

肆、文化

- 中國大陸近年持續加強校園意識形態管控，落實黨對教育工作的領導。近期陸方教育部公布核准多所高校修改章程，復旦大學章程刪改「學術獨立和思想自由」，引起軒然大波。
- 中國大陸網紅現象帶動網紅經濟，挑戰道德底線引發社會爭議。
- 中共加強媒體監管，提昇意識形態控制力，記者換發記者證須通過習近平思想考試。

一、高層文化

◆ 中國大陸近年加強校園意識形態管控，落實中共對教育工作的領導，並核准多所大學修改章程

中國大陸近年除陸續發布「關於當前意識形態領域情況的通報」、「關於加強和改進新形勢下高校思想政治工作的意見」、「高校思想政治工作質量提升工程實施綱要」等政策文件外，習近平亦於2016年的「全國高校思想政治工作會議」、2018年的「全國教育大會」上指示「我們的高校是黨領導下的高校」、「全面加強黨對教育工作的領導」。落實在政策的作法則包括撤換高校黨委與校長等領導層、打壓與監控授課教師與行政人員、對學生增加政治審查與政治課程等方式，以加強校園意識形態管控。

2019年2月，中國大陸教育部長陳寶生發表署名文章「把高校建設成為堅持黨的領導的堅強陣地」，強調要「加強黨對高校的全面領導，使高校成為堅持黨的領導的堅強陣地」，更確立「高校姓黨」的重要原則。

2019年12月17日，中國大陸教育部於官網公告核准復旦大學、南京大學等多所大學之章程修改，內容加入「學校堅持中國共產黨的領導」及辦學是為黨治國理政服務。其中復旦大學章程中原有的「學校的辦學理念是其校歌所傳頌的學術獨立和思想自由，強調學術的價值在於探究真理，守護文明，正誼明道，不計其功」遭到修改，「思想自由」被刪除。此外，章程修改後加入的內容包括：「學校堅持中國共產黨的領導，全面貫徹黨的教育方針...為中國共產黨治國理政服務.....」等（中央社，2019.12.18）。

復旦大學修改章程一事，在中國大陸引起熱烈議論，因為復旦長期以來一直被譽為「中國大陸思想最開放的學校之一」，許多網友都擔心這是復旦衰落的開

始 (Quartz, 2019.12.18; 中時電子報, 2019.12.18), 於是在微博、微信大量轉發復旦的校歌以表達無言的抗議, 復旦學生更聚集在食堂, 高唱復旦官方校歌, 歌詞包括從學校章程中被刪除的「思想自由」一詞 (紐約時報中文版, 2019.12.19)。嗣後復旦大學針對學校章程修改一事, 發出聲明表示:「章程修訂體現了黨的十九大和全國教育大會精神, 進一步突出了黨對學校工作的全面領導、突出了立德樹人根本任務」(中央社, 2019.12.19)

中共官媒環球時報總編輯胡錫進針對復旦大學改章程事件, 發文批評涉事幹部有所偏差, 認為他們「需要全面領會中央的精神, 在思想上做一番檢討和校正」; 建議各級機構做事情, 一定要考慮群眾的感受, 以及輿論的感受。要努力把黨和政府與人民群眾溝通起來, 不要為了追求極限的「政治正確」, 做出「粗糙的意識形態工作」, 引起群眾的反感 (中央社, 2019.12.18)。

然而, 向來給人思想開放印象的復旦大學改「姓黨」, 仍不免讓人感到遺憾。現於美國任教之復旦校友便認為, 此次章程修改顯示復旦站在當今中國大陸「意識形態戰役的風口」, 因為復旦的歷史賦予其更趨向西方普世價值、更開放的傳統, 使其在上海乃至中國具有保守封閉還是更開放的「符號意義」。他擔憂符號一旦變更, 「下一步是行動」。他又形容章程修改為「愚昧」, 認為實現輿論、思想的完全統一, 黨對大學實行「微觀控制」, 會使大學學術研究變得機械化, 喪失創造性的空間, 對民族思想的進化進步影響極深 (明報, 2019.12.19)。

