

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

炫耀性政治行为现象及动因分析 [The Phenomenon and Driving Force of Flaunty Political Behaviors]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	李, 成言;黄, 国珍
Publisher	广州大学
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-25 04:46:18
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182196

李成言 黄国珍：炫耀性政治行为现象及动因分析

李成言 黄国珍

摘要：炫耀性政治行为是指人们以炫耀权力为方式，以满足虚荣心为目的而进行的各种政治行为。有权力者可以借助各种政治仪式、政治活动，在过程中实现炫耀；也可以通过建设(立)各种政治设施，以有形的物品实现炫耀。炫耀性政治行为的动因有三：个体心理方面，个性以及自尊异化；社会文化方面，中国特有的面子观念、权力崇拜；政治制度方面，政绩考核、晋升制度等对官员的影响。

关键词：政治行为；炫耀；动因

为什么县级市委书记上任要举行声势浩大的阅兵仪式？为什么县乡(镇)要仿天安门等特殊建筑式样建造“独具风格”的机关办公场所？传统政治学难以对由来已久而又日渐凸显的炫耀性政治行为予以认识、理解、评价和预测。政治行为研究是微观政治学的重要领域。传统政治学对政治行为的研究存在“冗余而又不足”的尴尬局面，即：一方面是学理定义领域见仁见智，定义的方法和定义的结果都非常丰富，当然也夹杂着一些混乱和偏颇；但另外一方面，政治行为的现实领域中，人们的行为越来越丰富多样，离奇古怪，使得学理定义显得日渐贫乏。

本文试图建立炫耀性政治行为概念，通过描述存在于社会政治生活中的各类炫耀性政治行为现象，从个体心理、社会文化、政治制度等角度分析其产生机理，揭示炫耀性政治行为的概念及动因，解释这些夺目而费解的现象。

一、炫耀性政治行为概念

(一)经济学家眼中的炫耀

研究炫耀现象，有必要从经济学对炫耀性消费的研究出发。马歇尔的《经济学原理》与凡勃伦的《有闲阶级论》是其中尤为重要的开创性研究成果。

英国著名经济学家阿尔弗雷德·马歇尔1890年出版的《经济学原理》第三篇论述了人类的欲望及其满足。马歇尔认为，人类的欲望是决定消费行为的主要原因，人类的欲望数量是无穷无尽的，种类是多样的。在众多欲望中，人们对自豪感欲望的追求尤为强烈。“当一个人的财富增加时，他的食物和饮料就变得更加多种多样和昂贵；但他的食欲是受自然限制的，当他花于食物的费用达到奢侈浪费的时候，他更多地是为了满足招待客人和夸耀的欲望，而不是满足他自己的感觉”。[1]105为满足自豪感欲望，人们要迫不及待地花钱用于炫耀自我。当人的金钱多到一定程度时，人用于自豪满足的钱就占了极大的分量，以至于满足其他欲望的付出微不足道。

美国经济学家凡勃伦于1899年出版了《有闲阶级论》。他在书中认为，有闲阶级避免进行有用的“生产性劳动”，只沉湎于浪费的或无用的事物当中。他们忙于攫取对于精神或物质以及感官的需求毫无帮助的财富，只是因为这种财富意味着权势、地位、荣誉和成功，其目的是为了炫耀，以受到尊敬。炫耀的本质就是要通过显露财富来获得普遍的荣誉，其根本准则是明显浪费原则。

有闲阶级通过有闲以及炫耀性消费来满足虚荣心。炫耀性消费是人们购买某些商品以引起别人的羡慕和夸奖，从中获得虚荣心满足的行为。这种消费不是为了使用商品本身，而是纯粹

为了炫耀。比如，有闲阶级大肆挥霍锦衣玉食，其并不是在食欲或者衣服保暖方面有多么强大的需求，而在于通过奢侈的行为引起外界的关注和妒忌，从中得到满足。炫耀性消费与炫耀性休闲一样，都是为了证明财富本身，而不在于这些活动的内容本身。此外，为了更进一步炫耀，有闲阶级需要自己之外的不事劳动的主妇和仆从、门客等的“代理有闲”和“代理消费”。

