

肆、文化

- 中國大陸將「習思想」編入思想政治理論教材，並透過人臉辨識技術與「學生教學信息員」制度，強化校園監控風氣。
- 中國大陸持續嚴格管控網路文化及節目娛樂化、商業化，引發各界關注。
- 中國大陸官方主導影視創作題材，將影視劇視為黨國的宣傳工具。中國大陸在國際間不斷擴張對國外媒體的影響力，驅使外媒報導利「中」的內容。

一、高層文化

◆中國大陸將「習思想」編入高校教材，並強化校園監控

中國大陸5月14日召開「全國高校思想政治理論課2018年版教材使用培訓班」開班式，中共教育部長陳寶生表示，推動習近平新時代中國特色社會主義思想進教材、進課堂、進頭腦，是當前教育系統的一件頭等大事。要用好、講好新修訂的高校思政理論課教材，用中國特色社會主義最新理論成果武裝大學生頭腦，培養社會主義建設者和接班人（多維新聞網，2018.5.16）。媒體報導並指出，為讓「十九大」精神能在教育界落地生根，陸方將於重點高校開設「習近平教育思想」，並擬納入研究生招生計畫，讓學生深入研讀「習思想」（自由時報，2018.6.25）。

另中國大陸浙江省杭州一間學校於教室安裝人臉辨識監控系統，聲稱是為了掌握學生在課堂上的情緒狀態，以便改善教學，不僅能督促學生學習，也能監督教師教學。惟此舉招致爭議，並引發學生和家長的不滿，更有輿論認為，此事顯示中國大陸監控系統已從社會延伸至校園（東方日報，2018.5.22）。據瞭解，校方指出這套系統為「智慧課堂行為管理系統」，透過安裝在教室裡的監視器，捕捉學生的面部表情和動作，進行進一步的大數據分析，最後計算出課堂專注度偏離分析、課堂行為記錄數據及課堂表情數據等結果，提供給教師參考（新京報，2018.5.18）。

學者指出，學校或許本意是提供教師一個「智能助手」，讓教師可以更精確地瞭解學生上課的狀態，並及時調整教學。然而，監控系統本身就意味著學生在課堂上不是自主狀況，也讓教師所獲回饋數據是失真的（新京報，2018.5.18）。技術與教

育的結合必須有規範引導，使技術能服務教育，這項監控系統進入校園課堂，首先必須考量學生隱私權保障，包含這些監控數據資料能否安全使用；其次，監控下的課堂是否為會讓教學變成一種作秀式的教學，也是值得探究的問題，學生如長期在此種監控不信任的環境裡，恐影響學生的身心健康，不利學生人格發展（光明日報，2018.5.21）。

除了監控系統進入教室引發的爭議外，近期中國大陸大學傳出幾起大學教師因課堂言論而被校方處分的事件，被處分的理由包含「妄議人大制度」、「將日本民族和中華民族進行不恰當對比」等，外界認為這與大學廣布密探有關。部分學校設有「學生教學信息員制度實施辦法」，於課堂安排一名學生以「信息員」的身分記錄課堂情形，包括收集並回報「課堂教學和教學管理各環節中存在的問題」。

由於中國大陸嚴格控制校園，目前中國大陸教師多不願在課堂討論國家政策，甚至提出任何不同的意見（自由時報，2018.6.25）。據中國大陸遭學校解聘的副教授譚松表示，他所在的學校在每間教室安裝 2 個監視器，除了監控學生，亦監控教師。一名上海的大學教授對此感到憂心，他表示學生檢舉教師的狀況愈來愈嚴重，以後大學課堂不教知識，而是上演諜戰片（中央社，2018.6.3）。

二、通俗文化

◆中共國家廣播電視總局發布「關於做好暑期網絡視聽節目播出工作的通知」，遏制網路節目過度娛樂化與商業化

7 月 10 日，中共國家廣播電視總局發布「關於做好暑期網絡視聽節目播出工作的通知」，要求確保偶像養成、才藝競秀類節目，堅決遏止節目過度娛樂化和宣揚拜金享樂、急功近利等錯誤傾向，必須「導向正確、內容健康向上」才能播出。該通知並要求中國大陸各省級廣電行政部門，指導轄區內視聽網站做好暑期節目安排和引導，督促各視聽網站嚴格把關節目導向、內容，持續監測清理「低俗有害」節目，嚴防不良內容侵害青少年身心健康（中共國家廣播電視總局網站，2018.7.10）。中國大陸長期以來對大眾文化給予嚴格控管，早在 2007 年即曾針對知名選秀節目《超級女聲》的投票模式予以管控，也在新聞輿論工作座談會明確宣示「管好用

