

肆、文化

- 中國大陸積極透過各種途徑強化愛國主義教育，貫徹習近平新時代中國特色社會主義思想。
- 中國大陸網路短視頻行業蓬勃發展，陸網信辦6月啟用「青少年防沉迷系統」，防範未成年人沉迷網路，惟社會大眾普遍反映效果有限。
- 中共因應「十一國慶」，抓緊輿論步調，媒體環境更形嚴峻。
- 官方政策導致不確定因素充斥，影響產業發展，中國大陸影視產業發展前景面臨挑戰。

一、高層文化

◆ 中國大陸藉由公布官方指導文件，強化思政課程師資與教學方法，激發學生愛國主義並貫徹習思想

中國大陸近期積極透過各種管道，加強推動愛國主義教育及中國社會主義思想。中共中央政治局於今（2019）年9月召開會議，審議「新時代愛國主義教育實施綱要」，強調要在廣大青少年中開展深入、持久、生動的愛國主義教育，讓愛國主義精神牢牢紮根。並強調，要使愛國主義成為全體中國人民的堅定信念、精神力量 and 自覺行動；要激發全體人民愛黨愛社會主義的巨大熱情（中央社，2019.9.24）。

中共中央辦公廳、國務院辦公廳於8月印發「關於深化新時代學校思想政治理論課改革創新的若干意見」（下稱「意見」），及中共教育部黨組於9月公布「新時代高校思想政治理論課創優行動」工作方案」（下稱「方案」），均直接從學校課程著手，試圖透過思政理論課（下稱思政課）貫徹黨國主義思想。

「意見」明確指出，應堅持中共對思政課建設的全面領導，把加強和改進思政課建設擺在突出位置，還要「全面推動『習近平新時代中國特色社會主義思想』進教材、進課堂、進學生頭腦，把社會主義核心價值觀貫穿國民教育全過程」（中央社，2019.8.15；自由時報，2019.8.15）。

為貫徹上述信念，「意見」與「方案」除重申習近平時代的中國特色社會主義思想外，亦聚焦於教師身上，將提升思政課的師資培訓、教師評價，以及教師教學方法作為推動主軸。各教育階段的思政課程應採取一體化建設，從小學開始循序漸進地培養學生具備愛黨、愛國、愛社會主義的道德情感、思想意識、政治

認同及使命感。為達成前述目標，要加快壯大學校思政課教師隊伍，教育部門也需推選年度思政課教師典範，發揮宣傳與示範作用。甚至每兩年展開一次全國高校思政課教學展示活動，引導思政課教師潛心從教（新華社，2019.9.16）。

對此，部分省份和學校舉辦思政課教學比賽、課程設計競賽（雲南日報，2019.9.10；中國教育新聞網，2019.9.23），或票選思政課教師人氣王（南方網，2019.9.16）。媒體也加強宣傳具代表性的教師典範，並於字裡行間凸顯這些教師溫暖、正面的形象。例如報導特別指出，任教於中國大陸某所小學的刁姓教師，是學生心中的「鄰家姐姐」，她將思政課融入語文教學，透過文本的選讀，讓孩子在課文中築起「中國夢」（北京青年報，2019.9.9）；某曲姓高校教師則自掏腰包獎勵貧困學生，授課時改變思政課原本枯燥乏味的課程內容，以小故事講出大道理，廣受學生歡迎（香港文匯報，2019.9.10）。從這些案例不難看出，中國大陸策略性地透過教師的人格魅力來提升思政課的親和力、吸引力、感染力（人民日報，2019.9.11），進而達成其政治目的。

除了以教師作為灌輸意識形態的媒介，學生活動也成為重要的宣傳工具之一。各高校近期展開的「青春告白祖國」系列活動，即是以中國大陸教育部「小我融入大我，青春獻給祖國」主題活動為切入點，各地高校學生透過分享實踐體驗和成果，強化對中國社會主義的認同，使「四個自信」更加堅定（北京新浪網，2019.9.9；人民日報，2019.9.16；四川新聞網，2019.9.21）。

近來部分評論指稱，中共內部政治氛圍近期趨嚴，由於習近平正面臨中美貿易戰、香港抗爭等內外問題，因此更加強穩固共產黨內秩序與忠誠之作為（自由時報，2019.8.15）。然而，學校教育核心應該是道德教育，而不是中共宣揚「紅色文化」教育，中國大陸的學生沉浸在學校傳授的那套「紅色文化」中，被關在中共自成一套系統的封閉網路裡，對真實世界將一無所知（青年日報，2019.9.1）。最終恐將如同旅澳學者馮崇義副教授所言，從幼兒園開始的幾十年的社會化過程，愛國主義灌輸的教育，讓中國大陸學生喪失了判別是非善惡的能力（美國之音，2019.9.2）。

