

科技時代下中國宣傳體系之嬗變與調適 ：以「甕安事件」中的網路評論員為例*

洪 敬 富

(國立成功大學政治系暨政治經濟學研究所副教授)

摘 要

自毛澤東時代，中國的「宣傳體系」(propaganda)已成為宣揚政府當局黨國教條及大規模政治或社會動員的主要媒介。然近幾年來，當中國大陸持續對外開放與深化經濟改革的同時，其社會歷經了前所未有的內外衝擊。伴隨傳媒部門的全球化、商業化、與集團化，舊有的宣傳體系已不若以往具有完全的政治宣傳成效，但它仍企圖在網路時代下持續扮演導引及形塑公眾輿論的權威角色。因此，網路時代下的中國新宣傳體系發展出「網路評論員」的機制，寄望仍能不斷地監控和引導網路線上空間的討論，積極營造一個有利於黨國思想統治的網路輿論環境，強化北京政府對虛擬世界的網路治理。準此，本文將論述「網路評論員」在中國網路世界的崛起，論證「網路評論員」的設置與運用漸次成為當前中國政府在網路時代，強化其有效治理的一個新形態、且至關重要的統治補充機制，俾以持續進行宣傳教育、鞏固黨國政體和進行（政治）思想工作。本文以發生於 2008 年貴州「甕安事件」做為研究案例，藉以在實證層次上探究中國宣傳體系在網路時代下的運作與調適，並提出網路評論員的政治意涵。固然其宣傳與治理成效難以在（中）短期內有所定論，但黨國政府意圖重新取得媒體與資訊環境的主導地位卻是無庸置疑，更值得學術關注、研究。

關鍵詞：宣傳體系、網路評論員、甕安事件、議程設定、輿論引導

* * *

不要以為有一點精神污染不算什麼，值不得大驚小怪。有的現象可能短期內看不出多大壞處。但是如果我們不及時注意和採取堅定的措施加以制止，而任其自由氾濫，就會影響更多的人走上邪路，後果就可能非常嚴重。從長遠來看，這個問題關係到我們的事業將由什麼樣的一代人來接班，關係到黨和國家的命運和前途。（鄧小平，

* 本研究接受行政院國家科學委員會之專題研究計畫：「當代中國國家與社會的相互構成：以治理結構為核心的分析—子計畫三：網路政治與國家社會關係」（NSC 100-2420-H-006-003-MY3），補助而完成。作者非常感謝兩位匿名審查人對此論文悉心審閱，並提出諸多建設性之修改意見。

1983 年 10 月 12 日) ①

壹、前言

自上個世紀 90 年代以來，中國媒體產業不斷推進商業化 (commercialization) 與集團化 (conglomeratization) 的發展進程。在這過程中，北京政府不斷降低官 (黨) 營媒體的補助金，減少或取消對一般媒體事業的津貼，並簡化媒體治理的有關組織以更符合市場的需求，並提高傳媒在國內外的競爭力。這種在媒體治理上的「去中央化」(de-centralization)、媒體內容上的「專業化」(specialization)，以及媒體內容產製、分配多元和行銷管道上的擴增，衝擊著中國政府對媒體向來的嚴密監控。②這使得官／民媒體部門在現行政治體系下，因市場邏輯而出現相同事件卻迥異的報導內容。一種黨政體制與媒體部門間的矛盾與緊張關係似乎不斷浮上台面。③

這種矛盾與緊張之關係牽動著媒體在既有政治體制中所扮演的角色。具體而言，這衝擊著傳統黨國政體賦予媒體部門在思想工作、政治宣傳與群眾動員中所應發揮的作用。④就其本質而言，「宣傳」(propaganda) 是為「使用各種通訊技術以改變他人的態度或行為。」⑤有些論者直指，迥異於先前媒體的宣教角色，在當前日益全球化、商業化與集團化的中國傳媒產業，已為中國新聞工作從業者及廣大人民開拓了一個新興、且更為寬鬆的報導和言論表達空間。⑥

事實上，近來有評論文章開始議論，部分甚至臆測在全球化與商業化的媒體大環境下，網路通訊科技 (Information and Communication technology, ICT) 勢將如同發生於 2010 年底以來，北非以及中東的「茉莉花革命」(Jasmine Revolution) 或「阿拉伯之春」(Arab Spring) 般，推倒中國宣傳體系的高牆，扭轉其在威權社會中對新聞和資

註① 鄧小平，「黨在組織戰線和思想戰線上的迫切任務」，鄧小平文選第三卷 (北京：人民出版社，1993 年)，頁 45。

註② Yuezhi Zhao, *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line* (Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1998); Chin-Chuan Lee ed., *Voices of China: The Interplay of Politics and Journalism* (New York: The Guilford Press, 1990)；童兵編，技術、制度與媒介變遷：中國傳媒改革開放 30 年論集 (上海：復旦大學出版社，2009 年)。

註③ Joseph M. Chan, "Commercialization without Independence: Trends and Tensions of Media Development in China," in Joseph Cheng Yu-Shek and Maurice Brosseau eds., *China Review 1993* (Hong Kong: The Chinese University Press, 1993), pp. 25.1~25.21.

註④ 關於此方面經典的論述，請參見 Alex Inkeles, *Public Opinion in Soviet Russia: A Study in Mass Persuasion* (Cambridge: Harvard University Press, 1950); Peter Kenez, *The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization* (Cambridge: Cambridge University Press, 1985); Martin Ebon, *The Soviet Propaganda Machine* (New York: McGrawHill, 1987); David Welch, *The Third Reich: Politics and Propaganda* (New York: Routledge, 1993)。

註⑤ Oliver Thomson, *Easily Led: A History of Propaganda* (Stroud: Sutton Publishing, 1999), p. 7.

註⑥ Susan Shirk ed., *Changing Media, Changing China* (Oxford: Oxford University Press, 2010)。

訊的完全支配或控制，成就一個蓬勃而發展的市民社會，最終將威權政體推向一個民主自由制度。^⑦然本文並不同意此預測。本文認為，中國宣傳體系已漸漸發展出適應網路時代下的新傳播環境的，發展出一種「網路評論員」機制以強化自身在「新媒體」環境中的宣傳體系。固然其宣傳與治理成效難以在（中）短期內有所定論，但黨國政府意圖重新取得媒體與資訊環境的主導地位卻是無庸置疑，更值得學術關注、研究。就北京政府而言，宣傳部門在此資訊發達的年代，重視並善用網路通訊工具來重塑傳統的宣傳手段和工具，並與時俱進地強化其在全球化下的媒體治理機制，俾利其強化宣傳體系和做好黨政思想工作是不容緩的。

準此，本論文主要處理的問題是：（一）當前中國的宣傳體系如何因應網路時代進行運作與調適？（二）新形態的宣傳機制對於中國社會的發展具有何種政治性意涵？藉由考察 2008 年的貴州「甕安事件」，在實證層次上探究當前黨國政府之宣傳體系，其如何發展出「網路評論員」作為在網路科技時代下的一種宣傳補充機制。

本文在架構安排上，首先對媒體（傳統媒體）和網路通訊科技（新媒體）在中國宣傳體系中的角色予以宏觀性的文獻考察與檢視，接續討論傳統中國政媒間的關係，作為探討中國宣傳體系在資訊時代下的變遷與調適。其次，本文突出「網路評論員」在當前宣傳與輿論引導角色的重要性，並以「甕安事件」為例探討，藉以論證中國宣傳體系與網路資訊環境相互適應，以達到黨國政體的政治操控。文末，並論述「網路評論員」對中國社會發展的政治意涵。本文認為，儘管「網路評論員」的設置在強化傳統宣傳體系上取得部分成效，然公共輿論可否被有效地引導或在多大程度上可以被指使仍有待更為中、長期的實證學術研究。

貳、傳播革命與新媒體

相較於傳統的大眾傳播媒體，新興網絡媒體廣泛被認為具有以下基本物理特性：（一）即時性（instantaneous）；（二）互動性（interactive）；（三）非同步性（asynchronous）；（四）非線性（non-linear）；（五）不受時空限制（anytime and anywhere）；（六）點對點（peer-to-peer, P2P）通訊傳輸技術；（七）低成本（low cost）；（八）「匿名性」（anonymous）。^⑧

首先，網路使用者透過電腦、（智慧型）手機，以及無線基地台等網路設備與通訊傳播系統，得以在第一時間（real-time）取得所需之資訊，並在不受外力干擾下完成其

註⑦ Francis Fukuyama, "Is China's Regime Next to Fall," *The Wall Street Journal*, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703560404576188981829658442.html>; Nicholas Kristof, "So What is Hu Jintao Thinking Now?," *The New York Times*, <http://kristof.blogs.nytimes.com/2011/02/10/so-what-is-hu-jintao-thinking-now>.