中共中央、國務院於2019年印發「中國教育現代化2035」, 宣示中國大陸將在2035年成為「教育強國」, 然而外界所看到的, 卻是學術思想自由愈來愈緊縮, 不但學校要「堅持黨的領導」, 就連學生都要「聽黨話、跟黨走」, 長此以往, 恐將對中國大陸的學術教育發展造成傷害。

二、通俗文化

◆ 中國大陸網紅現象帶動網紅經濟, 挑戰道德底線引發社會爭議

「網紅正在主掌世界！」這是出現在2019年7月美國紐約時報的新聞標題。如何善用「網紅」? 逐漸成為新形態的銷售通路, 「網紅」導購也成消費市場崛起新勢力。目前各界對「網紅」一詞尚無明確的定義, 一般而言, 「網紅」多係指在現實或網路生活中, 因某個事件或某個行為而被網民關注並走紅的人 (「網紅店」則是指那些在互聯網有著高人氣的店鋪, 包括餐廳、咖啡廳、奶茶店、民宿等) (人民日報海外版, 2019.5.20)。Klout (美國於2008年成立於美國的一家社交影響力評估服務的公司。通過Klout

，可以看出在社交媒體上的影響力，從0-100的分數，測試在社交媒體上的影響力指數）公布「2019網紅電商生態發展白皮書」中，「網紅帶貨」係指「網紅電商」，即具備網絡影響力的內容生產者透過內容或電商平臺，為用戶推薦、售賣產品。「網紅電商」的主體包括自媒體、直播主播、明星、名人、網店掌櫃、專業人士和草根紅人等。近20年間，網紅的發展經歷從1.0時代到4.0時代的快速迭代。「網紅」正逐漸成為一種專門職業，「網紅」的經營管理方式也從個人創作向團隊化、企業化經營過渡。在網絡社交平臺上發布內容、積累粉絲、創造個人品牌影響力，再通過商業渠道實現粉絲流量的變現，已成為眾多一線「網紅」的致富之道（新華網，2019.10.31）。

近年中國大陸「網紅」如雨後春筍般興起，並透過粉絲點擊網路流量變現、網路直播帶動網路交易熱潮，其變現途徑就是將粉絲的關注轉化為購買力。「2019年淘寶直播生態發展趨勢報告」指出，2018年淘寶直播平臺帶貨超千億，同比增長近400%，創造一個全新的千億級增量市場。2018年加入淘寶直播的主播人數較此前一年勁增180%，月收入超過百萬的主播超過100人。淘寶直播不僅帶動女性、農民就業，還為各行各業創造人人可參與的新就業模式（新華網，2019.10.28）。以2019年為例，最大的超級網紅是「口紅一哥」帶貨網紅李佳琪，另一位則是田園短視頻博主李子柒，網紅帶貨不僅帶動經濟還帶動另類的文化輸出，近來受官媒熱捧、以古風打扮與農村生活影片為賣點的中國大陸農村網紅李子柒，擁有不少海外粉絲，讓數百萬外國人愛上中國，讓「田園生活的詩意再現」，甚至中國大陸央視新聞也站出來為李子柒蓋章官方辯護，似有意使她成為官方認可的中國文化「代言人」。根據NoxInfluencer數據（針對Youtube 頻道提供強大的分析工具，不僅免費且使用簡單，為一套能幫助發展中或剛起步網紅的平臺，與同類型的YouTuber做比較分析）顯示，李子柒頻道已在YouTube粉絲數排名第一（約有825萬訂閱者），估計每一則視頻的收益預計可達13.4萬美元（世界日報，2019.12.15、金融時報中文網，2019.12.24）。

2019年3月，香港南華早報報導指出，6成以上的中國大陸消費者樂於接受「網紅」，而在美日兩國，該比例不到5成和4成。有評論認為，「中國知名網紅收入以分鐘算」、「中國大陸是全球網紅經濟的發動機也是世界第一網紅經濟國。」（德國自由大學網絡經濟學者特洛伊卡·布勞爾，環球時報，2019.6.25）。根據Klout發布「2019網紅電商生態發展白皮書」顯示，2018年網民規模達8.29億人，網絡購物用戶規模達6.1億人，平均每100個網民有73人選擇網絡購物。2015年以來，實物商品網絡零售額占中國大陸社會消費品零售總額的比例從8.04%猛增到2018年18.4%（人民日報