好互聯網，是新形勢下掌控新聞輿論陣地的關鍵」及「過不了互聯網這一關，就過不了長期執政這一關」，並下令網路劇比照電視劇審查，嚴禁播放輪迴轉世、同性戀、婚外情、早戀等離奇內容（多維新聞網，2018.4.11；中央社，2018.7.12）。

中國大陸泛娛樂核心產業產值約為 5,484 億元人民幣，佔數位經濟 20% 之多，（「中國泛娛樂產業白皮書」，2018.4.28），促使企業投資娛樂行銷，尤其是深受 90 後、00 後喜愛的網路綜藝節目，以取得更高的廣告轉化率，也因此成為該通知的主要管控對象（旺報，2018.4.28；中央社，2018.7.12）。陸媒評論認為，此種偶像綜藝會深刻影響青少年閱聽眾的生活觀、藝術觀、成功觀乃至價值觀，一旦出現負面素材又獲傳媒追捧和炒作，極容易誤導青少年。這種流行文化使偶像崇拜失去精神意義與嚴肅崇高的價值，造成劣幣驅逐良幣，排擠真正有醇厚韻味、有悠久傳統的節目（人民日報海外版，2018.7.16；光明網，2018.7.15）。

◆ 外界關注中國大陸對網路次文化及新媒體等各領域發展的持續箝制，認其已違反大眾文化領域普遍性、多樣性與包容性等價值觀

4 月 9 日，中國大陸令「今日頭條」、「鳳凰新聞」、「網易新聞」、「天天快報」等 4 個新聞類應用程式暫時下架，隔日更關閉廣受許多網友歡迎的娛樂類應用程式「內涵段子」，並發表聲明指稱發現其存在「導向不正、格調低俗」等問題，並將全面清理類似視聽節目產品（中共國家廣播電視總局網站，2018.4.10）。業者張一鳴發表道歉信稱：「產品走錯了路，出現了與社會主義核心價值觀不符的內容，沒有貫徹好輿論導向。」，還將審核人員編制由 6 千人增至 1 萬人，並建立黑名單制度，永久查禁違反社區價值觀的創作者。關閉令發布當晚有部分網友召集 700 多輛汽車包圍中共廣電總局鳴笛抗議，也有網友手持螢光棒，在中共文化部前舉標語抗議（中共國家廣播電視總局網站，2018.4.10；風傳媒，2018.4.13），輿論指此情已造成廣電總局被網友封為只會「一封了之」的官僚機構。中共近年已開展多次整頓網路和視聽節目的行動，多數被歸因為低俗或未能弘揚社會正能量等，例如《極限挑戰》第三季遭停播的具體理由是「內容太過娛樂化，有叛徒、有內奸，還有挑撥離間，內容上太過負能量」；《奇葩大會》也被認定內容低俗，從愛奇藝網站下架。然而諷刺的是，《厲害了，我的國》居然也遭遇禁播，該片大肆讚頌中國大陸製造業和高科技優勢，卻在中興事件反而處境尷尬。分析認為，此情揭露中國大陸在

科學技術上的落後，也暴露宣傳部門輿論引導和意識形態掌控的落後（中央社，2018.4.10；多維新聞網，2018.4.23）。

外媒報導認為中國大陸頻繁整頓媒體，查處那些社交媒體和網上批評政府的網路媒體，是改革開放和壓制言論自由之間的相互背離和矛盾（美國之音，2018.4.12）。還有分析認為，這次網路監管，可能是由中共中央宣傳部領導、廣播電視總局和互聯網信息辦公室執行的意識形態整頓，開始將監管的重點放到借助網路孕育發展的自媒體上，以及其背後層出不窮的虛假新聞，違法違規的行銷手段，低俗媚俗的傳播取向等現象，例如《紅旗文稿》的評論就指出，「黨管媒體對於互聯網基礎之上的自媒體同樣適用，要更加重視網路意識形態方面的管控。要把黨管媒體的原則貫徹到新媒體領域，所有從事新聞資訊服務、具有媒體屬性和輿論動員功能的傳播平臺都要由黨來管理」（多維新聞網，2018.4.10）。綜而觀之，中共官方對網路文化管理的全面加強，既是高層意志的體現，也是對「黨管媒體」的更廣泛實踐。然而在一般民眾的消費娛樂需求持續增加，以及網路科技快速發展的情況下，未來中共對網路文化的控管措施以及民間的相關反應，值予持續關注。