虽有研究表明，凡勃伦并不是最早使用“炫耀性消费”一词的学者，但凡勃伦凭借《有闲阶级论——关于制度的经济研究》，系统阐述了“炫耀性消费理论”，不仅对资本主义条件下寄生阶级的奢侈消费进行了最尖刻的讽刺，实际上也颠覆了正统经济学的理性消费理论。“20世纪中叶以后，社会学、消费者行为学和营销学的学者借鉴了此前经济学家的基础性研究，并大量引入心理学和社会学的方法，对炫耀性消费尤其是奢侈品需求进行了广泛而又深入的研究。相比之下，传统的经济学方法在这一研究领域不再具有优势，进展缓慢。直到20世纪80年代以后，博弈论、信息经济学方法被逐渐采用，经济学的炫耀性消费理论又迎来一个全新的发展阶段。”^[2]如今，炫耀性消费理论已经成为经济学的重要分支，影响和指导着现实经济部门的生产以及人们的消费行为，同时，还启发和影响其他学科的研究。

(二)炫耀性政治行为概念

人普遍存在一种热切渴望自我正面评价与自我认可的欲望，出于这种欲望，人追求内在自我确认或外在的正面评价。自我认定一旦跨过合理的底线，就成为非理性的自我认定需求，也即“虚荣”。人们为了获得虚荣满足而进行各种行为，其中，炫耀行为是满足虚荣的重要途径之一。

鉴于政治生活中也存在虚荣追求以及满足虚荣的行为，模仿炫耀性消费概念，本文提出，炫耀性政治行为是指人们以炫耀权力为方式，以满足虚荣心为目的而进行的各种政治行为。

炫耀性政治行为是政治行为的一种类型，它与其他政治行为类型的根本区别在于：炫耀性政治行为借助权力的炫耀，追求虚荣满足；其他类别的政治行为则借助权力，追求其他需求的满足。

炫耀性政治行为需要借助物质、精神载体，物质、精神载体的实现程度制约炫耀性政治行为的实现。炫耀性行为过程中，物质的、非物质的东西只是手段，而不是目的。无论借助什么手段，其目的都是为了获得更多的声誉而炫耀给他人看，满足自己的心理需求。

炫耀性政治行为与炫耀性消费等其他炫耀行为的区别在于，炫耀性政治行为对政治体系产生影响。炫耀性消费，炫耀的是财富；炫耀性政治行为，炫耀的是权力。一种炫耀性行为，如果不以政治系统为目的，不产生政治上的影响，就不是炫耀性政治行为。比如，普通民众如果修豪坟，只是自己的私人炫耀性行为，但是如果一个官员修豪坟，并导致官员和民众效尤，产生超出修坟原初影响之外的影响，那这个官员的行为就转变为政治行为了。

在政治学研究中，炫耀性政治行为并没有作为一个概念出现，这可能与政治学者们把这种行为定性为变态的政治心理所致的行为有关。政治学、政治心理学研究在这方面极其薄弱。即便是少数关注炫耀现象的，也是从权力崇拜、个人崇拜的角度进行剖析，而且往往流于文学描述(当然，类似晚清李宝嘉的《官场现形记》、吴敬梓的《儒林外史》、吴沃尧的《二十年目睹之怪现状》等讽刺文学作品对这种现象做了很好的描述)。另外，在领导、领袖行为研究的论文中，略有涉及炫耀现象，但都没有深入归纳、论述。

二、典型的炫耀性政治行为现象

当代政治人(尤其是中外各国、各级、各类官员)有多种炫耀行为表现。县级市委书记李兴民阅兵、贫困县修豪华办公大楼、乡镇(街道)耗资巨大举行迁址庆典、区政府修“白宫”、乡镇修“天安门”等等怪现状，一再表明某些官员、部门，以及部分“人民”具有强烈的炫耀需求和炫