註⑧ 關於網路特性的討論，例如參見 Nicholas Gane and David Beer, *New Media: The Key Concepts* (Oxford and New York: Berg Publishers, 2008); Ronald E. Rice, "Computer-Mediated Communication and Organizational Innovation," *Journal of Communication*, Vol. 37, No. 4 (December 1987), pp. 65-94.

資訊間的交換或汲取。網路媒體得以使不同時空的使用者進行互動與交流，這也是網路媒體（或新媒體）有別於傳統媒體的一大特點。網上討論區與網路聊天室都顯示網路媒體的互動特性。此外，由於進行傳播的各方不需在同一時間或同一地點進行資料發送或接收，僅需透過科技系統的（虛擬）儲存，這大大增加了網路使用者的便利性、舒適性、以及使用上的彈性與參與度，這凸顯出網路具有的「非同步性」及「打破時空限制」的物理特色。而「非線性」的資訊傳播，則使得網民在使用網路通訊科技的同時，既可為資訊接收的一方亦是資訊的傳播者。

由於新媒體另有「低成本」與「匿名性」的特性，這使得個別使用者通常僅需一部可上網的網路通訊科技設備，並支付基本的通訊成本，即能選擇以公開或匿名的方式，實現大範圍的訊息傳遞，並體現新媒體所呈現之較低「科技門檻」、「非線性」和「同步／非同步」的特色，並能以「即時的」訊息傳遞進行單方或多方的互動與通訊。而「匿名性」特質之特殊處在於此種表達或傳播機制在一定程度上突破了傳統主權國家在安全體制（機制）內對於個別人民的審查。這從根本上改變了傳統社會運動中必須近身集結的模式，將電腦科技變成了公共生活的一種重要的「中介」平台，使得公眾在其公私領域中皆能公開議論、進行訊息交換、鼓吹並傳播（政治）社會運動的思想，並以多元、多方互動方式，直接或間接地進行公共議題的參與和討論，也模糊了公共與私人空間的認知和固有疆域。

其實，這也就是當代資訊社會學家 Manuel Castells 提出在新科技典範下（new technological paradigm），以「流動空間」（space of flow）之新概念取代物理世界中「地點空間」（space of place）的舊說法。^⑨因為網路虛擬空間可能成為公民間言論表達和資訊廣大集結與交換的匯集地與轉發站。這對於一些傳統上賴以控制言論和資訊的威權體制國家，對其政治穩定和社會控制造成不可忽視的隱憂，更可能對其既有的國家－社會關係帶來新衝擊與新變革。

參、網路時代下的中國宣傳體系：網路評論員的崛起

三十多年來的改革開放政策已使得媒體產業成為中國市場經濟發展的一個重要組成部分。^⑩改革開放深遠地影響大眾傳媒，不斷侵蝕中共賴以統治的意識形態基礎，弱

註⑨ Manuel Castells, *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process* (Oxford and Cambridge, MA: Blackwell, 1989), p. 146; Manuel Castells, "An Introduction to the Information Age," in Frank Webster, Raimo Blom, Erkki Karvonen, Harri Melin, Kaarle Nordenstreng and Ensio Puoskari eds., *The Information Society Reader* (London and New York: Routledge, 2004), pp. 138-149.

註⑩ Yuezhi Zhao, *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*, p. 52.

化黨的思想政治工作，並使得媒體的報導內容與形式出現多元發展的風貌。^⑪但與此同時，進一步深化改革開放也使得媒體部門與黨國政體間的矛盾與衝突愈發凸出；媒體產業也隨著政治氣候的不同，擺盪於更大程度的「經營自主」和「政治順從」的兩端之間。事實上，當前傳統媒體的採編製播與營運自主上，仍在不同程度上受到中國「媒體政治邏輯」所制約。^⑫中國政府仍企圖強化其資訊管控機制，並伴隨高低不同的黨政職位，給予不同程度質與量上的信息。^⑬畢竟在傳統封閉的中國政治體系中，宣傳體系無疑地是一種傳達官方意識形態的重要機制。

中國政府也強化其網路監管工作與活絡網路治理。在網路審查系統上，「中國國家防火牆」(Great Firewall of China, GFW, 又名為「中國長城防火牆」)的設置對於中國境內外「不健康」(unhealthy)、「不和諧」(inharmonious)的資訊，進行在行政和法律上的積極干預。北京政府要求各省和各級地方宣傳部門、公安部轄下的「網路警察」(cyber police)、國務院工業和信息化部(工信部)所管轄之網路服務供應商和網吧(網咖)對於政治禁忌或社會敏感內容和詞彙予以必要之屏障(filtering)或關閉(closing)，並鼓勵網路內容供應商、網站負責人、網民、博主、微博主等進行內容發布或轉載的「自我審查」(self-censorship)與「自我監管」(self-regulation)。^⑭而一些違反相關網路法規、規章^⑮的網民或業主(網路服務供應商與網路內容供應商)則處以嚴厲之監禁或罰款等罰則。^⑯然這些網路治理成效仍屬有限，畢竟以網路為中介的群體

註⑪ 例如參見 Ying Zhu, *Television in Post-Reform China: Serial Dramas, Confucian Leadership and the Global Television Market* (London: Routledge, 2008)；張裕亮，*變遷中的中國大陸報業制度圖像*（台北：晶典文化出版社，2006年）。

註⑫ 這種「媒體政治邏輯」可以理解成為了有效控制新聞傳播媒體，中共中央有關宣傳部門以及中央、省市新聞主管機關從媒體的新聞產製到傳播與報導，進行了包括「通知」、「引導」、「協同」、「保障」、和「限制」在內的媒體治理機制，用以確保黨國體制能在民間社會資訊與新聞不斷快速水平式傳播中，保有傳統上國家－社會關係中導引垂直式(vertical)訊息流動，防杜民間社會的廣泛水平(horizontal)串連與一致行動。

註⑬ Tony Saich, *Governance and Politics of China* (New York: Palgrave, 2001), pp. 306-307.

註⑭ 參閱 Eric Harwit and Duncan Clark, "Government Policy and Political Control over China's Internet," in Jens Damm and Simona Thomas eds., *Chinese Cyberspaces: Technological Changes and Political Effects* (London and New York: Routledge, 2006)。

註⑮ 有關中國官方規範網際網路有關重要的法律或規章，可進一步參閱「中國公用電腦互聯網國際聯網管理辦法」，中華人民共和國油電部，http://www.law-lib.com/law/law_view.asp?id=62365；「中華人民共和國電腦資訊網路國際聯網管理暫行規定」，中華人民共和國國務院，<http://big5.china.com.cn/chinese/zhuanti/193649.htm>；「全國人大常委會關於維護互聯網安全的決定」，全國人大常委會，http://news.xinhuanet.com/it/2006-04/30/content_4495376.htm；「計算機資訊網路國際聯網保密管理規定」，中華人民共和國國家保密局，<http://www.edu.cn/20031110/3094130.shtml>；「中國互聯網行業自律公約」，中國互聯網協會，<http://www.isc.org.cn/hyzl/hyzl/listinfo-15599.html>；「互聯網著作權行政保護辦法」，中華人民共和國信息產業部，http://net.china.com.cn/zcfg/txt/2006-03/20/content_208006.htm；「信息網絡傳播權保護條例」，中華人民共和國國務院，http://www.gov.cn/zwgc/2006-05/29/content_294000.htm。

註⑯ 關於中國網路控制方面的研究，可進一步參閱如 Michael S. Chase and James C. Mulvenon, *You've Got Dissent!: Chinese Dissident Use of the Internet and Beijing's Counter-Strategies* (Santa Monica, CA: RAND, 2002)；"China Journey to the Heart of Internet Censorship, Investigative Report," *Reporter Without Borders*, http://www.rsf.org/IMG/pdf/Voyage_au_coeur_de_la_censure_GB.pdf.