海外版，2019.10.31）。

在「網紅」熱潮下，亦引發許多爭議現象，網絡與銷售言論成為社會焦點議題，中國大陸社會科學院主辦，社科院科研局、社會學研究所，社會科學文獻出版社發布「社會藍皮書：2019年中國社會形勢分析與預測」報告指出，針對中國大陸大學生羣體追捧「網紅」現象，2017年近4成中國大陸大學生曾關注「網紅」，其中，8%大學生每天都查看「網紅」動態，16%大學生每週至少查看1次，每月查看一次的大學生占5.5%（中央通訊社，2018.12.25；新華網，2018.12.26）；中國大陸「網紅」經濟也陷入「審丑螺旋」（網絡丑星以發布自己丑態來吸引網民眼球，藉以受到一些網民尤其是青年網民圍觀與盲目追捧），擁有1,100萬粉絲的「斗魚」主播陳一發，因曾在直播中把南京大屠殺、東三省淪陷等作為笑料，而被斗魚封禁（「斗魚」是中國大陸武漢地區，以遊戲直播之彈幕式影片分享網站）。網絡主播李天佑曾在直播中以說唱形式描述吸毒，被央視點名後被所在平臺封禁（澎湃新聞，2018.9.28）；另對於「網紅」直播帶貨引發的假貨爭議，中國大陸國家市場監督管理總局於2019年10月17日表示將進行嚴管，特別針對「網紅」食品安全違法行為進行重拳出擊，「刷單」、「假評論」等違法行為將受到查處。中國大陸官方指出「網紅」帶貨存在幾個「大坑」，包括虛假宣傳泛濫，產品質量不過關、直播數據造假成災，其中暗藏灰色產業鏈、付款方式隨意，退換貨維護權益難等。中國大陸官方除下令嚴管之外，輿論紛紛關注在虛假訊息與假貨爭議下，「網紅」帶貨什麼時候會翻車（多維新聞網，2019.11.18）。

2019年6月至11月，中國大陸國家市場監管總局等8部門聯合開展2019網絡市場監管專項行動（網劍行動），嚴厲打擊網上銷售假冒偽劣產品、不安全食品及假藥劣藥。中國大陸最高人民檢察院、國家市場監管總局、國家藥監局將於2019年9月至2020年12月，在全國聯合開展「落實食品藥品安全」、「四個最嚴」要求專項行動，對網紅食品安全違法行動進行重拳出擊。中國大陸國家法律和相關部門的監管正與「網紅」帶貨中的不法行為「賽跑」（新華網，2019.10.31）。

網路時代改變營銷與商業模式，同時也對社會民生造成或大或小的變革。中國大陸「網紅」的產生是互聯網技術和新媒體改變消費的行為，也對商業模式和經濟行為產生變化。網絡世界帶來的爭議，社會規範也得與時俱進。官方應看到問題，並思考監管方式；對於網紅直播主，更應該自制，瞭解販賣假貨與進行虛假宣傳的後果與社會責任；對於民眾而言，在資訊紛亂狀態下，應增加自身訊息判斷能力。

三、傳播媒體、意識形態、網際網路

◆ 中共加強媒體監管，提升意識形態控制力，記者必須通過「學習強國」App習近平思想考試，始得換發記者證

習近平上臺後收緊新聞管控，2016年初，習近平接連視察中央電視臺、新華社和人民日報社等三大中央媒體，發表講話：「黨和政府主辦的媒體是黨和政府的宣傳陣地，必須姓黨」（德國之聲，2019.10.14），要求媒體「絕對忠誠」。

中共中央宣傳部傳媒監管局2019年8月23日發出「關於在『學習強國』學習平臺創建和認證新聞採編學習組織的通知」（中央社，2019.9.18），中國大陸國家新聞出版署並於2019年10月11日發布「關於開展2019年新聞採編人員崗位培訓考試的通知」（BBC，2019.10.14），要求新聞單位編採人員，必須通過中央宣傳領導人習近平思想的數位平臺「學習強國」手機應用程式考試，才能申領或換發新版記者證（自由時報，2019.9.19）。