耀行为取向。这些炫耀性行为已经不再是变态、病态、偶然的社會事件，而成为了一种令人担忧的普遍政治现象。以下简要说明几种典型的炫耀性政治行为现象。

(一)阅兵

现代阅兵，一般包括两部分，一是阅兵式，即阅兵者从受阅部队队列前通过，进行检阅；二是分列式，即受阅部队列队从检阅台前通过，接受阅兵者的检阅。自古以来，阅兵本是一种理性价值与工具价值兼具的重要的国家行为。以新中国为例，从1949年开国大典至1999年，举行了十几次国庆阅兵。每次阅兵都方队数十上百个，军人数万计，观众以十万甚至百万计。每次阅兵都充分展现我国武装力量建设成就，群情激昂，民族自信心和自豪感让人油然而生。

但是，时下几起阅兵却从激励将士、鼓舞人心转变为阅兵者满足个人强烈虚荣心的奢侈之举。原安徽亳州市(县级市)市委书记李兴民上任后，对亳州穿制服的武警、公检法、土地、工商、税务等部门人员加以训练，而后举行阅兵仪式。阅兵式上，李兴民站在检阅车上不时向干警挥手致意，并呼喊“同志们好”、“同志们辛苦了”，受检阅的人员齐声高呼“首长好”、“首长辛苦了”。接着，由政法系统公检法司组成的方队和百辆警车方队依次通过检阅台，接受检阅。另据报道，2005年1月17日，河南省新密市召开“巡防队成立点验誓师大会”，新密市党政主要领导检阅了由1600多名公安干警和巡防队员组成的22个方队。领导高喊一声“同志们好”并向方队挥手，受阅方队则高声回应：“首长好”。此后，方队一个接一个通过，口号声此起彼伏，场面蔚为壮观。阅兵式持续了1个小时。据筹备人员说，原来没有计划喊口号，但考虑到领导们没有阅过兵，为了让领导们高兴高兴，临时决定喊口号，没想到效果很好，领导们对此也很满意。

(二)霸占媒体

媒体可以低成本地复制炫耀的机会，再现和传播炫耀的状况。“上电视”、“上报纸”是抛头露面的最好途径。打开当今电视、报纸，头条、头版往往是各级官员的活动报道或者言论摘要。这类新闻虽然不为人们所喜欢，但有些官员热衷于霸占媒体获得炫耀机会，极其在乎自己的媒体形象，故有“新闻事故”一说，让新闻工作者们为此担惊受怕。媒体对政府官员进行一定量的报道，对于保障公民知情权是必要的，然而官员长时间占据电视台“黄金时间”，提供毫无信息量的表演，甚至是做秀，这不能不说是一种滥用公权的炫耀行为。

(三)营建活祠、豪坟

活祠在古代是用来歌颂表彰当时还在世的英雄的神庙。但是，后来演变成为歌功颂德的产物。历史上生祠修得最多、坟地修得最豪华的莫过于明朝大太监魏忠贤。其生祠遍布直隶、浙江、山东、山西、河南、陕西、江西、湖广等9省，达70余处。监生陆万龄竟然上疏请求在最高学府国子监里为魏公公修生祠，将魏忠贤和孔子一起祭祀，魏忠贤这个文盲竟然被宣传为和孔子、孟子一样伟大的人物。[3]此外，魏忠贤还挑选风水宝地，仿造明皇陵为自己营建“生矿”，即生前为自己修建坟墓。据报道，重庆市近年来也出现了多起领导干部营建豪华活墓的事件。

中国人崇尚“留得身前身后名”，有权力者利用手中的权力，不但谋取活着时候的“名”，以强制力保证自己的尊贵，并且花费大量精力谋求死后的“名”。活祠、豪坟是有权者自己可以看到、感受到被祭拜的有形物，可以臆想自己身后之排场的载体。营建这种设施的行为，本质上是纯属浪费的炫耀行为。这种行为，由官员借助政治身份或炫耀政治身份而为，导致极坏的政治影响，因此超出了个人行为的范畴，成为一种政治行为。