性事件層出不窮的在中國大陸各地發生。^{①⑦}這些突發公共事件不僅對中國共產黨「和諧社會」的維持帶來直接的挑戰，也對共黨有效治理帶來間接、但卻深遠的衝擊。

因此，儘管隨著時代的變遷，傳播環境與技術條件有所更迭，中國宣傳體制的本質與任務仍持續保有。亦即在民間社會所戲稱之「真理部」（中宣部）下，開展「指導全國理論研究、學習與宣傳工作；引導社會輿論，指導、協調中央各新聞單位的工作。」^{①⑧}有鑑於中國越來越多的新生代群體有著比起前幾代人更為多元價值和物質享受，他們通常也較少受到政治經驗與歷史包袱影響，但他們更善於使用包括手機、及時通訊（如 QQ）、博客、人人網以及微博在內的新媒體，這使得作為中國媒體政治最高治理機關——中共中央宣傳部——戮力且持續在宣傳社會主義之核心價值的同時，^{①⑨}更感迫切需要在網路科技時代裡，更快、更系統、以及全面適應新的媒體環境和科學技術。建立一個有效的宣傳體制，強化「網路治理」工作，以回應來自網路虛擬世界對其共黨治理的嚴峻挑戰。職是之故，二十一世紀「網路評論員」便成為中國宣傳體制下的一個重要補充機制，一個新型社會控制工具與媒介管理的新手段。

肆、網路評論員

網路評論員（或稱「網評員」）乃是崛起於中國大陸的一種新興網路政治現象。其為黨國政府所聘用，目的在影響網路世界的公眾輿論。^{②⑩}大抵而言，網評員在網路上每發的一帖文章，政府有關宣傳部門便會發給人民幣五毛以為報酬，因此網評員同時也被戲稱為「五毛黨」。由於網評員「不是從自己理性的角度出發，一切以維持政治穩定為原則，使得真實的民意被嚴重扭曲了，也在論壇或新聞評論欄中製造混亂和對立，大多數網民並不歡迎這個群體。」^{②⑪}鑑於這些網評員就像其他傳統宣傳機制，承擔捍衛

註①⑦ 關於這方面的討論，例如可參閱丁俊杰、張樹庭編，*網絡輿情及突發公共事件危機管理經典案例*（北京：中共中央黨校出版社，2010年）；杜駿飛編，*危如朝露：2010～2011 中國網絡輿情報告*（杭州：浙江大學出版社，2011年）。

註①⑧ 參見「中共中央宣傳部主要職能」，*中國共產黨新聞網站*，<http://cpc.people.com.cn/GB/64114/75332/5230610.html>。

註①⑨ Yuezhi Zhao, "Neoliberal Strategies, Social Legacies: Communication and State Transformation in China," in Paula Chakravarty and Yuezhi Zhao eds., *Global Communications: Toward a Transcultural Political Economy* (Lanham and Plymouth: Rowman & Littlefield Publishers, 2008), pp. 23~50; 王天意，*網絡輿論引導與和諧論壇建設*（北京：人民出版社，2008年），頁 103~104。

註②⑩ 中國政府已正式承認，他們很少組織網路輿論。然而，最近中國的新華社宣布，在甘肅省黨正計畫擴大其網路評論員軍隊。雖然此公告是第一次張貼在網路版的*甘肅日報*，但該網站以及其他最初發布此訊息網站，包括*南方周末*，都被要求將其刪除該公告，因為中國當局宣布此為「內部事務」。請參考「中國甘肅承認組建五毛黨被批扭曲民意」，*美國之音*，http://www1.voanews.com/chinese/news/china/China_20100124-82548812.html。

註②⑪ 訪談人 1。訪談日期 2012 年 8 月 15 日。訪談地點：北京。

共產黨利益的重責大任，因此亦被稱為「紅馬甲」或「紅色先鋒」。^②事實上，中國網評員的工作可與西方商業活動相比擬，兩者皆是從基層開始，一個追求並滿足商業利潤的行為，另一個則以政治和社會目的為核心。^③

在回顧網路評論員發展歷程之前，需要進行一些較為細緻的概念界定。在「網評員」產生之前，事實上，一些中國新聞網站、論壇就出現了所謂的「特約評論員」。這些特約評論員類似一般新聞評論員，他們有自己的公開身分，需要注意一開始它同本文所論述之「網路評論員」的性質差異，兩者容易被混用。^④舉例而言，上海市東方網曾於 2000 年設立〈今日眉批〉評論專欄，聘請雜文家和官員「幫助網友把對輿論客體的感性認識向理性認識轉化」，^⑤隨後於 2001 年人民網、新華網、中國網等黨政新聞網站先後推出類似的原創評論專欄（中國稱之為「欄目」）。^⑥由於這些特約評論員身分是公開的，多由網站自發組織，可以視為對新興網路媒介體系的積極應對。就其任務而言，他們並無監控網路輿情的任務，這與躲在暗處的「五毛黨」（網評員）有本質上的區別。另外，人民網的〈人民時評〉、新浪網的〈新浪觀察〉、新華網的〈焦點網談〉…等，也是藉由不同形式的評論文章來導向輿論發展，對國內外重大事件以及攸關人民福祉的熱點議題，及時聘請各方面黨政專家、學者、記者，於網上發表評論文章。按中國部分學者的研究，由於其所聘請之評論員均為「權威人士」，通常既對黨和國家的方針政策十分熟稔，又對讀者的需要頗為瞭解，所發「時評」常能先聲奪人，因而文章的轉載率和網友的回饋率都是最高的。^⑦惟隨著網路評論員的產生，有的特約評論員轉而就發展成了網路評論員，形成兩者有部分合流現象。^⑧

一般說來，網路評論員的特點之一便是受到行政機關及其附屬機構的聘用，以全職或兼職的形式，發表對政府有利或整體社會穩定有利的文章或評論，以達到影響輿論走向，並最終保持政治穩定的目的。由於「網評員」的身分具有匿名性與不公開性，它產生之後就引起了廣大網民的注意、甚至是反感。一般網民用「五毛黨」來稱謂「網評員」，在論壇和新聞評論版面也時常掀起了對「五毛黨」的討伐，但是這樣的論戰往往缺乏明確目標和證據，這使得「五毛黨」的涵義在罵戰中擴大了；對政府持

註② 王炳忠、劉成宋、凌佳，「加強和改進大學生思想政治工作的新舉措——『紅色先鋒』BBS 網路評論員隊伍建設的探索」，山西師大學報：研究生論文專刊（社會科學版）（山西），第 34 卷第 S1 期（2007 年 6 月），頁 151。

註③ Walter Truett Anderson, "Astroturf—The Big Business of Fake Grassroots Politics," *Pacific News Service*, http://news.newamericamedia.org/news/view_article.html?article_id=18742ff01ca47064f33f58a05e73ce0e.

註④ 韓曉玲，「網路評論員隊伍建設對策研究」，網絡與信息（遼寧），2008 年第 1 期，頁 77。

註⑤ 劉娟，「論網絡論壇中的輿論形成與輿論引導」，武漢大學新聞學研究所碩士論文（2005 年），頁 20。

註⑥ 李志文、徐桂忠，「網路評論員隊伍現狀與建設對策分析」，農業網絡信息（北京），2009 年第 6 期，頁 64-65。

註⑦ 紀阿林、黎慈，「和諧社會下公安機關對網絡輿論的柔性管理研究」，河北公安員警職業學院學報（河北），第 10 卷第 3 期（2010 年 9 月），頁 53-57。

註⑧ 訪談人 2。訪談日期 2012 年 8 月 26 日。訪談地點：南京。

批評態度的網民將傾向於支持政府的網民稱為「五毛黨」，而後者反指前者為「五美分黨」，意即他們批評政府是因為收了國外勢力，特別是美國的錢。^②而隨後又出現一些自我標榜為「自帶乾糧的五毛黨」，意即沒有收任何人的錢，而是發自內心支持政府一邊。^③一時「五毛黨」真真假假、虛虛實實，由觀點的批判上升到對身分的攻擊，導致網路上經常對立氣氛十足。^④固然「五毛黨」是網路時代下的產物，但是「拿政府的錢替政府做宣傳這種行為在本質上並非新鮮事物。」^⑤有學者就指出民國初年，袁世凱、段祺瑞等政治人物就曾操縱一些「公民團」偽造民意，這與今日所謂之「五毛黨」究其任務上並無二致。^⑥

回顧網評員發展歷程，據一份不可考的合肥市委宣傳部的文化工作考察報告指出，長沙市委「外宣辦」（「對外宣傳辦公室」之簡稱）於 2004 年 10 月從市委辦公廳、市委黨校、市委政研室等單位選聘了一批網路評論員，每月底薪 600 元，每帖按五毛錢加薪，這可能是「五毛黨」一詞的來源。^⑦隨後於 2004 年 12 月 13 日，一份由中國教育部與共青團中央制定，關於進一步加強高等學校校園網路管理工作的意見的文件中，首次明確提出要求高校建立網路評論員隊伍：「要整合學校報刊、廣播、電視等各種傳統媒體資源，豐富網上宣傳內容，形成網上正面輿論強勢。各高校都要組建一支政治可靠、知識豐富、數量充足並熟悉網路語言特點和規律的網上評論員隊伍，圍繞熱點問題主動撰寫帖文，吸引學生點擊和跟帖，有效引導網上輿論。」^⑧

與此同時，2005 年 3 月，中國教育部接獲清查大學電子公佈欄 BBS 中不當言論的命令開始。^⑨一批南京大學學生兼職擔任該校論壇—「小百合」—網路評論員的工作，以維護和推動黨的共產主義思想與政策。^⑩這些南京大學網路評論員的薪資與「勤工助學」工讀計畫巧妙結合，每個月根據其在網路上所發表的稿件或和評論文章等表現來支薪。就其實質，主要職責包括透過官方電子公佈欄傳遞「正確」消息，張貼支援官方觀點的即時評論和維護正面且道德的校園網路空間。更重要的是這些網評員必須立

