

肆、文化

- 為提升教育質量，中國大陸推動消除城鎮「大班額」，並計畫以「增學位」、「改條件」、「強師資」等手段，促進教育均衡發展；惟能否消除「大班額」，仍值密注。
- 中國大陸持續推進「中國文化走出去」，期提高對外文化影響力，外界憂中國大陸發展海外「銳實力」恐加劇。
- 中共中央機構改革透過中央宣傳部擴權強化意識形態控制及審查機制；並整合央視等三大官媒成「中國之聲」，以黨的宣傳機器加強輿論塑造能力。

一、高層文化

- ◆城鄉發展差距形成城市人口增加及家長對「名校」、「名師」之執著，造成「大班額」現象

隨著中國大陸城市化進程的加快，進入城市的人口逐漸增加，城區學校在有限的資源下，只能增加每班的就讀人數，城鎮「大班額」現象於焉產生，包括 66 人以上的「超大班額」，以及 56 人以上的「大班額」。「大班額」肇因於城鄉發展的差距，家長爭相把孩子往「名校」、甚至「名師」的班上送，惟班級人數的膨脹，反而損害學生的受教權益。

依據中國大陸 2002 年發布的「城市普通中小學校校舍建設標準」，小學的班額人數是每班 45 人，中學的班額人數則是每班 50 人。2011 年 3 月，「教育藍皮書：中國教育發展報告（2010）」發布，凸顯中國大陸中小學的「大班額」問題，尤以中西部地區為嚴重，而大班額、超大班額主要集中在縣鎮與城市。2017 年 4 月，「教育藍皮書：中國教育發展報告（2017）」發布，繼續關注此一問題，調查發現中國大陸中小學最高班額分別出現在河南省駐馬店市某縣某初中（平均班額達 109 人）和周口市某縣某小學（平均班額達 113 人），如以河南省周口市某縣兩所小學的班額對比為例，其某城市小學平均班額（103 人／班）更是某鄉村小學平均班額（26 人／班）的 4 倍，顯見城鄉差距的巨大。

2018 年 3 月，中國大陸召開「兩會」，為回應網友針對「小城市大班額」的提

問，總理李克強在政府工作報告中表示，在「發展公平而有質量的教育」目標下，將「抓緊消除城鎮『大班額』」列為重點工作之一（解放日報，2018.3.23）。

3月16日，中國大陸教育部部長陳寶生在「全國人大」記者會上表示，「大班額」會帶來三個方面的危害：一是影響學生的身心健康，二是影響教學質量，三是有可能帶來安全問題。所以，2017年中國大陸政府在消除大班額方面，已減少8.2萬個大班額及5.6萬個超大班額。2018年的基本目標是消除「超大班額」，到2020年基本消除城鎮「大班額」（北京晨報，2018.3.17）。

◆「增學位」、「改條件」、「強師資」等手段，有利於「大班額」問題的解決

陳寶生表示，消除「大班額」的首要措施是「統籌」，即「統籌城鄉義務教育一體化」，統籌考量「城市擠」和「農村弱」之問題。「城市擠」的重點是增加學位，「農村弱」則是辦好教學點、寄宿制學校，提高教學質量，讓農村學生安心就近入學，有助於穩定生源。此外，並規範學校的招生行為、辦學行為，做好中小學免試就近入學的改革。最後，要按照各級政府設定消除「大班額」的規劃，落實工作進度的督導（新華社，2018.3.16）。

為解決「大班額」問題，除前述「增學位」、「改條件」等手段，並應加強教師培訓培養，提升教師能力素質，加快教師成長交流，讓大家不用去爭搶「名師」，方有利於「大班額」的減少（甘肅日報，2018.3.20）。促進教育均衡發展是解決此一現象的根本途徑，陸方能否徹底消除這個問題，尚待時間驗證。

二、通俗文化

◆藉機構改革及內部民間資源盤整，持續推進「中國文化走出去」，期提高對外文化影響力

中國大陸「兩會」後，國務院機構改革方案出爐，其中不再保留文化部、國家旅遊局，將組建文化和旅遊部，國務委員王勇於2018年3月14日表示，新的文化和旅遊部主要職責是貫徹落實「黨的宣傳文化工作方針政策」，研究擬訂文化和旅遊資源政策措施，以及加強對外文化交流、推動「中華文化走出去」等重要方針（文匯報，2018.3.14）。此前中國大陸已持續推進「中國文化走出去」政策，「中宣部」、