三、大眾傳播

◆官方主導影視創作題材，將影視劇視為黨國宣傳工具

6月，中共國家廣播電視總局發布「關於實施『記錄新時代』紀錄片創作傳播工程的通知」，宣告將推動紀錄片創作傳播工程。中共官方鼓勵各界拍攝謳歌黨國、紀念改革開放、講述中國人民奮鬥歷程等主題的紀錄片；官方並規劃從2018年至2022年，推出百部重點紀錄片選題。此外，該通知並延長國產紀錄片在每個電視上衛星綜合頻道的應播出時數。習近平在「十九大」報告提出「習近平新時代中國特色社會主義思想」後，大陸官方屢以「新時代」為題推動對外宣傳工作。評論認為，此次大陸官方以「記錄新時代」為主題引導紀錄片的創作，有為習繼續掌權造勢之意（芋傳媒，2018.6.13）。中國大陸以官方力量主導紀錄片選題，試圖將紀錄片作為黨國宣傳工具。

另為增加大陸影視劇在國際間播出，中共致力在各國國家電視臺開設「中國劇場」，並將中國大陸影視劇搭配當地語言播出（新華網，2018.6.13）。目前已有包含尼

泊爾、印尼、菲律賓等 30 個國家開設「中國劇場」（人民網，2018.6.15）。此外，媒體報導，中央廣播電視總臺已譯製 300 多部中國影視作品，並在 50 多個國家主流媒體播出（中國新聞網，2018.6.8）。中共官方曾表示，藉由在其他國家播放中國大陸影視劇，能讓他國人民瞭解中國大陸改革開放，並感受中國大陸發展為全球人類帶來的重要機遇（人民網，2018.6.15）。足見其欲藉由影視劇的傳播，在國際間塑造中國大陸的強國形象。

◆中國大陸不斷擴張對國際媒體的影響力，驅使外媒報導利「中」的內容

中國大陸近年為了改善其國際形象，積極對外宣傳。媒體報導，北京當局早在 2008 至 2009 年間便耗資 450 億人民幣，著手策劃「大外宣」戰略，推動國營媒體機構向國際擴張（中央社，2018.5.23）。今年 3 月，中國大陸發布「深化黨和國家機構改革方案」，其中，包括將中央電視臺、中國國際廣播電臺、中國國家廣播電臺整併為「中央廣播電視總臺」，對外統稱「中國之聲」（Voice of China）。媒體認為「中國之聲」將成為黨國巨大的宣傳喉舌（BBC，2018.3.22）。中國大陸將新聞內容製作從國內轉移到國外，也在西方主流報紙購買插頁和副刊版面（中國觀察，2018.5.23），顯示其極欲拓展國際話語權之企圖心。

評論者指出，中國大陸的大外宣應有一定成效。中國大陸耗費鉅資，透過參股、滲透、拉攏媒體人等方式影響媒體（大紀元，2018.5.27）。近十年來，觀察家發現不少國際媒體之中文版及時事評論平臺有傾「中」的趨勢（上報，2018.5.23）。曾任中共黨媒《環球時報》的外籍編輯 Peter Mattis 認為，中共的外宣機器正排擠華語世界的異議聲音，澳洲 95% 的中文媒體已經被中共統戰部門控制。此外，他也認為中國大陸「大外宣」已影響了西方人討論某些中國問題的方式和角度，尤其在特定語境下，將中國共產黨、中國、中華文明混為一談時，某種程度上說明了陸方的宣傳工程已成功主導部分國際媒體對於中國大陸問題的認知及敘事方法（中國觀察，2018.5.23）。而中共黨媒僱用外籍新聞工作人員，目的就是要以西方人的思維方式宣傳中共的主張，讓西方人更容易接受（大紀元，2018.5.25）。學者提醒，中共的「大外宣」表面上是要奪取國際話語權，實質上仍是為了宣傳共產黨的主張（中國禁聞網，2018.6.5）。學者認為，宣傳一詞意味著媒體不是中立的，它代表著對事實的扭曲（大紀元，

2018.3.21)。中國大陸並不缺媒體，缺的是新聞自由、言論自由（新唐人，2018.3.21）。中共持續擴大對媒體的控制，將更強化大陸媒體的「黨國宣傳工具」色彩。

（文教處主稿）