註 ② 訪談人 3。訪談日期 2012 年 8 月 26 日。訪談地點：南京。

註 ③ 參見曹久強，「一名自帶乾糧『五毛』的自白」，*中華論壇*，http://club.china.com/data/thread/1011/2729/85/00/5_1.html。

註 ④ 訪談人 4。訪談日期 2012 年 8 月 28 日。訪談地點：南京。

註 ⑤ 訪談人 5。訪談日期 2012 年 8 月 28 日。訪談地點：南京。

註 ⑥ 譬如段祺瑞為了迫使國會通過對德宣戰案，雇傭一批「公民團」進行遊行和請願活動，甚至付諸暴力行之。參閱廖保平，「袁世凱、段祺瑞是怎樣操縱『五毛黨』的」，*名人傳記（河南）*，2010 年第 7 期，頁 81~83。

註 ⑦ 原文見於合肥市委宣傳部官方網站，現已刪除，僅留截圖。參見「關於南昌、長沙、鄭州宣傳文化工作的考察報告」，*中共合肥市委宣傳部*，<http://i46.tinypic.com/243qfti.jpg>。

註 ⑧ 參閱「關於進一步加強高等學校校園網路管理工作的意見」，*西南大學高校輔導員培訓和研修基地*，<http://202.202.111.180:8080/fdypx/news.jsp?nd=213&ns=283>。

註 ⑨ 關於大學生政治思想教育的全文，參閱「中央、國務院發加強改進大學生思想政治教育的意見」，*新華網*，<http://www.people.com.cn/GB/jiaoyu/1055/2920198.html>。

註 ⑩ David Bandurski, "China's Guerrilla War for the Web," *Far Eastern Economic Review*, Vol. 171, No. 6 (July/August 2008), pp. 41~44.

即向大學的網路管理工作領導小組辦公室報告任何重要、重大消息。^③鑒於此一系列在大學校園中網路治理作為奏效，許多大學亦陸續跟進，並各自建立網路評論員系統。^④與此同時，這種新形態、創新式的網路規範模式也為中央和省級宣傳部門的廣泛採用，成為新媒體時代下，宣傳體系對虛擬網路世界治理的一種重要補充機制。

事實上，網評員的構成較為多元，它並非是一個同質化的群體。一類網評員團體呈現高度組織性和紀律性，另一些則顯得很鬆散；有的不易與普通網民分辨出來，有的很容易辨識。誠然，不同類型的網評員團體所能發揮的網路輿論引導作用亦是不盡相同的。^⑤大體而言，具有較強紀律性的網評員通常是要經過嚴格的訓練，其網路技術能力和文字功底都較強，也受到獎懲措施的約束，他們可以是特約評論員、新聞發言人、「謠言」澄清者、「消息人士」或者「民間意見領袖」，也可以充任上級主管部門的「情報員」。這種網評員絕對數量上不多，但是其作用相當有分量。其成員多來自各政府部門、宣傳機構、法院、檢察院、公安部門、和中國共產主義青年團等組成背景。^⑥申言之，他們大都受過良好網路宣傳訓練，擁有較高的思想政治素質，政策理論水平，擁護共產黨的路線、方針、政策，有較強的政治敏感性和政治鑑別力，依循國家的總體路線，並遵照黨和有關部門的指示，進行特定政治立場與內容的宣傳，審查社會突發事件，並適時地「編造」擁護、支持黨國政府的網路意見和言論。^⑦

另一種網評員團體主要是一種扮演「湊數」的作用。他們通常以群體為單位，成群結隊出現在論壇或新聞評論欄內，充當「刷高『民意』」的功能，他們的語言常常是簡單的口號或者有目的性的攻擊謾罵。他們和商業公司雇傭『水軍』刷人氣的做法差不多。^⑧事實上，這種網評員絕對數量較多，「由於對其可靠性的要求並不高，成員來自各個行業的都有，每人可能都有多個論壇帳戶，常常以一些非正式的形式來召集，如 QQ 群、論壇小組等等。他們居於全國各地，有任務則聚集到一起，領到錢則一哄而散。有的論壇會顯示發帖人 IP 地址，可以看到這些發言相似的網評員來自全國各地，營造一片『全國人民共同擁護』的假象。由於他們發的帖子內容簡單而高度重

註③ 「南京大學學生網評小組具體方案」，金融界博客，<http://blog.jrj.com.cn/5000534382,351398a.html>。

註④ 例如安徽大學於 2010 年 11 月 11 日公布生效其「安徽大學網路評論員隊伍章程」，步行者的日志－網易博客，<http://wpXu21st.blog.163.com/blog/static/16690002720114193122459/>。湖南大學於 2005 年公佈其「湖南大學網路評論員管理意見（試行）」，湖南大學黨委宣傳部，http://newsold.hnu.cn/xcb/index.php?option=com_content&task=view&id=1665&Itemid=0。浙江林學院於 2006 年 6 月 16 日公布了「浙江林學院網上評論員隊伍管理暫行規定」，浙江農林大學思政教育網，http://red.zafu.edu.cn/home/News_View.asp?NewsID=300。

註⑤ 訪談人 6。訪談日期 2012 年 8 月 29 日。訪談地點：南京。

註⑥ 例如一份經洩密後，在網上流傳之《關於建立網網絡論員和網絡輿情監督員隊伍的通知》的「秘密」文件。「關於建立網網絡論員和網絡輿情監督員隊伍的通知」，道客巴巴，<http://www.doc88.com/p-772376557397.html>。

註⑦ 中共湖南省宣傳部編，我們這個家：2009 中共湖南省委宣傳部「家書」（長沙：湖南人民出版社，2010 年）。

註⑧ 訪談人 7。訪談日期 2012 年 8 月 25 日。訪談地點：上海。

複，比較容易辨認出是網評員。」^{④④}據來自中國網民稱，「這樣的網評員常常出現在一些新聞網站的新聞評論版，如網易新聞、新浪新聞、鳳凰網新聞等，每當有政治人物登場或者方針政策出臺，下面常見口徑一致的評論，而稍有異議的評論往往立刻被刪除。」^{④⑤}

實務運作上，這兩類網路評論員並不容易區分，網評員間可能兼具多重身分。有的網評員同時兼有「網路管理員」身分，擁有刪帖、發文置頂的權力；有的同時也是上級主管部門的「情報員」，有的人可能還是新聞記者。在對網絡民意的操控中常常是多管齊下的，網絡評論員與網絡管理員相互合作，甚至有時普通媒體也參合進來。」^{④⑥}高超的網評員熟稔普通網民的心理，發帖時曉之以理，或標榜「知情人」澄清謠言；低級一點的「水軍」發表大量重複內容；管理員則將不利於穩定的言論刪除，唯留下對政治穩定有利的言論，同時上報主管部門；普通媒體可能會跟進報導，向全國廣播傳播正面消息。^{④⑦}

實務運作上，根據一份外洩的〈網絡評論員工作指南〉^{④⑧}（以下簡稱〈工作指南〉）中表明，該〈工作指南〉是爲了「培養網絡評論員的工作技能和合作技巧」而編寫，並提供給全中國各省市的「網絡評論員培訓班」使用。在〈工作指南〉之「總則」中更是載明：「網絡輿論戰爭關係到中華人民共和國國家政權的生死存亡。爲了祖國母親的繁榮富強，爲了中華民族的復興，每一個網路評論員必須時刻準備著用自己的智慧和艱苦勞動保衛共和國的網路防線。」

網評員不論其身分是全職或兼職，通常會在各種人氣較高的「網路論壇」或是微博（如新浪微博、騰訊微博或是網易微博）註冊多個帳號，^{④⑨}喬裝成一般的網路使用者。網評員之所以隱瞞其真實身分的原因是「我們之所以不使用真實身分和網友交流，是因爲這樣更能讓網友感覺到我們相互平等，避免網友們產生對立的情緒，同時，工作也『不顯山不露水』的順利完成，還能得到很好的效果。」^{⑤①}作爲擁護中共、在政治上與黨國政府保持高度一致的網評員是要掌握社會熱點動態、難點問題，即時監控中國網路和部落格空間，包括公眾論壇、博客、微博和電子佈告欄，及時在網路論壇、微博、博客上參與評論，「主動導帖、積極跟帖、適時結帖」，以形塑輿論，充

註④④ 訪談人 8。訪談日期 2012 年 8 月 25 日。訪談地點：上海。

註④⑤ 訪談人 9。訪談日期 2012 年 8 月 26 日。訪談地點：上海。

註④⑥ 訪談人 10。訪談日期 2012 年 8 月 26 日。訪談地點：上海。

註④⑦ 訪談人 11。訪談日期 2012 年 8 月 26 日。訪談地點：上海。

註④⑧ 關於工作指南的全文，請參考「網路啓蒙：五毛—網絡評論員的來歷」，博迅新聞，<http://news.boxun.com/news/gb/china/2008/07/200807151504.shtml>。