「國新辦」於 2018 年 1 月 20 日啟動「2018 年春節文化走出去」工作，強調加強統籌協調、創新內容形式、拓寬渠道平臺，向世界推介更多蘊含「中國智慧、承載中國理念、彰顯中國精神」的春節文化。中國大陸文化部前副部長丁偉進一步評論指出，「中國文化走出去」應該是政府和民間共同發力，現在民間這塊還不夠。反觀美國的「文化走出去」更多是透過好萊塢大片等民間管道。很多西方國家，往往在經濟發展起來之後三、五十年，文化的影響力才逐漸顯現，這是一個自然的過程。中國大陸可以透過整體優勢，加快「中國文化走出去」的步伐（光明日報，2018.3.15）。

另外在民間文化資源的部分，中國大陸也在 2018 年 3 月 17 日公布「『中國民間文化藝術之鄉』命名和管理辦法」，不僅在名稱中明顯添加「管理」字樣，並明確提出總量控制原則。中國大陸文化部官員表示，此次公布該辦法，旨在盤整全中國大陸優秀的民間文化資源（中新網，2018.3.17）。顯見「兩會」前後陸續推動對外文化影響力的內、外部措施，期藉由中央與地方、政府與市場、官方與民間力量，努力形成「各展其長、因國施策、合理布局、網上網下、全球互聯」局面，推動提升中華文化國際影響力（新華網，2018.1.21）。然而中國大陸一系列政府結合民間，企圖提升其對外文化影響力的舉措，也有歐美學者提出不同觀點，認為中國大陸與其他國家的關係能否長期良好，「公民社會的作用」才是其中重要的一環（美國之音，2018.3.23）。

◆中國大陸發展對外文化影響力，促使外界更加關注「銳實力」

中共機構改革方案另一個受外界關注的是，中央統戰部的職能得到擴大，此前由不同部門分別管理的民族、宗教和海外華人事務，將由統戰部統一負責，原來負責中國大陸宗教問題的宗教事務局和負責海外華人的國務院僑辦不再單獨設立（美國之音，2018.3.22）。此項改革使部分外界擔心，擴權後的統戰部將增強以文化為名的海外滲透工作，中國大陸對文化、宗教和民族問題的管理恐將更加嚴格（美國之音，2018.3.22），也使得近年來外界輿論關注中國大陸以各種手段，在其他國家推進政治目的的作為更受到矚目，部分歐美國家的學者並將這種戰略冠上「銳實力」（Sharp Power）之名（BBC，2018.3.2）。

在中國大陸推動「中國文化走出去」的同時，持續結合民間力量推進「引進

來」的工作，例如「孔子新漢學計劃」提供經費讓學者來中國大陸讀博士做研究，顯見如何跨越中外文化差異，成為中國大陸持續推動對外文化影響力，和發展孔子學院最受關注的問題。自 2004 年起，中國大陸已陸續在全球 146 個國家，建立 525 所孔子學院和 1,113 個孔子課堂，各地孔子學院也多次受邀參加當地國際文化節，同時去年也有約 1,270 萬人參加各地孔子學院舉辦的文化活動（中新網，2018.2.13）。2017 年 12 月，美國國家民主基金會就曾發表報告，點名批評中國大陸、俄羅斯透過在文化、媒體、學術等領域的投資，滲透目標國家的資訊與政治環境，影響、操縱他國民主（BBC，2018.3.2）。美國皮尤研究中心也曾發布一項調查稱，中國大陸過去 10 年花費幾十億美元推動軟實力，包括在外國大學設立孔子學院等文化中心，結果在日本、德國和義大利等國的民眾絕大多數仍然對中國大陸持負面看法（BBC，2018.3.22）。針對外界有關「銳實力」的批評，中國大陸「全國政協」發言人王國慶將其形容為「中國威脅論」的新版本，認為外界對中國大陸充滿偏見、歧視及敵視，反映出西方一些勢力的冷戰思維及雙重標準。王國慶進一步表示，「炮製新詞『黑我們中國』，這已經不是第一次，我相信也不會是最後一次，做同樣的事情，西方國家是展示『軟實力』，到了中國就成了別有用心的『銳實力』」（BBC，2018.3.2）。中國大陸國務院機構改革方案後，相關推動「中國文化走出去」及對外文化影響力的內、外部舉措及其引發之效應，值予關注。