二、通俗文化

◆中國大陸網路短視頻行業蓬勃發展，陸網信辦6月啟用「青少年防沉迷系統」，社會大眾普遍反映效果有限

隨著網路時代和資訊社會到來，中國大陸網絡短視頻、線上遊戲產業蓬勃發展，惟青少年沉迷網路遊戲、長時間觀看網路視頻，網路音頻行業亂象頻出（例如，部分網路音頻平臺的管理制度形同虛設，任由未成年人註冊、訪問各類良莠不齊的內容等問題），逐漸成為一

個嚴重的社會問題，引發各界關注。對此，中國大陸國家網信辦於2019年3月指導並組織抖音、快手、火山小視頻等短視頻平臺試點上線「青少年防沉迷系統」（督促平台嚴格執行每日彈窗提示，引導家長和青少年逐步習慣這種方式。同時，推廣精選的音樂、書法、繪畫等方面內容，為青少年特別是貧困山區留守兒童提供服務，新華社，2019.6.28、人民日報，2019.7.17）。6月指導西瓜視頻、好看視頻、嗶哩嗶哩（bilibili）、秒拍等14家短視頻平臺及騰訊視頻、愛奇藝等4家網路視頻平臺，計有21家主要網路視頻平臺上線該系統，以加強對青少年的網路保護力度（人民日報，2019.7.18）。

相關調查顯示，中國大陸網民中未成年人首次上網年齡明顯提前。中國大陸共青團中央維護青少年權益部、中國互聯網絡信息中心今年3月發布研究報告指出，當前中國大陸未成年網民規模為1.69億人，未成年人的互聯網普及率達93.7%，遠遠高於同期全國人口的互聯網普及率（57.7%），只有不到7%的未成年人沒上過網。近9成的未成年網民會使用互聯網從事學習相關活動，其中20%的青少年表示「幾乎總是」在看短視頻，「每天看幾次」的比例也接近10%。其次，中國大陸互聯網絡信息中心發布統計報告顯示，截至2018年12月，中國大陸短視頻用戶規模達6.48億，用戶使用率高達78.2%，2018年下半年用戶規模增長率達9.1%；近期發布「中國移動互聯網2019春季報告」則顯示，2019年3月，中國大陸移動互聯網用戶有36.6%的總使用時數花在「短視頻」部分，以上數據顯示陸方青少年對短視頻的喜愛程度，短視頻已成為近年來中國大陸風靡的移動應用（人民日報，2019.7.18、中國網信網，2019.8.24）。

短視頻滿足很多青少年的好奇心，又非常符合注意力法則，不到幾秒鐘，亮點就會出現。一些短視頻APP往往具有非常順暢的用戶體驗，上下一劃就能切換內容，此外還能根據演算法，按用戶偏好推送相應的內容，然而青少年時間管理觀念、自控能力較差，若無家長的管理、引導，很容易深陷其中，並受到不良信息誤導（中評網，2019.7.20）。有學者認為，在即時性很強的短視頻平臺上，內容傳播具有瞬間的爆發力。短視頻多採用用戶生產內容模式，每個用戶都有發布內容的權利，完全超出傳統專業生產內容模式下行業和企業監管範圍。這種傳播幾乎不受限，爆發力、示範效應驚人，對尚不具備完全分辨是非能力的未成年人而言，影響會更大。當短視頻成為一種在未成年人中廣泛傳播的文化元素時，就具備準公共產品的屬性。針對這類準公共產品，社會各方面應該各負其責，推動未成年人保護的多中心治理（中國社科院社會學所青少年與社會問題室副主任田豐，人民日報，2019.5.17）。

