

评论

被中共发“好人卡”的雷锋：曾经是怎样的宣传奇迹？为何在近十年被宣传遗忘？

官方媒体提到雷锋二字的次数在2012年左右达到90年代以来的最高峰，此后却经历断崖式下降。



2017年10月13日，上海一名男子骑单车在国家主席习近平和雷锋肖像的海报前经过。摄：Qilai Shen/Bloomberg via Getty Images

韩大狗 | 2022-08-28

在大陆，两周前的8月15日，打开手机会有极小的概率在首页看到一条纪念内容：雷锋同志逝世六十周年。这条内容淹没在铺天盖地关于东部军区演习的热血报道之中，显得很不起眼。新华社、人民日报等官媒在微博和微信上刊发了零星的纪念视频和文章，与纪念前不久牺牲而成为烈士的消防员同志规格相当。一方面，这很恰当：雷锋生前的地位本就很不显眼，与普通消防员类似，其最高成就是立二等功一次。然而另一方面，雷锋又不同。雷锋曾经是一个时代的精神符号，即使在二十一世纪，雷锋这个名字仍然令所有人耳熟能详。

雷锋是一个真正让人感到“熟悉而又陌生”的名字。自六十年代以来，“雷锋精神”始终不断被宣传，几乎每个中国人都可以说对雷锋其人略知一二；但另一方面，雷锋从未以一个真实的人物形象示人，而是作为宣传中的一种精神、或者说一个概念，出现在读者面前。其人物形象如此模糊，以至于很多官方记录中有关雷锋的事迹，都被怀疑并非雷锋所为。雷锋到底是谁，时至今日已经成了一个很多权威学者也无法回答的问题。

这种伟大、光明、正义、却又十分模糊的人物形象，似乎是一切宣传典型逃脱不了的宿命，以至于雷锋也被很多人理解为一个宣传机器制造出的无聊样本。2012年，当中国政府掀起新一轮（也是到目前为止最后一轮）“学雷锋”宣传热潮时，[纽约时报曾对其嗤之以鼻，认为这种宣传是属于上个世纪的时代错置¹](#)。但这种印象是错误的。雷锋是宣传中的一个异类，雷锋同时代的宣传典型没有一个能够媲美雷锋。与雷锋同时被树立起来的“南京路上好八连”早已在大多数人头脑中默默无闻，“铁人”王进喜未曾被后世持续宣传，而“大寨模式”的陈永贵虽一度升任副总理，却因文革中的路线错误而在改革开放后名声扫地；更不用说毛时代之后的宣传典型，包括近年来所有“感动中国”的人物，也无一达到了雷锋般经久不衰的知名度。可以说，雷锋是宣传史上的一个奇迹。

然而，正如对雷锋六十周年忌辰的稀薄宣传所暗示的，雷锋这一宣传奇迹目前已经不再立于宣传工作的前排。香港大学学者David Palmer和Rundong Ning的统计显示，官方媒体提到雷锋二字的次数在2012年左右达到90年代以来的最高峰，此后却经历断崖式下降。本文意图借这一落寞的雷锋逝世纪念日，讨论关于雷锋的问题：雷锋的神话是如何造就的？他为何拥有如此持久的生命力？他为何不时被想起，又为何在最近十年中被官方宣传所遗忘？

雷锋的故事

1960年底，沈阳军区工程兵政治部首先发掘了入伍不到一年的雷锋，在“两忆三查”（即忆阶级苦、忆民族苦、查立场、查斗志、查工作）运动作为典型树立和推出，并带往军区所属各单位做“忆苦”报告。正是在这次运动中，雷锋的报告被军区领导看中，并被进一步树立为“学习毛主席著作标兵”。这一时期，关于雷锋的榜样宣传首先在沈阳军区总政治部机关报《前进报》上陆续刊发，并在随后的1961年5月首次出现于《人民日报》。

这篇题为《苦孩子成长为优秀人民战士》的文章继承了沈阳军区内的宣传路线，以“忆苦”为主题，强调旧社会带给少年雷锋的苦难，以及共产党养育雷锋的恩情。文中也侧重刻画雷锋艰苦朴素、关心同志的事迹（包括为战友缝补衣服、向人民公社运动匿名捐款等），但这些事迹被包裹在“从过去的苦难中吸取着发愤图强的力量”的主旨框架下，并不自身构成一种“精神”。事实上，各级地方单位在中央媒体上宣传自己发掘和推出的宣传典型的文章，不仅在当时，即使在现在也屡见不鲜。这些宣传典型能够提升地方单位在读者和中央领导眼中的形象，如果宣传尤其成功，可以成为地方单位的突出政绩。因此，这篇关于雷锋的文章并无特殊之处，更多是作为对沈阳军区忆苦运动之功绩的一种宣传。