(四)营建豪华办公大楼

近年来，政府部门兴建豪华办公大楼成风，各地不同程度地出现了新城、新区、豪华办公

楼建设热，超标准建楼、贫困县豪华办公、乡镇(街道)耗资巨大举行迁址庆典等怪现状不断出现。据报道，郑州市惠济区耗资7亿元，修建了酷似“白宫”的超豪华新办公楼群，占地149亩，建筑面积超过4.5万平方米，周边园林绿地等用地381亩。[4]

这些豪华办公楼地段繁华、外观规模巨大，门前屋后草皮绿地，车库、广场、假山、喷泉一应俱全；内部装修富丽堂皇、奢华无以复加；追求“高”、“大”、“新”还嫌不够，还要追求“奇”。这些大楼有的借口弘扬当地建筑风格，有的标榜艺术造型，稀奇古怪，令人瞠目结舌。这些都是普通个人和组织无法轻易获得的稀缺资源。政府就是要做给别人看，越是高于必须的水准，越是形成明显的浪费，炫耀行为才越能获得关注和博取声誉。

有些办公大楼设计上还有意强调权力地位。经过空旷的广场，几乎都是高高的台阶拾级而上，台阶尽头一个巨大的国徽俯视着每一个试图上去的人，可谓是庄严肃穆。镏金大字的招牌格外醒目。官员的车辆可以绕过台阶，直接开到办公楼前，门卫提供酒店仆人般的服务。对于老百姓，则是一律挡在旋转门之外。这似乎在寻找封建社会“衙门”的气派和做“官老爷”的感觉。重庆某镇政府、山西临汾尧都区仿建“天安门”等具有特殊象征意义的建筑，更是暴露了其绝对的权力幻想。

(五)代理炫耀

凡勃伦在《有闲阶级论》第四章《明显消费》中指出，在金钱上占优势的阶级总是从显示自己的优越和荣誉的心理出发从事对财产的浪费性消费，为了更进一步炫耀，有闲阶级需要自己之外的不事劳动的主妇和仆从、门客等的“代理有闲”和“代理消费”。在有闲阶级制度中，女人和奴仆都是有闲阶级的私有财产，充当代理有闲的职责，是有闲阶级荣誉的象征，为着满足有闲阶级的虚荣而存在。有闲阶级会投入大量财物对这两个阶层进行培训，让他们掌握特定的服侍规范和礼仪，统一着装、声势浩大，居家则万般屈贱地侍奉主子，随主出外则千方百计制造声势，赢取外界关注，以各种炫耀方式显示出主子的财富和有闲。

为提高政治炫耀的程度，有权力者也可以设置代理人，代理炫耀。比如，设立壮观的仪仗队、威武的警卫、唯唯诺诺的秘书、尽职效忠的副职、职能细化编制庞大的下属单位等等。按照“帕金森定律”(Parkinson's Law)所揭示的官场病，政府领导、机构、组织，无论工作增加与否，或根本没有任何工作，都有扩张其下属和机构的冲动，机构与组织最终将膨胀直至灭亡。这种扩张的欲望，很大程度上也是代理炫耀所需。

三、炫耀性政治行为动因

政治行为的动因，论者一般认为有利益动因、权力和权利动因、个体心理动因等。在这样的论述中，利益一般都被认为是包括物质的，如金钱美色；也包括非物质的，如精神嘉奖、荣誉称号。利益被认为是政治主体的根本目的，而实现利益的手段和目的——权力和权利则被视为政治行为的直接动因。另外，也有人认为炫耀性政治行为的动因是由环境刺激引起的。[5]187炫耀性政治行为不是为了追求一般意义上的利益。炫耀性政治行为的内在动因最关键的是个体心理动因，外在动因则存在于社会政治文化环境以及制度环境中。