註④⑨ 網路評論員通常在包括了新華網、人民日報等官營或黨營新聞入口網站充任全職網路評論員，或是在公共安全部、工業和信息化部、和學術機構等政府部門聘僱的兼職網路評論員。進一步可參閱 Zhang Lei, "Invisible Footprints of Online Commentators," *Global Times*, http://special.globaltimes.cn/2010-02/503820_2.html。

註⑤① 「周口引導服務青少年有了網絡新空間」，中國青年報，http://www.cyol.net/zqb/content/2009-11/30/content_2959076.htm。

分發揮網評員之積極性、主動性和創造性，提高引導網上輿論的能力，將不利於黨及政府的訊息轉化成為正面、支持的意見或網路輿論氛圍，並盡可能將所謂「不和諧」與社會矛盾、衝突因素消除在萌芽狀態，俾以最大程度鞏固和維護黨國政府統治優勢與地位。^{⑤①}

在此新形態的網路治理作為下，網絡輿情在一些學者看來是「確實能夠得到暫時壓制，且對一些突發事件能夠較好地應對。」^{⑤②}因為，網評員這一群體的出現使得網絡輿論在一定程度上是被控制住的，在因突發事情導致輿論失控危機時有救火之功效。^{⑤③}

在中國網絡次文化中，「五毛黨」漸成為一種著名的政治標籤。網民甚至用一個新造的字「毛糞」來描繪「五毛黨」。而一般網民對「五毛黨」的討伐甚至發展至線下實體生活。例如發生於 2009 年雲南的「躲貓貓事件」^{⑤④}中，當地省委宣傳部組成了「躲貓貓事件真相調查委員會」，但由於種種原因該調查無疾而終，遭到網民廣泛質疑。2010 年 4 月 22 日時任雲南省委宣傳部副部長伍皓走進北京人民大學進行一場演講時，突遭三名青年向他扔擲一堆五毛錢紙幣以表抗議，並對他大喊：「伍皓，五毛！」^{⑤⑤}

由於中國政府咸認嚴密監控網路並非能完全達成「預期」的政治成效或社會控制，從而網路通訊科技在一些黨政領導人看來可以成為一個和緩社會衝突、甚至是緩解面臨升高政治改革壓力的「減壓閥」或「洩壓閥」，這也就是「疏」的意義。與其讓網路民意、民怨不斷累積終至像 1989 年「天安門事件」中一次爆發，嚴重衝擊共黨權力核心與國家形象，同時危急政治、經濟與社會等諸多方面的穩定，不如允許網民或公民適度地在網路虛擬世界釋放所積累的不滿情緒，進而主動地設置網評員等機制進行有效的輿論導向。換言之，黨國政府透過此種「網評員」治理作為，徵召網評員來

註 ⑤① 關於這方面的論述，可進一步在相關網評員設置或管理辦法中得到明證。例如參見「中共衡陽市委黨校〈黨校陣地〉網評員管理辦法」，中歐新聞網，<http://www.cenews.eu/?p=21320>；「國際國內形勢對反腐倡廉建設的新影響」，內蒙古新聞網，<http://cnnews.nmgnews.com.cn/system/2009/07/01/010244669.shtml>；「上海公安今組建網絡諮詢員、評論員、監督員隊伍」，中國廣播網，http://news.cnr.cn/gnxw/201101/t20110106_507554582.shtml。

註 ⑤② 訪談人 12。訪談日期 2012 年 8 月 18 日。訪談地點：北京。

註 ⑤③ 訪談人 13。訪談日期 2012 年 8 月 18 日。訪談地點：北京。

註 ⑤④ 該事件主要是雲南玉溪北城鎮一名青年男子李藩明，因其盜伐林木被當地政府刑事拘留，在看看守所關押 11 天後死亡，當地公安機關的解釋是該男子因與其他囚犯室友玩「躲貓貓」遊戲時不慎撞到牆壁而致死，然而此種官方說詞引發網上一片譁然、質疑。「躲貓貓」一詞就如同先前「俯臥撐」網路流行詞彙般，成為當年（2009）年度十大流行語之一。請參見 Andrew Jacobs, "China's Answer to a Crime Includes Amateur Sleuths," *The New York Times*, http://www.nytimes.com/2009/02/25/world/asia/25china.html?_r=2&ref=world；「網絡代有新詞出，最近流行『躲貓貓』」，南方都市報，2009 年 2 月 16 日，第 AA24 版。

註 ⑤⑤ 「伍皓人大演講遭網友扔一身五毛紙幣」，中國網，http://ganzhi.china.com.cn/news/txt/2010-04/23/content_19887637.htm。但伍皓否認自己是「五毛黨」，他說：「廣東話『皓』和『毛』同音。我本身就是宣傳部門的人，我怎麼能聘我自己來當五毛。」參見「伍皓資料：我不是五毛 是黨委政府形象雕塑師」，中國青年網，http://gy.youth.cn/axbk/201004/t20100423_1211264_4.htm。

協助和緩或轉移虛擬空間一些負面、不利政府言論、或危急社會政治穩定的情緒，使之成為網上的意見領袖，爭奪網路話語權，強化黨國在線上世界的治理措施，並同時推進和加強愛黨、愛國主義教育。

面對科學技術的現代化、社會多元化、經濟市場化、以及全球化的多重衝擊下，David Shambaugh 就指出中國宣傳體系的效力和作用正呈現出衰退和弱化的現象。^⑤中國宣傳體系成效呈現衰退和弱化現象的直接挑戰來自於新媒體的崛起。相較於各級宣傳機關治理下的傳統媒體，他們多會進行自我審查與自我監管，至多在一些較為自由化、商業化傳媒報導上進行打「擦邊球」策略，^⑥測試黨國政府對特定領域或事件的容忍度和底線，並藉以嗅得當前之政治氣候。而新媒體由於其傳播之及時性、互動性，不受時空限制、匿名且低成本之強大水平傳播能力等特性，更使得以網路為中介的突發性事件、群體性事件、以及各式各類的社會抗爭與群眾示威運動不斷湧現於中國社會的諸多角落。而這些所謂的「網絡群體性事件」（ICT-enabled or Internet-facilitated mass incidents）或肇因於政府違法失職、或因企業自身問題、刑事案件、司法公正、政府治理、官員腐敗、公共衛生、事故災難、自然災害、文化教育、倫理道德…等諸多成因，致使對黨國政府賴以維繫社會控制的重要機制－宣傳體系－產生巨大挑戰。

這促使黨國政府更加大力度對於中國虛擬社會的積極治理作為。事實上，這正折射出新媒體一方面促進網民輿論力量崛起對宣傳體系的挑戰，另一方面因為新媒體而更放大了群體性衝突（事件）所帶來的政治與社會成本。這對網路時代下的中國政治權威與黨國形象造成莫大的衝擊。從而，這反映出當前北京政府處理群體性事件的基本態度：從「舊」媒體時代不斷地強調「穩定壓倒一切」、「發展是硬道理」，到「新」媒體時代力圖構建「和諧社會」下的「維穩」環境以及推進「以人為本的科學發展觀」。

網評員的崛起正植基於此一大背景系絡。同時，由於中國官方愈發憂心網路能賦予普通人民傳播資訊、交換意見，議論政事、更為重要的是在現實生活中進行群眾動員和組織行動的能力。從而黨國體制正需藉由網評員系統的建置來振興並重塑當前宣傳機器。事實上，宣傳部門的網評員機制正是冀望能在新媒體時代下，完善民間網路輿情的採集體系，以及拓寬輿情的蒐集途徑，作為提供有關宣傳或公安等部門研析、參考。^⑦換言之，網評員成為黨國政府在網路世界中，觀察民情、瞭解民意、有效預防、及時控制和妥善處理群體性突發事件的資訊與情報的重要來源，並提供適時的網

註⑤ 例如請參考 David Shambaugh, "China's Propaganda System: Institutions, Processes and Efficacy," *The China Journal*, No. 57 (January 2007), pp. 25~58.