這是中共官方首次要求新聞採編人員參加統一的線上考試，考試人員包括「全國」的通訊社、廣播電臺、電視臺、期刊與報社的人員（BBC，2019.10.14）。考試內容包含「習近平新時代中國特色社會主義思想」、「習近平總書記關於宣傳思想工作的重要思想」、馬克思主義新聞觀、新聞倫理與政策法規及新聞採編業務等五大部分，相關申請單位必須先在「學習強國」平臺上完成新聞採編學習組織的創建和實名認證（中央社，2019.9.18；新頭殼，2019.9.18）。

「學習強國」是一款由中共中央宣傳部在2019年1月推出的手機應用程式，由中共中央宣傳部主管，內容主要以習近平的「新時代中國特色社會主義思想」為主軸，並集合習近平的談話，以及其他的新聞匯集網站、即時通訊和社群網路等功能於一身，全中國大陸黨政機關公務員、共產黨員、國有企業員工和公立學校教師都必須下載，現在，新聞工作者也被強制使用該程式，用戶進行閱讀、答題和評論，便可獲得「學習積分」，這些積分被很多國營單位和學校視為考核的重要指標；批評人士指責學習強國是這時代數位版的改良版「毛主席語錄」，帶有強烈意識形態和個人崇拜（BBC，2019.10.14），旨在增強共產黨對中國人口的意識形態控制力（硬塞的網路趨勢觀察，2019.10.14）。

香港大學「中國媒體研究計劃」研究員班志遠（David Bandurski）表示，中國大陸官方將「學習強國」與記者證考核結合起來，其根本意義不在於內容，而是為了讓記者明白，他們的工作首先是為中國共產黨及其議程服務（BBC，2019.10.14）。

；評論家兼作家慕容雪村認為，對記者忠誠度的測試是延續中共加強意識形態管理的邏輯思維（德國之聲，2019.10.14）；「學習強國」App的目的在對用戶進行永久性的洗腦，提醒用戶，怎麼樣的說和思考在政治上是正確的（法國世界報，2019.10.16）。

無國界記者組織（RSF）2019年發表世界新聞自由指數排名中，中國大陸新聞自由在180個國家和地區中排名下滑到第177位，幾乎墊底（自由時報，2019.10.29）。

◆ 「學習強國」軟體暗藏後門，中共可進行大規模監控

在自由亞洲電臺（係由美國聯邦政府資助）贊助下，「開放科技基金會」（Open Technology Fund）與德國資安公司Cure53合作，在2019年9月發表關於中共「學習強國」App安卓版（註：安卓Android手機在中國大陸被廣泛使用）檢視報告，發現「學習強國」軟體暗藏後門，擁有「超級使用者」（Root）權限，可以直接讓中共官方大規模監視用戶，從每一臺手機裡觀看、紀錄甚至下載任何想要的資料，目前已可隨時24小時監視超過1億部手機（美國之音，2019.10.15；法國國際廣播電臺，2019.10.17）。

華盛頓郵報、法新社、無國界記者組織分別引述這份報告，直指中國政治宣傳用的手機應用程式「學習強國」，可能被中國政府用來當作暗中監控使用者的工具；這款由電商龍頭阿里巴巴為中國共產黨開發的應用程式有多項具威脅性的功能（自由時報，2019.10.29），不僅每天確實收集並發送詳細的手機使用日誌，中共官方有關部門更可以隨時檢查這些手機裡的照片、影片，即時傳送手機的地理定位、記錄通話紀錄、聯絡人，並進行遠程監聽，此外它擁有檢索其他近千個第三方App訊息的權限，不需經過使用者同意就可以控制用戶電話部份功能（硬塞的網路趨勢觀察，2019.10.14）；外界認為，這是中國大陸官方擴大數位控制公民的手段（法國國際廣播電臺，2019.10.17），而隨著數位化時代來臨，中共對人民言行的掌控將無孔不入。

（文教處主稿）