻出現，這些視頻不僅僅表現了國家權力的強大，並且將這種權力表現為一種男性化的、家長式的保護。在宣傳外交部的「領事直通車」小程序時，官媒自豪地聲稱，「你走到哪兒，祖國爸爸就跟到哪兒」。

在這種宣傳裏，被建構為「女性氣質」的民族主義符合了各種中產階級消費

主義的標準形象：原子化的生活方式，穩定的異性戀核心家庭，對手機等生活用品的「敗家」式消費，由美食和照片所界定的中產趣味，對穩定的渴求，對社會變革的排斥。

因為有國家「替他們負重前行」，這種宣傳更加強化了中產民衆需要遠離政治參與的觀念。而宣傳的最終目的，在於讓人們內化「祖國爸爸」的父權式保護，並認同其為「歲月靜好」經濟生活的前提。這一點在主流話語對「小粉紅」這一標籤的塑造中體現得淋漓盡致。儘管此前學者的研究表明，女性並不在網上的民族主義者中顯著比男性更多，但本文認為，更重要的並非這個性別標籤是否是「錯誤」的，而是通過這樣的標籤，主流話語想要塑造什麼樣的性別角色和國家-社會關係。而作者認為，對「小粉紅」的話語建構調用了典型的消費主義下對女性的刻板印象，並試圖讓這一刻板印象被民族主義公衆所內化。

在2016年，《環球時報》微博發表了一篇著名長文稱，小粉紅「除了人美三觀正外，還有很多共同的特徵」：她們「有個和睦的家庭」、「有個愛她們的男友」，更重要的是，「她們不太懂網絡安全，朋友圈和微博裏曬滿了美食和個人照片；她們不懂網絡輿論，卻是這個上甘嶺的主力軍；她們垂涎着環球時報的腎6和美腿7，（注：指手機品牌和型號），據說最近又盯上了共青團中央的『華為麥芒3』。她們不關心政治，分不清『左』和『右』，卻有着一股天然的正義感……這也讓她們格外珍惜今天穩定的生活，看好中國的未來」。最後，《環球時報》這樣結尾：「小粉紅，是我們的女兒，我們的妹妹，我們暗戀的隔壁班女孩。讓我們共同守護她們。」

自然，大量的女性網民對這樣露骨的性別刻板印象表達了不滿，《環球時報》的這一微博在隨後由於其引發的巨大討論而被刪除。但就在不久之後，另一個影響力稍弱的官方媒體《半月談》發表了一篇高度類似的文章，讚美「小粉紅」是「膚白貌美三觀正，愛國也要萌萌噠」。政治上無知卻熱烈地處於「本能」支持國家政權的「小粉紅」形象，並沒有隨着環球時報的刪帖而從宣傳中消失。

更重要的是，這種話語將愛國、維護政權建構為一種「天然」的「正義感」，「小粉紅」不需要理解政治、不需要明白網絡生態，就可以並應該自然而然地出於「正義感」而維護中共的統治。

這種話語通過性別化的標籤，卻實際上映射出了政權所希望與包括男女在內的所有民族主義公衆的關係。換言之，通過「小粉紅」這一標籤，國家宣傳試圖將曾經給中共政權造成巨大挑戰的民族主義勢力進行「女性化」的處理。在這種宣傳裏，被建構為「女性氣質」的民族主義符合了各種中產階級消費主義的標準形象：原子化的生活方式，穩定的異性戀核心家庭，對手機等生活用品的「敗家」式消費，由美食和照片所界定的中產趣味，對穩定的渴求，對社會變革的排斥。

並且，在這類宣傳中，值得注意的不僅是典型的消費主義，也不僅是「傻白甜」的無知。更重要的是，這種話語將愛國、維護政權建構為一種「天然」的「正義感」，「小粉紅」不需要理解政治、不需要明白網絡生態，就可以並應該自然而然地出於「正義感」而維護中共的統治。這種話術將中共政權從「政治」領域摘出，成為消費主義享樂不可辯駁的前提，因而成為「小粉紅」們應該本能地資源維護的東西。

於是，與90年代國恥敘事下的「說不」民族主義不同的是，由消費主義界定的、被「女性化」的民族主義不是激進的政治行動，不是男性化的國民對「祖國母親」的拯救，而是在父權制國家的保護下，對任何可能威脅到中產階級穩定生活的政治變動所產生的反動。於是，消費主義的民族主義在將民族主義「本能」化的同時，中和了其中的不和諧因素。



2022年6月10日，武漢，一位父親跟女兒在江灘公園游泳。攝：Getty Images

結語：「祖國爸爸」持槍保衛「祖國媽媽」？

本文的核心觀點是，在近年中，民族主義裏對國家和政權的「男性化」想象開始增多。此前在90年代流行的「國恥」敘事，強調「祖國母親」柔弱、受到欺凌的慘狀。但這種敘事的問題在於，它激發民族主義者男性化的保護欲，而使得本應作為「祖國母親」保護者的政權顯示出它的無能。因此，在習近平強調中國

「強起來」之後，一種對國家的男性化想象應運而生。而這種想象以中國經濟發展後的中產生活為最主要的背景板，將國家塑造為擁有經濟權力而可以「為所欲為」的大佬，將民族主義民衆則建構為沉浸於消費主義的傻白甜。

當然，這並不意味着一種從「祖國母親」到「祖國爸爸」的線性演變，也不意味着「祖國爸爸」就一定成為了對國家主流的認同方式。受難母親的形象仍然廣泛流通於民族主義話語中，而「祖國爸爸」的形象也絕非沒有爭議和反彈。這兩種比喻需要在不同的層面上運行。「祖國母親」是沒有主體，也沒有實體的想象，其苦難並不依賴於民衆的切身遭遇，而是一種抽象的「共同體」的苦難。而「祖國爸爸」對應有實體的政權，它象徵着警察、軍隊、外交部、政治局、乃至習近平本人。

這種新的男性化國家想象，根植於中國市場經濟時期對性別角色和權力結構的理解。而對之最精準的概括來自於《人民日報》。在2019年國慶期間，人民日報微博發布了一個視頻，視頻向小學生提問，「我們都說祖國媽媽，那祖國爸爸去哪了？」而這些視頻中的回答捕捉到了「祖國爸爸」想象的精髓：「有人說祖國爸爸去買禮物了，有人說祖國爸爸扛槍保衛祖國媽媽了！」