1962年8月15日，雷锋因车祸意外去世，本已停息的雷锋宣传倏忽又起。1963年初，为纪念这位英年早逝的年轻榜样，雷锋生前所在班级被命名为“雷锋班”。在这场命名仪式上，沈阳军区总政治部负责人号召发起了“学雷锋”的运动。这场运动一方面可以视为对两年前忆苦运动的延续发展，但它同时也摆脱了“忆苦”的被动框架，不再以旧社会为依托。相反，这场运动着眼于新中国的奋斗，尤其是雷锋对毛主席的忠诚，远比“忆苦”更符合当时时代的主题。





雷锋阅读已故毛泽东主席的著作。 摄：History/Universal Images Group via Getty Images

1963年1月，罗瑞卿、宋任穷为辽宁省新建成的雷锋纪念馆题词，标志着中央领导对学雷锋运动首次表示出兴趣和肯定。2月，学雷锋运动正式在全国层面展开。2月7日，《人民日报》头版刊发文章《爱憎分明立场坚定，毫不利己专门利人：像雷锋那样忠于革命事业，辽宁广大青年热烈学习雷锋事迹受到深刻教育》。有趣的是，这篇可以认为是全国学雷锋运动起点的文章并没有任何关于雷锋本人的内容，而是详细记录了学雷锋运动在辽宁省内展开的情况，以及辽宁省的青年在了解雷锋事迹后“认识到，要坚定自己的阶级立场，必须像雷锋那样，坚决听党和毛主席的话”。在第二版，《人民日报》重印了1961年的文章，然后在第五版登载了雷锋日记节选。在此之后，《人民日报》开始以每周至少一篇的频次大规模刊登学习雷锋的文章。

3月5日，学雷锋运动达到高潮。在这一天，《人民日报》头版头条发布了伟大领袖毛主席的题词：“向雷锋同志学习”。3月5日这一天随即被定为每年的“学雷锋纪念日”，虽然这一天与雷锋本人已经毫无关系。实际上，学雷锋运动自开始的那天起，就与雷锋本人无关了。这场运动的肇始可以追溯到1959年。在1959年的庐山会议后，彭德怀失势，林彪接管解放军工作。作为毛泽东铁杆支持者的林彪，从1960年起开始在军队内部扩大推行毛泽东的个人崇拜。这种个人崇拜的推行在三年饥荒及其后的恢复时期给了毛以宝贵的支持。以忆苦运动为代表的思想作风运动，很多都是这一时期为了解决三年饥荒造成的人民群众和军队内部对共产党信心减弱而展开的。

1963年，经济形势开始好转，毛泽东感到经济建设的压力得到缓解，可以恢复到精神建设和继续革命的道路上来。正是在这一年，毛发表了他著名的词作《卜算子·咏梅》，“风雨送春归，飞雪迎春到”的诗句表明，他相信“三年自然灾害”的寒冬已经过去，革命的春风即将再次吹遍中国大地。林彪的步调与毛十分一致。1960年二月，林彪在全军高级干部会议上的讲话中强调军队要“革命”化，“要有革命的乐观主义精神”。他还说，军队建设有两个方面，一个是物质建设，一个是精神建设，而“精神的东西可以转化为物质的东西……作风也不是物质的东西，它看不见摸不着，但是，假如人人都养成了好作风，不仅平时，特别是战时，就会转化为强大的物质力量。”这种强调军队精神建设的思路，正符合毛“人定胜天”的思想。

但精神建设如果只有领导讲话，还不足以向广大下级单位进行宣传。1963年初，就在他为雷锋纪念馆题字之后几天，总参谋长罗瑞卿在全军政治工作会议上提出了“宣扬典型、运用典型”的宣传策略，并得到了其他领导人的赞同。雷锋正是作为“革命乐观主义精神”的典型被隆重推出的。同时，在1961年和1963年，毛泽东还两次号召工业部门和全体人民“向人民解放军学习”，试图将林彪在军队内推行的“革命化”和个人崇拜扩展到全社会。雷锋虽然出自军区，但其事迹平易近人，其宣传并不依赖其军人身份，甚至由于其和平年代工程兵的身份，其事迹更接近工业部门的工人，而非刻板印象中的解放军。因此，对雷锋的宣传正好提供了一个扩大化“精神建设”的机会。学雷锋运动正是在这样的背景下应运而生。