註⑥ 例如參見麥康勉 (Barrett McCormick), 「中國媒體商業化與公共領域變遷」, 二十一世紀雙月刊 (香港), 總第 77 期 (2003 年), 頁 31。

註⑦ 李志文和徐桂忠就指出，網評員在作網路評論的時候，具有與傳統媒體不同的要求。在進行網路評論時要處理好三個重要的辯證關係：一、點擊率和導向的關係；二、反映群眾心聲和引導群眾的關係；三、網民評論和專業評論的關係。李志文、徐桂忠，「網絡評論員隊伍現狀與建設對策分析」，頁 65。

路評論來緩解社會矛盾和衝突，為經濟持續發展而構建線上與線下的和諧社會。

總結而言，網評員作為中國政府在新傳播形勢下推進創新宣傳工作，也是一種以非傳統上完全屏障或遏制訊息的「軟」性治理作為，是用來增強黨國政府在（群眾）事件中應變處理能力，監控網路輿情，作為快速反應（反饋）民意，引導網路輿情，及時進行正面引導和疏導，釋疑解惑，消除網民疑慮，努力建構健康有序的虛擬空間，並力求把網路監督變為「聽民聲、察民意、傳資訊、辦實事」，^⑤終能推進黨國政治宣傳與思想工作，為穩定而和諧的社會服務。這種網路評論員隊伍有別於一般網民，他們是具有政治任務、堅定國家意識和民族意識；他們被要求要能洞悉網上輿情，利用大眾傳媒的輿論武器特性，運用其享有之網路優勢來了解並引導網上輿論，俾利牢牢掌握虛擬世界的話語權，以及意識形態領域的主動權，強化和完善黨國體制在新媒體時代的執政與決策能力。簡言之，網評員的設置是用來發揮「積極發展、加強控制、揚善隱惡、為我所用」的網路治理，^⑥活化並推進資訊時代的中國宣傳體系。

伍、個案研究：甕安事件

「甕安」^⑦（群體）事件是 2008 年前二十熱門網路事件之一。^⑧鑒於此類事件在中國發生的次數不斷增加，中國政府正面臨有效管理突發和緊急群眾事件的治理危機。長久以來，中國政府黨政官員和幹部試圖藉由控制資訊流通和宣傳標準而權威的官方立場和觀點來處理社會事件。但甕安事件本身凸出了黨國政府巧妙運用網評員的新宣傳方式來處理持續增長中的群眾事件和社會騷亂，如此的新治理作為是一種從固有的「維穩」（維護穩定）向「促和」（促進和諧）過渡。^⑨

2008 年 6 月 28 日，貴州甕安有超過三萬名居民走上街頭，攻擊黨委會和政府大樓，並放火焚燒當地警局。官方將此事定性為「一起單純的民事案件釀成一起嚴重的打、砸、搶、燒群體性事件」，是一場「被少數別有用心的人員煽動利用，黑惡勢力直接插手，公然向我黨委、政府挑釁」，「影響了全省穩定和貴州形象」的群眾「騷

註 ⑤ 「巴中市人事局採取四大措施加強網絡輿情監控」，四川省人民政府網站，http://www.sc.gov.cn/zwgk/zwtd/szdt/200907/t20090729_791744.shtml。

註 ⑥ 這十六字箴言是前中國國家主席江澤民於 2001 年 7 月 11 日對網路治理工作所做的原則性宣示。參見「江澤民：推動我國資訊網絡快速健康發展」，新華網，<http://cpc.people.com.cn/GB/64184/64185/180139/10818587.html>。

註 ⑦ 甕安縣位於貴州省中部，是貴州省黔南布依族苗族自治州下屬的一個縣。該縣總面積 1973.8 平方公里，2012 年人口總數約為 48 萬人。人口較多的少數民族有苗、布依、土家等族。甕安是一個革命老區。1934 年 12 月，紅軍進入貴州後，於「遵義會議」之前召開的一次重要會議——猴場會議——會址坐落在甕安縣猴場鎮，是全中國愛國主義教育示範基地。

註 ⑧ 「2008 年中國互聯網輿情分析報告」，中國網，http://www.china.com.cn/aboutchina/zhuanli/09zgshxs/content_17100922_5.htm。

註 ⑨ 羅幹，「政法機關在構建和諧社會中擔負重大歷史使命和政治責任」，求是（北京），2007 年第 3 期，頁 3~10。

亂」事件。^{⑥4}

在此事件中，一名中學女生李樹菲非正常死亡。雖然前兩份官方的驗屍報告表明其死因為溺斃，但示威者根本不相信政府所提之報告。受害者家屬認為他們女兒的死因很不尋常，拒絕領取她的屍體以示抗議。家屬們開始進行連署、請願，同時也組織了群眾集會。甕安事件很快地在手機簡訊、部落格（或「博客」）和網路論壇傳播，如網易的貴州論壇、QQ 論壇、qzone、新浪論壇、搜狐論壇、新浪博客、百度貼吧、天涯、貓撲等網站，網民似乎更傾向同情受害家屬而非當地政府。輿論關於官方腐敗、強姦殺人和警方無能的謠言在網路及街頭甚囂塵上，但是網頁上許多關鍵的言論迅速遭到網站管理員過濾且刪除，唯獨官方新華網報導仍被留在討論區，瀏覽人次屢創新高。^{⑥5}當成千上萬的網民和民眾利用各種通訊方式傳遞和下載有關甕安事件的影片和資訊時，「應急指揮中心」（以下簡稱「指揮中心」）在 2008 年 6 月 29 日於甕安縣成立。指揮中心由貴州省黨書記石宗源坐鎮督導，其成立的主要目的之一便是希望當群眾質疑官方報導和政府聲明真偽時，能夠進行網路輿論疏通和引導。石宗源強調：「在突發事件發生過程中，能不能在第一時間及時、真實、準確地發布資訊，正確地引導輿論，對突發事件的處置至關重要。」^{⑥6}這基本上是因為「謠言止於資訊公開。負面事件公開透明報導之後，會產生正回饋。」^{⑥7}甕安當地政府因此面臨許多來自民間和上級官方的壓力，要求公開關於該事件的訊息。

指揮中心乃由八個工作團隊組成：勸說疏導組、事件調查組、交通控管組、訊息上報組、後勤保障組、醫療救護組、善後建設組，以及最為重要的「政策輿論法規宣傳組」（以下簡稱「宣傳組」）。宣傳組由貴州省委宣傳部副部長周筱雲領導指揮，其主要任務為動員網路評論員收集有關甕安動亂的報導，以有效引導、支配和影響輿論。應急指揮中心的成立在某種程度上折射出中國最高領導人和國務院對此事件的高度關注，^{⑥8}特別是該事件的發生正值北京奧運會於該年 8 月舉辦前夕的敏感時期。

註 ⑥4 「中共建黨 87 年，甕安騷亂報平息」，BBC 中文網，http://news.bbc.co.uk/chinese/simp/hi/newsid_7480000/newsid_7482900/7482935.stm。

註 ⑥5 關於甕安事件的網路討論一開始在人民網、新華網、天涯等大論壇傳播，張貼與回應的數量不斷激增，有時一個帖子的回應長達 20 多頁。但與此同時，各大論壇的版主也開始刪帖，但仍無法有限抑制訊息的傳播與討論。在網民的巨大壓力下，新華網論壇最先開放，不再大量刪帖。參見蔡丹，「甕安事件傳播文本分析」，貴州大學學報（社會科學版）（貴州），第 27 卷第 6 期（2009 年 11 月），頁 153。

註 ⑥6 「石宗源談甕安事件：徹究領導責任，公布事實真相」，貴州日報，http://news.xinhuanet.com/local/2008-07/04/content_8488064.htm。

註 ⑥7 「甕安事件背後：一些機關幹部向黑勢力通風報信」，央視網，<http://politics.people.com.cn/GB/14562/7503118.html>。

註 ⑥8 舉例而言，胡錦濤曾質問：「一件很小的刑事案件為何會引發大規模的群體事件？」因此，他批示要求當地政府儘快疏散示威民眾，維護社會穩定。參閱「貴州騷亂胡錦濤批示，促勿封鎖消息」，明報，<https://life.mingpao.com/cfm/dailynews3b.cfm?File=20080701/nalca/cab1.txt>。

官方媒體爲了能提供此次動亂即時且政治「正確」^⑩的報導，政府的審查員必須到處審視，刪除線上稿件及撤銷非官方的使用者言論。鑑於許多矛盾的言論在網路世界和部落格空間中流傳，宣傳組積極部署網路評論員，以澄清報導和發布左右市民的意見。舉例而言，廣爲人知的網路作家「左拉」，本名爲周曙光，是位知名的獨立部落客和公民記者。他在其部落格（www.zuola.com/weblog/）中張貼對受害者家屬的個人採訪。除了寫網誌外，他同時也利用社群媒體像是博客、QQ 和手機進行現場報導並傳遞此事件的現場資訊，而在他的報導中，也著實挑戰了當前中國黨政傳媒的聲明與宣傳部門的權威形象。此時，宣傳組的主要任務即是組織網評人員上網跟帖，希望「以貴州的媒體影響全國的輿論」。^⑪