三、大眾傳播

◆中央宣傳部擴權審查新聞出版及電影，強化意識形態管控

中國大陸「兩會」期間通過之國務院機構改革方案，明確組建「國家廣播電視總局」，取代原有「國家新聞出版廣電總局」，主要職責是貫徹黨的宣傳方針、監管及嚴查廣播電視與網路視聽節目內容等（多維新聞，2018.3.15）。目的是為加強黨對新聞輿論工作的集中統一領導，加強對重要宣傳陣地的管理，並牢牢掌握意識形態工作領導權，充分發揮廣播電視媒體作為黨的喉舌作用（新華社，2018.03.21）。

中共於 2018 年 3 月 21 日發布「深化黨和國家機構改革方案」，將原國家新聞出版廣電總局的新聞出版和電影管理職責劃入中央宣傳部，新聞出版部分劃入中央宣傳部，主要係為加強黨對新聞輿論工作的集中統一領導，加強對出版活動的管理，發展和繁榮中國特色社會主義出版事業；而為更好發揮電影在宣傳思想和

文化娛樂方面的特殊重要作用，亦將電影管理職責劃入中央宣傳部(世界日報，2018.3.21)。分析指出，黨和國家機構改革同時並行，並將黨的領導置於突出位置，統籌設置黨政機構，成為本次機構改革的突出特點(中國新聞社，2018.3.21)；換言之，中共中央「深化黨和國家機構改革方案」最大特點就是強化黨的領導。中央機構權力進一步擴大，相對限縮國務院和其他部門的權限(中國時報，2018.3.22)。

中國大陸學者表示，80年代的趨勢是黨政分開，現在是強調黨政合一(博聞社，2018.3.22)；此次調整由中央宣傳部接管新聞出版、電影及央視等三大臺合併，代表中央宣傳部將一改以往僅停留在「宏觀指導」層面，直接管理新聞出版、電影生產之具體事務(多維新聞網，2018.3.20)；中央宣傳部作為中共意識形態大本營，此番改變亦意味著習近平「新時代」，中共將牢牢把握並加強管控意識形態工作(明報，2018.3.21)。

然而，中共「以黨領政」的領域大幅擴大，將最具象徵性之新聞出版、電影等事務，劃歸中共的黨務體制管轄，恐將引起議論(中央社，2018.3.21)。學者認為，如果最終黨的意志決定一切，很多問題政府未必能做決定，政府的行政職能會進一步被削弱(BBC 中文網，2018.3.21)。

◆中共整合央視三大官媒成「中央廣播電視總臺」，對外稱「中國之聲」，為全球最大的廣電集團，加強輿論塑造能力

除了意識形態掌握之外，強化對外宣傳及塑造輿論能力，亦為此次機構改革之重點。此次改革整合央視、中央人民廣播電臺、中國國際廣播電臺，組建「中央廣播電視總臺」，對外統一呼號為「中國之聲」(VOICE OF CHINA)，負責宣傳黨的理論和路線方針政策，加強國際傳播能力建設，講好中國故事等(旺報，2018.3.22)。改組後的中央廣播電視總臺，在位階上被提升為國務院直屬事業單位，但明訂由中央宣傳部領導(上報，2018.3.23)。

改組後的中央廣播電視總臺，在媒體資源規模上將成為全世界最大的廣電集團，統轄擁有 42 個電視頻道(包含 13 個數位付費頻道)的央視(CCTV)、擁有使用 6 種國際語言全日對外傳播的中國國際電視臺(中國環球電視網，CGTN)、覆蓋全中國大陸、聽眾超過 7 億人的中央人民廣播電臺，以及用 65 種語言全天候向世界傳播的中國國際廣播電臺(China Radio International，簡稱CRI)(上報，2018.3.23)。

媒體指出，中國大陸批准全球最大的宣傳機器之一，目的就是為了改善海外形象（美國之音，2018.3.20）。「中國之聲」旨在強化中共形塑輿論的能力，作為中國大陸向世界投射形象的主要手段，是模仿美國政府在二戰時成立促進國家利益的媒體「美國之音」。惟外界亦質疑，中共打造的並非陸版的「美國之音」，而是新的超級「黨」宣傳機器（大紀元，2018.3.21）。中共「一帶一路」倡議在支持數千億美元基礎投資項目輸出同時，已經為國際社會帶來緊張局勢，在此背景下，中共藉由組建超級外宣機構，試圖說服各國接納中國大陸的友善形象，顯非易事。

（文教處主稿）