2006年深圳国际文化产业博览会上，一名工人在展览区布展，当中有雷锋及已故领导人毛泽东的海报。摄：China Photos/Getty Images

作为毛主席的好战士的雷锋

在毛时代对雷锋的宣传中，雷锋始终是“无产阶级专政下继续革命”这一毛主义理念的化身。在1963年2月7日《人民日报》对学雷锋运动的报道中，这一权威官媒为雷锋同志所下的判词，首先一条便是“爱憎分明立场坚定”；而文章中引述的辽宁省人民群众在学习中对雷锋的概括则是，“雷锋苦大仇深，革命意志坚决”；为此，人们需要“认真地学习雷锋爱憎分明的阶级立场，坚决做革命的接班人”。

在1963年解放军总政治部发行的开展学雷锋运动的通知中，向雷锋学习的四点内容分别是：1. 坚定阶级立场，忠于党，忠于毛主席；2. 将党的利益放在第一位，做一枚“永不生锈的螺丝钉”，全心全意为人民服务；3. 艰苦朴素，努力工作，毫不利己，专门利人；4. 学习毛主席著作，接受党的教导。

从这四点内容及其先后顺序可以很明确地看出，60年代学雷锋运动的意涵，几乎完全集中于立场坚定、对党忠诚。学习的重点，一是雷锋的斗争精神，二是雷锋的“螺丝钉精神”。这与林彪将军队“革命化”的思路相一致。

在和平年代如何革命、如何斗争？这其实是毛和中国共产党在50、60年代所面对的重要课题。毛多多少少认为，物质上的提高与精神上的斗争和革命之间存在矛盾。因此，要保持革命的精神，需要保持艰苦朴素的作风，也需要抵制利己主义和物质享受。因此，雷锋“毫不利己专门利人”的精神，不仅像八十年代之后的人们所理解的那样，是一种世俗化的“乐于助人”，更重要的是，这表现了一种信仰式的革命精神和斗争精神。

在学雷锋运动中，斗争精神最主要的载体，是雷锋的日记。在革命年代，日记的意义与往时大不相同。革命时代之前的日记，比如在鲁迅、胡适等人的日记中，其所写多是每日所做之事的流水账记录，并充斥着借钱还钱的账目、考试成绩、打牌等娱乐活动。然而革命年代的日记不再是对事件的潦草记录，而是自己拷问、甚至斗争自己内心的场所。革命者的日记，需要审视自己的所思所想，并时刻在这种审视之中，拷问自己的所思是否符合革命的意识形态标准。

按照苏联史学者Jochen Hellbeck的说法，日记是客体化自身、并积极用国家的政治价值规训自身的场所。在这种客体化过程中，日记的写作者不断发掘着现实中的自己与意识形态理想中的自己之间的差距与矛盾。通过这些矛盾的发现和解决，写作者在日记中净化和升华着自己。也是在这个过程中，写作者把自己转变为一个政治工程，并在精神世界里接近政治的领域、参与历史的行程。

因此，革命年代的日记，比如很多已经公开的苏联档案中20、30年代人所写的日记，都充斥着鲁迅日记里极少出现的长篇大论，记录着自己的内心思考，其中有为自己的思想“进步”感到的欣喜和释然，也有为自己无法摆脱的个人主义和怀疑主义的“阴暗面”感到的自责和惶恐。这些对自己心中“有害”思想的谴责不能用“自我审查”来概括，因为如果日记的写作者真的想要自我审查，他们根本就不应该写下这些“阴暗面”。相反，这些对自己的“斗争”里，包含着对“更好”的自我的追求。而与之类似，那些日记中所记录的对社会主义理想人格的憧憬，也是写作者希望自己所能够走上的道路。

雷锋的日记之所以在学雷锋运动中如此重要，正是因为这一日记最能体现雷锋的“斗争精神”。斗争的语言被内化进了雷锋的日记中。在1960年1月21日的一篇著名日记中，雷锋说：