甕安事件中的網評員是由十二名精通網路技術，且支持、擁護官方立場以反擊錯誤、惡意資訊的學校老師與政府員工所組成。他們不時向官方〈新華社〉諮詢政治正確的觀點和訊息。^⑫由於當時甕安縣政府網站所在地已被燒毀，工作人員移至縣廣電局的二樓。從甕安縣部分機關以及學校選調過來的十幾名熟悉網路的人每天負責收集資訊，並對失實資訊跟帖澄清。官方〈中國新聞週刊〉引述應急指揮中心一位官員表示：「除甕安縣外，黔南州每個縣、市宣傳部也都組織了五名網評員，每天根據新華社消息和公開發表的材料，以靈活多變的形式跟帖引導網絡輿論。」^⑬至此，網評員就其本身而言是一個創新且可靈活運用來左右網路輿論的方法。他們接獲宣傳組和網際網路宣傳管理辦公室（以下簡稱「網宣辦」）的指示，執行回應網路意見和言論的任務。2008 年 7 月 4 日，網宣辦發布了和中央宣傳部門要求一致的指示。指陳近期網上十分關注貴州甕安群體事件網民議論較多，爲確保正面宣傳不受影響，根據上級有關要求，網上對這起案件的報導和議論要迅速降溫。請各地各網站做好以下工作：

（一）相關消息不放頭條，只作單條消息處理，在網站和新聞中心首頁不過長時間放置。不做專題，已做專題要壓至後臺；

（二）關於案件，只轉載人民網、新華網及案發地省級重點新聞網站稿件；

（三）論壇、博客不作推薦議題討論，相關文章、帖文不推薦首頁，論壇列表首頁帖文不超過三條。要嚴格管好跟帖，刪除攻擊黨和政府、煽動群體事件、煽動過激情緒、散佈謠言的跟帖。^⑭

註 ⑩ 政治上正確的資訊通常意指網路用戶禁止製作、複製、查閱和傳播任何資訊來煽動顛覆中國政府或社會主義制度。煽動分裂中國或損害中國的統一也被認爲是政治上不正確的訊息。

註 ⑪ 「風暴眼中的甕安官員：政府面對空前信任危機」，中國新聞網，http://news.xinhuanet.com/politics/2008-07/09/content_8517045_1.htm。

註 ⑫ 舉例而言，在 2008 年 6 月 28 日甕安事件發生的隔天，新華網發布關於此事件的第一則簡短新聞，內容指出中國西南部的某縣發生公安局被民衆襲擊並焚燒的事件。而這類新聞通常會在新華社等全國性媒體，第一時間的被報導出來。參閱「貴州省甕安縣發生一起打砸燒事件」，新華網，http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-06/29/content_8456598.htm。

註 ⑬ 同註 ⑫。

註 ⑭ 經內部消息指出，這秘密指令是由「網宣辦」值班於 2008 年 7 月 4 日上午 8 點 29 分時所發布的。據傳這份秘密文件是由中國人權團體所蒐集並洩漏出來。參閱「大吃幾驚！大陸網友必讀，網站泄露出的內部機密」，阿波羅新聞網，<http://tw.aboluowang.com/comment/2010/0201/156575.html>。

在接獲這些指示之後，宣傳組則按上級網宣辦的要求，「通知信息港各頻道及十三地市信息港進行檢查、執行」並向他們回報事件後續的發展。」^⑭ 甕安及貴州政府也同步加強管理新聞媒體管理，搶回新聞領導權及輿論的主導權。例如貴州省政府新聞辦公室在 2008 年 7 月 1 日於省會貴陽舉行的記者會中，澄清事件受害少女並非被綁票也不是被謀殺；甕安黨委書記王勤與嫌疑犯也沒有任何關係。^⑮ 記者會在〈新華社〉發布新聞報導後的兩天舉行，顯示出地方政府受到北京當局極大的政治壓力，必須要妥善處理此次騷亂。另一方面，貴州政府也嚴格限制媒體報導此一事件，任何想要報導這次事件的記者，都需獲得當地政府的授權才能進入甕安縣採訪。事實上，當地政府和宣傳部門的成員會「全程陪伴」記者採訪如受害者家屬、民兵、警方和其他目擊證人等當地居民。^⑯

與此同時，在前國家主席胡錦濤的授權下，由於地方領導在處理群眾騷亂事件中無法執行有力而公平的政策，貴州省領導採取政治動作，解散地方黨部並開除地方黨政官員，包括甕安縣常委羅來瓶、公安局長申貴榮、縣委書記王勤、縣長王海平等均被免職。為了更妥善考慮公眾的觀感，並降低官民相互猜疑以及對黨和政府的日益不滿，貴州黨委書記及前新聞出版總署署長石宗源積極聯合貴州共產黨經營的媒體－貴州日報、貴州衛視，及貴州都市報，以提供權威且即時的資訊，來消弭市民的疑慮和網路及街頭上猖獗的謠言。換言之，貴州當局透過宣傳體系和網路通訊工具，特別是網評員的配置，力圖恢復黨國政府治理和宣傳體系的政治形象。^⑰

基於政治宣傳的需要，貴州的指揮中心透過外部媒體，進一步安排一些對嫌疑犯和當事人的官方採訪，以免個別新聞機構在沒有地方官員的參與下獨自進行調查。如此，貴州宣傳體系部門可以透過有效的宣傳作為，以更權威和操控的方式聯合地方媒體來強化他們的宣傳。

7 月 12 日，網宣辦又下達命令，請各網互動環節做好以下工作：

（一）清理用「俯臥撐」一詞調侃、惡搞甕安事件，攻擊黨和政府，司法、新聞制度的內容；

（二）繼續清理借甕安事件煽動網民對黨和政府的不滿情緒、散佈混淆視聽、顛倒黑白的言論；

（三）大力清理從網站首頁、互動環節首頁、至各級頁面上的低俗內容；

（四）清理借上海襲警案、華南虎事件攻擊黨和政府、抹黑公安司法機關的內容；

註⑭ 同前註。

註⑮ 「貴州召開新聞發布會，揭甕安 6·28 事件真相」，貴州衛視，http://news.xinhuanet.com/video/2008-07/02/content_8473735.htm。

註⑯ 王維博，「甕安少女自殺事件當事人受訪，甕安官員『全陪』」，中國經濟網，<http://news.163.com/08/0717/10/4H22C8G70001124J.html>。

註⑰ Anne-Marie Brady, "Regimenting the Public Mind: The Modernization of Propaganda in the PRC," *International Journal*, Vol. 57, No. 4 (Autumn 2002), pp. 563~578.

（五）不在網站首頁、互動環節首頁、以及其他可以推薦互動環節內容的頁面推薦以上要求清理的內容。

各搜尋引擎，請將「王學軍雙規」的搜索結果指向中央、地方重點新聞網站，不設相關搜索，今日 16 時前生效。^⑧

有鑑於此，任何貴州以外的媒體單位如果沒有現場的行為者和許多當事人的直接採訪，很難有最新的發展和深入的分析。概括來說，貴州和中央政府的宣傳體系當局，從過去群眾事件的經驗學習到針對群體性事件或騷亂提供權威性、專業、即時性和完整的報導，並持續發揮媒體有效管控，以防止傳播不正確、甚至傷害黨國形象的負面報導。這說明了網路時代的中國宣傳體制政府比較願意遵從網路世界之論壇規則，在一定程度上與意見相左的網友進行討論，並試圖從中加以引導意見，而不是全然使用慣用的言論管制與資訊屏障。因此，中國黨政體系與網評員高度結合，正逐步地發展和適應資訊時代的宣傳與思想工作需要，使中國政府更有自信治理傳統媒體和新媒體。同時也瞭解到如果政府提供足夠的資訊平臺給網民宣洩他們的情緒，政府可以掌控資訊取得、線上意見交流和輿論，使得看似自由的網路空間和部落格為黨和政府所治理與管制，並使其能在資訊時代為黨國服務，推進其政治利益。

陸、網路評論員的政治意涵

探究中國網路評論員之政治意涵正可與先前有關亞洲傳播理論進行對話。事實上，作者認為尤應凸出具有中國特色的「黨國傳播理論」。環顧亞洲諸多國家的傳媒環境，其仍存在著與特定的黨政或官方傳媒的體系或機構，特別是就中國黨國體制而言，國家體制保障著許多具有合法、權威地位的官營或黨營媒體；其主要扮演著壟斷重要新聞傳播或資訊來源的政治角色，並作為國家宣傳或政治教化、教育等工具。與此同時，在中國國家宣傳政府（或體系）支配或控制下的大眾傳媒是要對廣大人民群眾，進行廣泛而深遠地灌輸，或是強化黨政高層領導或國家機關的意識形態、教條與政治信念，從而在改革開放與科技革命下可能帶來精神污染下，增強和鞏固其共產黨統治的正統性與合法性。