(一)个体心理动因：个性与自尊异化

政治行为与心理的关系较为复杂，人格与政治行为的关系是政治心理学关注的重点之一。“人格是通过渗透于态度、价值观、兴趣、气质、性格、能力等方面的特质所体现出来的倾向性影响或制约政治行为的。”[6]作为人格的内核，自尊与政治行为的关系尤为突出。自尊是个体对其社会角色进行自我评价的结果。如果个体对其予以消极评价的社会角色看得更为重要，个体就处于低自尊水平；如果个体对其予以积极评价的角色看得比较重要，就处于高自尊状态。“政治心理学则注重于政治行为者的心理品性，特别是他们的自尊心。有一种传统观点让

人将信将疑地假定，政治吸引了很多自尊心低下的人，这些人在童年时期曾经有过情感上的缺失，遭人嘲笑或受到过其他方式的虐待，或者在成年生活中遭到失败或挫折。据说这些人是想通过政治提供的声望和权力来寻求补偿。另一学派则与之相反，认为政治吸引了那些自尊心较强的人，那些能够应付政治生活的紧张、挫折和风险的人”。[7]566

1. 低自尊与弱民心态

有的人在儿童时代受到了损害，蒙受过心理的剥夺，因此他们处于低自尊状态。在以后的阶段里，他们会通过追求权力来补偿这种自卑，提高自尊。他们相信，通过获取权力，既可以改善自身，从而得到爱和尊重，也可以改变他人对自己的看法。魏忠贤，年轻时卑贱受辱，被迫自宫当宦官，成就功名之后，其所作所为都是变态的补偿行为。现在中国一些官员出身寒门，年轻时父母含辛茹苦供养上学，省吃俭用熬到为官一方时，大有“吃尽苦中苦，方为人上人”的释然感觉，为此有的人大肆挥霍、炫耀权力，以便确证这种感觉，补偿自己。

这种心态在整个国家、民族群体上也有反映。在豪华办公大楼建造运动中，级别低的单位、贫困地区的官员往往对炫耀性行为更加热衷。因为他们要用这种豪华的建筑和夸张的行为来抵消自己在森严的行政层级下长久的压抑。2006年7月3日英国BBC网载文《“世界第一”情结》深刻指出，中国人常为“世界最大”、“世界最高”、“世界最长”、“世界第一”感到自豪，这似乎成了中国人的一种情结。文章认为，这实际上是中国人长期积穷积贫积弱积矮之下的弱民心态作祟。

2. 强自尊与自我实现

权力与荣誉动机是构成以及维持社会政治系统的基本要件之一。任何政治系统都需要一部分政治主体出于其支配欲望和成就动机，居于重要地位并操纵政治运作。有些社会成员天生具有强烈的权力与荣誉动机、成就动机，导致其追求超越他人的荣耀。众多政治家往往都是具有强自尊取向的人。尼克松说：“我还从来没有认识过一位不是自我主义者的伟大领袖。有些领导人装出一副谦虚的样子，但没有一个人是真正的谦虚。谦虚是一种姿态，一种装饰品，正如麦克阿瑟把玉米芯烟斗作为装饰品，而邱吉尔的昂首阔步只是一种姿态一样。”[8]380

按照马斯洛需要层级理论，自我实现欲作为一种心理欲望，其持久性和强烈程度超过各种生理欲望；在心理欲望中，它也是人最高层次的欲望。现实生活中，每个人都有强烈的出人头地、实现自我价值的欲望，人们总是通过炫耀，获取一种高人一等受人尊重和羡慕的地位，追求自我实现。

马歇尔在《经济学原理》中指出，一个女子可以通过她的服装来炫耀富有，但她却不能单以服装来炫耀，否则她就达不到目的了。她必须还要显示出自己性格和财富的某种优越性。[1]106炫耀性政治行为也一样，不仅炫耀权力本身，“根正苗红”的出身、良好的教育水平、出色的成长经历，甚至党派身份、阶级阶层归属、民族，都可能让某些人感觉到高水平的自尊，成为炫耀的由头。