“斗争最艰苦的时候，也就是胜利即将来到的时候，可也是最容易动摇的时候。因此，对每个人来说，这是个考验的关口。经得起考验，顺利的通过这一关，那就成了光荣的革命战士；经不起考验，通不过这一关，那就要成为可耻的逃兵。是光荣的战士，还是可耻的逃兵，那就要看你在困难面前有没有坚定不移的信念了。”

这段日记之所以被广泛宣传，正是因为它是用日记与自己的“阴暗面”做斗争的典型例子。在这里，雷锋告诫自己，不要在困难的物质条件面前退缩，不要成为可耻的逃兵，因为与“困难及自然灾害的坚强斗争”即

斗争精神是雷锋坚定的阶级立场的体现，螺丝钉精神则是他“党性”的体现。雷锋在日记中说：

“一个人的作用，对于革命事业来说，就如一架机器上的一颗螺丝钉。机器由于许许多多的螺丝钉的联结和固定，才成为一个坚实的整体，才能够运转自如，发挥它巨大的工作能力。螺丝钉虽小，其作用是不可低估的。我愿永远做一个螺丝钉。螺丝钉要经常保养和清洗，才不会生锈。人的思想也是这样，要经常检查才不会出毛病。”

将革命事业比作机器，将人比作零件，并非雷锋的首创，而雷锋也并非把这种理念写进日记的唯一一人。早在十月革命之前，车尔尼雪夫斯基的《怎么办》就构建了一种以“革命理性”方式生活并献身于伟大解放事业的理想人类。列宁曾将布尔什维克党比作一个工厂，中央委员会就是工厂的工头。而20年代的苏联理论家则往往将理想的人类描绘为一种“机器人格”，这种机器人格摆脱了“心理层面”的混乱干扰，才能遵循着历史规定的方向前行。



2012年12月21日，北京雷锋小学举行的雷锋主题班会上，指导员向学生讲述雷锋事迹。 摄：Simon Song/South China Morning Post via Getty Images

历史本身当然不会给人规定前行的方向，规定这一方向的早代表了历史正确路线的党，因此，虽然雷锋所

历史学家当然会看到八风是前行的方向，八风是这一方向的总代表，历史正如路线的舵。因此，虽然由许广平的机器以“革命”为名，真正使唤这枚螺丝钉的却是党组织。在学雷锋运动的阐释中，做“革命的螺丝钉”意味着对党组织的绝对服从。

在文革中，学雷锋运动里“毫不利己专门利人”的内容又被进一步弱化。雷锋的形象完全成为了一个忠诚于毛主席的战士，他跟随党的路线，毫不动摇，毫无质疑，以至于在打倒刘少奇时，雷锋的形象也屡次出现于宣传材料之中。

雷锋的“好人卡”

文革之后，雷锋的战士形象逐渐从意识形态斗争的前线退出。但与其他毛时代树立的榜样形象不同的是，学习雷锋这一口号仍然活跃于国家和社会各处。雷锋的形象并未消失，而是被赋予了新的内涵——雷锋由一名政治过硬的“战士”蜕变成了一个与政治日渐疏远的“好人”。与此同时，对雷锋的宣传，也逐渐褪去了高度意识形态化的色彩，融入大众生活之中。

1978年，打倒四人帮后的第一年，1月，教育部、国务院知青办公室和中央人民广播电台三家单位，共同向广大青少年发出了关于“树新风、做好事”的倡议，这一倡议旨在“把‘向雷锋同志学习’的运动推向新高潮”。尽管倡议中也提到了组织读书会学习毛主席著作，但这一条排在组织义务劳动之后。这表面，“学雷锋”的意义已经悄然改变。这种改变在某种程度上也意味着，在华国锋执政时期，去除毛时期的过激意识形态就已经被提上日程。

随后，1980年的3月4日，也就是“学雷锋纪念日”的前一天，北京市共青团组织了“三万中小学生上街搞卫生”的活动，以纪念雷锋。《人民日报》在报道中则引用“过路群众”的话说：“雷锋精神又回到了我们中间”。