「青少年防沉迷系統」上線以來，約4.6億視頻用戶每天首次啟動應用程式

時都能收到系統提示，引導家長及青少年等560萬人次訪問青少年模式引導頁。進入這一模式後，用戶使用時段、服務功能、在線時長等均會受限，且只能訪問青少年專屬內容池（中國網，2019.7.4、經濟日報，2019.9.17）。在專屬內容中，長影片平臺只能選擇「弘揚愛國主義、宣揚英雄人物的優秀電影、電視劇」。短影音平臺側重為青少年提供課程教學、書法繪畫、親子教育、人文歷史、傳統文化、手工製作、自然科普等「寓教於樂的優質內容」（中央社，2019.5.28）。但對於不想被管理的青少年、缺乏家長指導的農村留守兒童等群體來說，防沉迷系統效果有限。單憑一個系統設置，很難徹底消除青少年對短視頻的依賴。短視頻及各種網絡娛樂方式，已緊密地伴隨當代青少年的成長，成為他們的一種生活方式。中國消費者協會此前針對50款網遊產品進行測評顯示，強制實名遊戲不足4成，且有1/3的強制實名遊戲未啟用防沉迷時長提醒及強制退出機制。中國大陸網信辦表示，各個平臺技術研發能力存在差異，青少年防沉迷系統需依靠用戶自主選擇才能發揮作用，在利用大數據分析、人工智能、人臉識別等技術，主動發現未成年用戶方面存在不足，並有技術安全漏洞、大規模推廣成本高、推薦內容缺乏分級等問題（人民日報海外版，2019.7.1、人民日報，2019.7.18）。

此外，今年中國大陸全國兩會期間，全國政協青聯界別提交「關於預防未成年人沉迷網路遊戲的提案」，建議對未成年人擔任網路主播作出明確的禁止性規定。北京青少年法律援助與研究中心發布「中國未成年人網路保護法律政策研究報告」建議，對於14歲以下兒童應限制開直播、發視頻。該報告認為，未成年人網路保護不僅是限制，而是要強化引導。應在保證個人信息安全的前提下為未成年人提供網絡娛樂空間。對於未成年人的網絡直播、發視頻等娛樂行為，監管重點應是內容而不是主體，建議在立法中區別對待（中國青年報，2019.8.21、新京報，2019.8.25）。有評論指出，大多數家長關注的未成年人網路保護首先就是防沉迷，很多家長甚至關注的是如何限制未成年人上網時間。但為什麼孩子越來越沉迷網路？歸根結底是現實社會各種問題的集中反映。沉迷短視頻背後，往往有逃避現實的動機，家長應著眼於解決青少年成長中的實際問題，學校教育也要努力激發孩子的興趣，讓孩子從學習中獲得更大的成就感與價值感（北京青少年法律援助與研究中心主任佟麗華，新京報，2019.8.25、光明日報，2019.9.12、人民日報，2019.7.17）。

短視頻容易上癮，但並非洪水猛獸，相關專家表示，除修訂完善防沉迷系統，也需要各方共同努力，幫助那些自控力較差、沉迷網路的孩子。例如在安徽亳州譙城區，各個學校舉辦各類預防學生沉迷網路主題教育活動，其中不少內容與

短視頻防沉迷息息相關。學校利用班班通、校園廣播、宣傳櫥窗等形式，結合具體案例，分析沉迷網路的負面影響，幫助學生正確認識網路的作用，引導學生自控自律、健康上網。學校透過開展家訪、召開家長會、發放倡議書等方式，提醒每位家長承擔起對孩子的監管職責，幫助家長提高自身網路素養，掌握沉迷網路早期識別和干預的知識。事實上，短視頻正在逐步成為人們利用碎片化時間學習的一種方式。有調查顯示，關注生活常識、興趣愛好、人文風俗等輕知識類內容的短視頻用戶比重超過五成，80%以上的用戶在短視頻平臺上學習過生活小技巧（人民日報，2019.7.17）。防沉迷不應僅是一場技術攻防戰，防沉迷的治本之策，應是家長、學校、社會相關各方都參與提升青少年網路素養教育，並正確引導青少年使用網路資源，任何一個技術手段，如果沒有社會各方輔助，都難以消除這種行為習慣（人民日報海外版，2019.7.1；新華網，2019.5.17）。

三、大眾傳播

◆因應「十一國慶」，中共加大媒體管控，舉凡出版、網路、影視皆有嚴管動作制

因應「十一國慶」，中共「維穩」態勢升級，緊抓傳媒領域，嚴控輿論步調。每年中國大陸電影市場最火熱的暑假檔期，今年吹起陣陣寒風，原本已磨刀霍霍的中國大陸自製電影「八佰」、「少年的你」、「小小的願望」和「刀背藏身」等，因美化國民黨、涉及校園霸凌等不同原因，在上映前無預警慘遭撤檔（風傳媒，2019.7.29）；而在今年坎城影展獲最高榮譽金棕櫚獎的韓國電影「寄生上流」，亦因觸及社會貧富差距的敏感神經，最終仍無緣在青海影展與中國大陸觀眾見面（風傳媒，108.7.30）。