凡勃伦在谈到炫耀性消费的动机时指出，财富水平较低的阶层力图通过炫耀性消费来效仿财富水平较高的阶层以期被认为是其中一员；财富水平较高的阶层总是通过炫耀性消费来力争区别于财富水平较低的阶层。综上，高自尊和低自尊都可能导致炫耀。由此可见，炫耀是一种操纵符号的系统性行为，炫耀的意图不在于物品的物质性，而在于物品所象征的人的关系与差别性。由自尊导致的炫耀性政治行为表明，炫耀行为已不是一种单纯的、满足基本需求的“被动”程序，而是一种“主动”的关系模式。这个过程中，人、权力都高度异化。

(二)社会文化动因：面子与官本位

文化是一个庞大而复杂的概念，本文仅是从政治文化层面来谈。“政治文化是从一定思想

文化环境和经济社会制度中生长出来的、经过长期社会化过程而相对稳定地积淀于人们心理层面上的政治态度和政治价值取向，是政治系统及其运作层面的观念依托。”[9]21政治文化与人们的政治行为有着相互的关系。

1. 面子：“中国精神的纲领”

中国社会是一个重视“面子”的社会。鲁迅在杂文《说“面子”》中写道：“..然而中国精神的纲领，只要抓住这个，就像二十四年前的拔住了辫子一样，全身都跟着走动了”。林语堂也说，有三位女神统治中国人，他们分别是面、命、恩，面子是其中最有力的一位。社会学家的研究表明，中国人脸面观的根基在于“光宗耀祖”的传统。中国人对祖先的崇拜从氏族制度时代就开始了，随着国家的建立，崇祖演变为一种政治制度——宗法制，历经各个朝代，深入人心。中国人注重孝道，孝的终极目标就是荣耀自己的家族和祖先，也就是为家族带来社会认可的脸面。在中国，但凡干出一番成就的人，在其有生之年都要荣归故里若干次，他一般会作以下几件事：重新安葬祖先，修建、扩建或重建故居或祠堂，为乡亲分派他的财富，并让“相关者”受到其他方面的待遇，让自己的父老乡亲“沾光”。正如项羽所说，“富贵不还乡，犹锦衣夜行”。

从这种发自心底的荣耀祖先的社会心理出发，中国人表现在日常生活、工作中也极为计较面子。要光宗耀祖，就必须争面子，维护面子，使面子最大化。讲排场是面子欲望使然，无论是官员还是民间百姓，凡事都要讲排场，婚礼、葬礼、迁居、开会、生日宴会等等，为了面子风光，排场必须达到一定规格，否则就是丢面子。在一个如此注重面子的社会，而面子又需要实实在在的物质财富构建排场来实现，面子成为了稀缺品，只有拥有权力和财富者才能得到面子上的完美享受。

翟学伟总结了官员在讲排场方面的腐败行为，并指出这些行为具有中国特色，“中国人的门面观和其他民族炫耀倾向的区别有三..一是程度上的轻重。一般因中国人形式主义的引导，炫耀程度相对严重；二是方式上的差异。也就是中国人的脸面心理造成人们对门面的追求主要反映是不合理，即盲目地使用金钱..”[10]202翟学伟认为：“参加这些仪式，内容基本上都不重要，重要的是形式，也就是场面是否壮观，有什么重要人物到场。..其中领导本身的地位高低也将决定场面的规格，因此为了场面又要高请，又要多请。”[10]204

正是为了面子和风光，一些官员挥霍巨额公款大搞形象工程；为了体现尊贵，有的官员以公款满足私欲，锦衣玉食，奢侈浪费；为了互相攀比，有的官员挥霍公款违规购买豪华轿车；为了满足炫耀私欲，有的官员总是霸占媒体，独享炫耀机会。