但“回到我们中间”的，已经是一种不同的雷锋精神了。广大青年学生进行学雷锋，其内容却不是学习毛选，而是“清扫街道，擦洗公物”。至此，雷锋被国家发了一张“好人卡”。他被剥夺了政治属性，不再与“继续革命”的叙事相捆绑，不再执着于“斗争”，甚至其“忠诚”也不再重要。他不再是一个伟光正的战士形象，而转变为了一个日常生活中的“好人”典型。八十年代的宣传频频提到“雷锋就在我身边”，这种在日常生活中发掘“雷锋”的宣传策略，实际上降低了雷锋本人的地位，将他拉下神坛，让他“飞入寻常百姓家”。

与雷锋形象转变互为表里的另一重变化则在于，随着以邓小平为首的新领导层对毛时代群众运动路线的否定，“运动”一词很少再出现于政治宣传之中，毛时代的“学雷锋运动”，也变成了“学雷锋活动”。“活动”不具备“运动”的激进政治基调，而仅仅是日常生活中的小高潮、小插曲。

这一时期，中宣部先后推出了多位“80年代新雷锋”，其中最著名的是航空兵朱伯儒和残疾人作家张海迪。

朱伯儒履历与雷锋相似，作为普通士兵，他勤奋刻苦、勤俭节约，被武汉军区推为典型。这次树典型与1961年沈阳军区推雷锋为忆苦典型类似，可以理解为地方单位为响应上级号召而进行的宣传工程。朱伯儒在八十年代被广泛宣传后，并没有产生长久的影响。他在荣获“新雷锋”称号后升任军区后勤部副部长，随后历任成都军区空军政治部副主任、广东军区副政委，直至退休，但并未再出现在宣传部门的聚光灯下。

如果说朱伯儒与60年代的雷锋还有一些相似，张海迪被称为“80年代新雷锋”则更加昭示着雷锋形象的演变。张海迪以身残志坚、自学成才而闻名，其写作也围绕着自己身残志坚这一主题，代表作有《生命的追问》、《轮椅上的梦》。这些作品不仅与雷锋对党、对毛主席的忠诚毫无关系，甚至与雷锋乐于助人、毫不为已的品质也扯不上关系。张海迪与雷锋之间缺乏联系却又被强加了联系，这清楚地表明，“雷锋”已经成为了最普遍意义上“好人”的代名词。

在80年代后，雷锋这一形象仅有的一次恢复其“忠诚”、“立场坚定”的含义，是在六四事件风波中的1989年。此时的解放军明显再次感受到了“讲政治”的必要性，因此在这一年的总政治部会议上，“向雷锋学习的活动”再次与“‘共和国卫士’精神”、“爱国主义”、“革命英雄主义精神”挂钩。

而90年代以后，雷锋的形象再次回归八十年代的“普通好人”，并且越来越进入大众的日常话语。David Palmer和Rundong Ning的研究认为，“学雷锋”在九十年代之后被多次提及，与“志愿服务”这一概念受到推崇密切相关。在2000年，共青团中央甚至将每年的3月5日（学雷锋纪念日）定为“中国青年志愿者服务日”。

然而在志愿服务背后，雷锋形象的再次流行还有更深的根源。志愿服务的兴起本身与中国政府对另一个概念的推崇有关，这个概念就是“人口素质”。在90年代，“素质”成为“精神文明建设”的核心，表达了政府试图推行一种新的社会标准，以规定什么是“好的”、“文明的”公民行为。以志愿服务（也可以说是软化了了的义务劳动）为基础的公益建设，是提升人口素质的重要部分。在这种新的精神文明建设中，雷锋的形象再次发生微妙的变化，从一个“好人”变了一个“高素质”的“好公民”。这种高素质，给了新时代的青年人以优秀的学习榜样。

另一方面，雷锋的形象在90年代以后，变得愈发流动和漂浮。这不仅是说这一形象没有固定的内涵，也是指他逐渐融入大众文化之中，以一种愉快的、甚至是漫画式的形象出现。2001年，歌手雪村的《东北人都是活雷锋》横空出世，其以Flash动画制作的MV广泛流传于网络。在MV动画中，雷锋的图像虽然没有直接出现，但歌曲中的“一个东北人”身穿绿色军大衣、头戴绿军帽的形象，极易让人联想到雷锋身穿军大衣的著名照片。这对于其他宣传榜样、英雄人物，都是不可想象的。事实上，“活雷锋”这个今天人们时常挂在嘴边的表达，也表明了雷锋的特殊——我们很难想象其他英雄人物以这样的方式出现于日常语言中，“活董存瑞”、“活张思德”、“活王进喜”，无疑都有违人们对于英雄人物的理解。