此外，高舉掃黃打黑大旗的中國大陸監管機構，繼去年整頓遊戲產業後，今年開始對網路文學和媒體啟動全面審查。在中國大陸頗具名聲的電子書平臺APP商-「趣頭條」推出的「米讀小說」、抖音母公司字節跳動推出的「番茄小說」及號稱有3千萬用戶的「晉江文學城」，7月中旬先後遭北京市、上海市「掃黃打非」辦公室聯合網信辦、新聞出版和文化執法等部門約談，要求針對「傳播網路淫穢色情出版物」等問題進行嚴肅整改，並被勒令停業半個月至3個月，以防止有害作品流通，但因「有害作品」定義含混，實已造成「自我審查」的寒蟬效應（自由時報，2019.7.20）。

為了加強所謂的精神文明建設，讓過度發展的宮廷劇降溫，中國大陸「限古

令」的要求自今年初始，即在影視圈如火如荼展開，7月29日中共廣電總局更進一步發布通知，明確指出為慶祝「中國建國70周年」，中央部門選出劇集86部，供全大陸各級電視臺及各省衛視選購及播出，且自8月1日起展開為期100天的「百日展播」活動，期間所有娛樂性較強的古裝劇、偶像劇一律停播（ETtoday 新聞雲，2019.8.2）。

除了娛樂領域的限縮外，網路言論的審查更是愈發嚴苛，6月6日中國大陸知名財經網站「華爾街見聞」疑因「刊登過多時政新聞」不符財經範圍而遭整改（信傳媒，2019.6.12）；6月底德國第一電視臺（ARD）的「每日新聞」（Tagesschau）網站和相關手機APP因報導香港「反送中」相關示威，在中國大陸被封鎖（中央通訊社，108.6.27）；7月「每日英語聽力」和「環球老虎財經」也因違規轉載大量境外時政新聞、爆料揭露內幕等問題，被上海網信辦約談、下架並處以罰款（聯合新聞網，2019.7.16）。

傳媒領域雷厲風行的嚴管措施，雖然營造了中國大陸表面歡樂、團結的氣氛，但因此造成的產業損失、引起的民怨，反而成為社會發展潛在的不穩定因子，隨時可能引爆。

◆在政策高壓、市場低迷複雜環境中，中國大陸影視產業發展面臨瓶頸

中國大陸各大影視傳媒類上市公司，不久前陸續在資本市場公開2018年營業績效，呈現利潤和股價都大幅下滑，統計文化傳媒板塊市值一年累計跌幅超過40%，眾多公司在影視製作業務上缺乏亮點，即便處於孵化期和籌備期的優秀項目也不多，整體影視行業進入調整期，面臨許多挑戰（環球時報，2019.7.26）。

事實上，中國大陸影視發展的下滑趨勢到了今年亦未減緩，7月間發布的大陸影視公司半年報顯示，影視龍頭中華策影視、華誼兄弟、唐德影視、中南文化、北京文化、印記傳媒、長城影視、當代東方、驊威文化等9家出現虧損，光線傳媒、慈文傳媒、觀瑞世紀、萬達電影、幸福藍海等5家業績腰斬（旺報，2019.7.17）。反應在消費市場上的是上半年，中國大陸電影市場總票房為311億元，比同期下降2.7%；觀影人次則從去年同期的9億人次下降到8萬人次，降幅達10%。媒體分析，行業門檻太低，只要有錢就可以成立影視公司，最終造成影視公司數量氾濫成災、產能過剩，而從2018年開始，不確定因素充斥，包括天價片酬、高額應收帳款、稅收稽查、融資環境低迷等，再加上監督單位不斷推出各種指導意見都讓發展環境雪上加霜（旺報，2019.7.25）。

龐大的人口基數，向來是中國大陸影視市場最誘人的標的，它是全球電影市

場成長最快速的地區，任何國際娛樂企業都無法承擔忽視中國大陸消費需求的代價，但此得天獨厚的先天優勢，卻在人為刻意干擾中難逃持續損傷的命運。CNN直言，中國大陸電影從拍攝到上映前，都必須經過廣電總局一連串的審查，即使劇本已經過核准，在電影拍攝過程、甚至拍攝後，該總局都仍有權做任何更動。此次華誼兄弟出品的抗戰愛國電影「八佰」，早在4、5年前即準備開拍，當時必定通過審核，如今仍遭突然撤檔，令廠商無言，並使已出現債務壓力的投資公司，營運狀況更加岌岌可危（風傳媒，2019.7.29）。

面對中國大陸影視產業發展出現危機的情形，大陸學者雖開始呼籲業界應趁此時間調整體質，從充實內容、跨業結合、運用新科技、開發新型態產品類型等方面著手，未來發展則不悲觀。但若官方仍堅持意識形態凌駕產業專業及市場需求，突發或更嚴格的審查機制層出不窮，今日片商華誼兄弟的窘境將是未來中國大陸影視環境的縮影。

（文教處主稿）