2. 官本位：权力崇拜

中国政治文化特征也是一个值得多角度探析的课题。多数研究者都不约而同地指出，中国政治文化呈现出一种特殊的权力崇拜，也即“官本位”、“权力本位”观念。“它是指在传统国家社会生活中人们的一种价值取向，是指在那种传统的封建性政治体制中，为社会成员所普遍认可的以权力作为谋求社会利益资源的基本手段和以权力作为衡量人的价值实现程度的基本尺度。”[9]153

“官本位”体现在平民百姓把“官”作为自己的奋斗目标和崇拜对象。在传统中国人的心底，做官是实现人生价值的唯一方式和最佳方式，除了“入朝为官”，其他一切职业都是低贱的职业。人们一旦为官，一定是要享受一番为官的权威和荣耀。权力崇拜扭曲了官员为官从政的动机；官员一旦实现了自己的权力欲望，权力不知走向何处，就会无休止地以追求荣耀为目标延续下去。

叔本华说：“官位纯粹是一种约定俗成的价值。严格地说，它只是一件虚伪的外套，目的

在于索取人为的尊敬。”[11]48从动机上看,“做官”一定程度上是为了获得别人的尊敬和“羡慕”,这种动机的实现,如果并未超出法制的限度,则无可厚非;而一旦官员滥用职权,不择手段地追求“炫耀”,则形成炫耀性腐败。

(三)制度动因:政绩考核与官员焦虑

作为社会行为方式的最高程度的固定化,制度与炫耀性政治行为有着互为因果的关系。人们的行为经过积累和固定化形成制度。社会制度是为了满足人类的各种需要而形成的社会关系以及与此相联系的社会活动的规范系统。作为原因之一,制度促成了炫耀性政治行为,炫耀性政治制度是炫耀性政治行为的结果。

官员政绩考核制度是影响官员政绩观的关键。由于考核的都是“硬”东西,看得见的东西,一些官员为了晋升,就有造假、做秀的动机。造假、做秀要做到以假乱真,就必然奢侈挥霍,虚张声势。近年来各地频繁出现的形象工程,其中有一部分的目的就是炫耀政绩。为了让上级、让老百姓看见自己为政的功劳,炫耀性政治行为比实实在在的民心工程显得更加必要。

制度对官员政治行为的影响还在于,导致了一些官员深刻的焦虑感。在日新月异的政治口号面前,在繁杂的考核指标面前,官员被搞得晕头转向,无所适从,找不出自己与政治体系之间任何固定的意义联系,从而陷入一种深深的焦虑之中。失去自我的官员们急于建构一个自我身份,以感知自己与过去、现实、未来的切实联系,在炫耀中获得认同。炫耀通过制度、文化和符号价值体系,使人产生错觉,以为个人与政治之间已经融合无间。事实上,炫耀提供给异化之后的人一种政治认同的假象,以此掩盖身份在现实中的真正缺失。

【参考文献】

- [1] 马歇尔. 经济学原理[M]. 陈瑞华, 译. 西安: 陕西人民出版社, 2006.
- [2] 邓晓辉, 戴俐秋. 炫耀性消费理论及其最新进展[J]. 外国经济管理, 2005 (4).
- [3] 韩大成, 杨欣. 魏忠贤传[M]. 北京: 人民出版社, 1997. [4] 区政府建“白宫”究竟惠济了谁[N]. 中国青年报, 2006206221.
- [5] 虞崇胜. 政治文明论[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2003.
- [6] 董敏志. 政治心理学的新视野: 政治行为与人格[J]. 上海社会科学院学术季刊, 1995 (1).
- [7] 邓正来. 布莱克维尔政治学百科全书[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 1992.
- [8] 尼克松. 领导者[M]. 北京: 世界知识出版社, 1983.
- [9] 马庆钰. 告别西西弗斯——中国政治文化分析与展望[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2002.
- [10] 翟学伟. 面子人情关系网[M]. 郑州: 河南人民出版社, 1994.
- [11] 叔本华. 人生哲学[M]. 北京: 九州出版社, 2006.

来源: 广州大学学报社科版 2007.10