长久以来，中国文化界缺少一种政治漫画的传统。政治人物是严肃的、是高于生活却不源于生活的，因而

无法被漫画化。然而从60年代起对雷锋的宣传，却在无意中打破了这种局限。三年饥荒之后的几年里，由于鼓舞士气的需要，宣传往往采取轻快活泼、群众喜闻乐见的形式。而如前所述，雷锋之所以被推出，其原因之一也是雷锋的事迹离普通人并不遥远。他完成这些事迹，并不需要是一个模范军人，作为工程兵的他甚至更像一名普通工人。而当雷锋的形象摆脱了阶级斗争话语、成为一个“好人”、继而成为一个“好公民”之后，这一形象本就不多的神圣性光环就进一步减弱，成为一个绝无仅有的漫画式的榜样形象。



2002年11月10日，北京的潘家园市场的一位现代艺术品经销商，向顾客展示了一幅共产党偶像雷锋的画作。摄：Mark Ralston/South China Morning Post via Getty Images

雷锋将往何处去

时至今日，雷锋仍然展示着一种轻松愉快的形象。雷锋逝世60周年的8月15日，[人民日报社旗下的《环球人物》杂志](#)所发的纪念文章将雷锋称为“你不知道的‘时髦小伙’”。但有趣的是，在今天的政治宣传中，这种轻松愉快的基调已经并不鲜见。不仅是雷锋，很多重要的政治人物，包括中央领导，也包括习近平本人，都被媒体用“你所不知道的xx”的语言进行包装。在这种新的政治宣传中，“政治人物也有平易近人的一面”成为广泛流通的话语范式。它侧重生活细节，试图让读者对所宣传的政治人物产生亲近感。新媒体宣传中的新锐，比如环球时报、共青团中央，都是这种流行式宣传的佼佼者。

在这种侧重亲近感的宣传之中，雷锋已经显得不再特殊。在所有政治人物都可以通过包装获得亲近感的时代，宣传不需要再通过榜样事例本身的平易近人来鼓舞士气。然而，这种基于包装的亲近感，与80、90年代雷锋宣传中自身所带有的亲近感本质不同。不论雷锋的故事中可能有多少后来添油加醋的成分，雷锋的宣传之所以成功，是因为它至少部分可以视为是“源于生活的”。而今天的流行性宣传，虽努力做到姿态上不高于生活，却仍然无法在根源上源于生活。

然而从读者的阅读体验来说，在新形式的流行式宣传里，“雷锋也是‘时髦小伙’”与“习主席年轻时也很帅”给读者带来的“亲切感”没有太大区别，无论雷锋本质上与习近平多么不同。这让雷锋不再是宣传工作中最显眼的特例。80、90年代曾造就雷锋长盛不衰形象的因素，多多少少包含了当时宣传中亲切感的缺失，然而今天的宣传部门，在某种程度上已经解决了这个问题，不再需要雷锋填补空白。

此外，“志愿服务”的热度，在2000年代后也在逐渐降低。2008年汶川地震时，不受指挥的公民自组织虽然成功帮助政府解决了大量当时的实际问题，但公民社会在没有政府管理时仍然可以运作，这样的可能性却是国家不愿看到的。因此，在习时代之后，志愿工作和公益，就逐渐失去了官方的背书。此时，在最近二十年间被广泛解读为“志愿者精神”的“雷锋精神”，想必也不会得到很多重视。

雷锋是一个流动而多变的偶像。从“立场坚定的战士”到“好人”再到“好公民”，雷锋的形象经历过复杂的变化。习近平上台后的十年里，基于立场、忠诚和斗争的意识形态再次成为思想工作的重点。或许有一定的可能，当宣传部门再次想起雷锋时，那个“爱憎分明立场坚定”的“毛主席的好战士”，会再次出现于台前，给这个人物赋予一个古老的新含义。

参考文献：

Hellbeck, Jochen. *Revolution on my mind: Writing a diary under Stalin*. Harvard University Press, 2006.

Palmer, David A., and Rundong Ning. "The Resurrection of Lei Feng: Rebuilding the Chinese Party-State's Infrastructure of Volunteer Mobilization." In Grzegorz Ekiert, Elizabeth J. Perry, and Xiaojun Yan, eds. *Ruling by Other Means: State-Mobilized Movements*. Cambridge University Press (2020): 314-344.