北京政府自上個世紀 90 年代中期開始引進網路通訊科技以來，隨著網路通訊科技廣為運用與不斷創新，它為黨國政治的發展開啓新的篇章。中南海領導深知，網路科技是現代化國家強化經濟發展的利器，它同時有可能進一步協助實現中國百年來懷抱「既富且強」的國家宏大願景。^⑨在此發展思維下，中央政府為深化經濟改革並推進全球產業競爭力，欲充分利用高新科技帶動其經濟成長的同時，也加強虛擬世界的網路

註⑧ 「中共開始加緊對網路、新聞媒體的打壓」，博訊新聞，<http://boxun.com/news/gb/china/2008/07/200807122114.shtml>。

註⑨ Christopher R. Hughes and Gudrun Wacker eds., *China and the Internet: Politics of the Digital Leap Forward* (London and New York: Routledge, 2003)。

治理作為，如完善網路通訊有關法規和加大管控網路「失序」的活動（如各式各類的網路犯罪、賭博或色情傳播等），以及更為重要地對（政治）異議言論或訊息的監控，以防杜或減低網路科技可能帶來社會自由化、民主化的衝擊與影響。^⑧

然而，經濟全球化和網路科技革命仍帶來中國威權政治的新挑戰。隨著平均國民所得與教育水準顯著提升，一批批中產階層大量在沿海與都會區崛起。然長久以來廣存於中國社會的種種貪腐情事，沿海與內陸、城市與農村、以及區域間發展失衡，所得分配不均，醫療保障制度匱乏，住房短缺，下崗、失業嚴重等重大經濟和社會問題。在缺乏西方民主意義下的「選舉」和「政治—公眾參與」機制下，正不斷衝擊並挑戰黨國體制存在的正當性，形成對其治理的危機。傳統上高壓、專制手段來解決問題的「硬」途徑所付出的經濟和社會成本，乃至於政治代價，是越來越高，亦越來越大。^⑨當黨國政府無法「有效」且依法「適當」處理此等上升中的社會矛盾與衝突時，中國公民，特別是知識份子與專業人士開始尋求運用網路科技來進行訊息溝通與議政；網路作為廣泛集結社會力量的中介平台，中國公民和網民對各級黨國政府提出行使憲法所賦予公民權利的請求，這種不斷由下而上、草根群眾所倡議的「公民維權」行動正挑動北京威權政府的政治敏感神經。^⑩此等崛起中「新意見階層」^⑪之虛擬與現實生活作為，正加速催化著更大、更強的公民維權意識與維權行動。隨著公民維權的強化，中央或地方各級政府在人民「知情權」與「參與權」的普遍請求下，對境內外所發生於群眾間的社會或經濟等（重大）事件要求加大「課責」（或譯為「問責」；accountability）力度越來越高，政府被要求對有關事件需作出比起以往更多、更為透明，且更加迅速地回應或解釋。

準此，（再）強化網路治理成為科技時代下維護政府良好公關形象暨鞏固黨國權威性與正當性的積極作為之一。在傳統宣教體制中引進「網絡評論員」的機制就成為改良與更新網路治理重要、創新的一環。如前所述，網評員表面上是具獨立人格、秉筆直書在網路世界提出看法或建言，事實上卻是在虛擬世界裡為政府政策或立場辯護與發聲的「支酬網民」。這被視為是一種新形態宣教體制在線上世界的「化身」或「替身」。^⑫網評員受官方或學校宣傳部門僱傭，專門為黨國政府或學校服務，藉以操控或引導網路輿論。他們通常以普通網民的身分，主動發表擁護中共（或各級行政機關）

註 ⑧ Yongnian Zheng, *Technological Empowerment: The Internet, State, and Society in China* (Stanford: Stanford University Press, 2008); Junhua Zhang and Martin Woesler eds., *China's Digital Dream: The Impact of the Internet on Chinese Society* (Berlin and London: European University Press, 2003).

註 ⑨ Chris Buckley, "China Internal Security Spending Jumps Past Army Budget," *Reuters*, <http://www.reuters.com/article/2011/03/05/china-unrest-idUSTOE72400920110305>; 關武君，「『天價維穩』不是長久之計」，*學習日報*，<http://theory.people.com.cn/GB/12130048.html>。

註 ⑩ 更多的討論請參閱祝華新、單學剛、胡江春，「2009 年中國互聯網輿情分析報告」，汝信、陸學藝、李培林主編，2010 年中國社會形勢分析與預測（北京：社會科學文獻出版社，2010 年），頁 254~255。

註 ⑪ 同註 ⑩。

註 ⑫ 姚憶江，「網絡發言人出山，網絡評論員退隱？」，*南方周末*，<http://www.infzm.com/content/36279>。

的內容，或被動採取回應、解釋黨或政府立場的其他網路傳播策略，試圖達到影響、引導和製造正面而有利黨國的網路輿論氛圍。事實上，「灌水」(adding water)亦是網路世界中顯見的現象，它成為中國政府利用網路及時、大量、互動等特性來建置網評員隊伍，形成虛擬世界的網路偽輿情或偽民意。

在 2011 年 10 月所召開的中共十七屆六中全會中，更進一步表明要立足發展先進文化，建設和諧媒體文化。在《中共中央關於深化文化體制改革、推動社會主義文化大發展大繁榮若干重大問題的決定》中，特別重申要加強和改進新聞輿論工作，發展健康向上的網路文化。^⑤而所謂發展健康向上的網路文化，乃植基於黨國體制中傳媒之輿論武器特性，運用威權政府強勢主導網路優勢予以進行新聞傳播和輿論導向工作，俾利牢牢掌握網路虛擬世界的話語權，以及意識形態等思想領域之主動權，強化和完善黨國體制在新媒體時代的治理能力與決策手段。易言之，這正呼應了前中國國家主席江澤民於 2001 年 7 月 11 日對網路治理工作所做的根本性宣示：「積極發展、加強控制、揚善隱惡、為我所用」。^⑥

而建構和諧網路媒體環境，乃至於社會主義和諧社會，便繫於有效推進宣傳體系中的創新網評員機制。無庸至疑，有效的宣傳體系總是需要某種程度的網路審查與監管制度。^⑦網路管制之所在是因為一方面用以確保中國當局能夠有效引導公眾輿論並遏制有違宣傳目標的新聞或訊息大量在公眾間快速流動；另一方面審查制度正是宣傳體系下之思想工作與政治教育成功的先決要件。^⑧職是之故，中國宣傳體系在網路治理上的作為，本質上是為了防範來自網路世界對黨國政府統治的直接或間接挑戰。其治理作為是兼具消極 (reactive) 管制和積極 (proactive) 利用，二者互為施行。前者是最為普遍也最易被觀察到，其中包含限制上網 (只讓有限的人員和電腦與網際網路連通)、過濾訊息、封鎖網站、監視上網或者甚至完全禁止使用網路；^⑨後者則是將網路引導到符合體制利益的軌道上，例如網評員對輿論導向與國家正面公關形象與權威的形塑和 (再) 傳播。

由於黨國治理作為無法有效化解社會矛盾並真正解決社會既存的問題，加上許多

註 ⑤ 「中共中央關於深化文化體制改革、推動社會主義文化大發展大繁榮若干重大問題的決定」，新華網，http://news.xinhuanet.com/politics/2011-10/25/c_122197737.htm。

註 ⑥ 同註⑤。

註 ⑦ 此概念是源自於 Harold D. Lasswell，而後由 Anne-Marie Brady 進一步加以應用。參閱 Harold D. Lasswell, "The Theory of Political Propaganda," *The American Political Science Review*, Vol. 21, No. 3 (August 1927), pp. 627~631; Anne-Marie Brady, "Mass Persuasion as a Means of Legitimation and China's Popular Authoritarianism," *American Behavioral Scientist*, Vol. 53, No. 3 (November 2009), p. 438.

註 ⑧ Anne-Marie Brady, *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China* (Lanham, MD and Plymouth: Rowman & Littlefield, 2008), pp. 175~182.

註 ⑨ Assafa Endeshaw, "Internet Regulation in China: The Never-Ending Cat and Mouse Game," *Information & Communications Technology Law*, Vol. 13, No. 1 (March 2004), pp. 41~57; Michael S. Chase and James C. Mulvenon, *You've Got Dissent!: Chinese Dissident Use of the Internet and Beijing's Counter-Strategies*, op. cit.

各級官員的濫權、貪污腐敗等不公義時有所聞，群眾長期積累對黨和政府的不滿致使出現急遽上升、「數以萬計」^⑩的社會衝突或（突發）「群體性事件」。^⑪這些群體性事件多以網路為中介平台進行事件討論、資訊聯繫與線下行動串連。固然許多群眾事件在媒體的報導上受到不同程度的箝制，公眾在網路（社交）媒體的（過激）言論和（負面）資訊亦常遭到刪除與封鎖，但黨國宣傳體系在新的傳播環境中，愈發難以獲致全面而完整的宣傳功效。自 2003 年 SARS 事件後，由於公眾得以經由不同傳播媒介獲取非官方的新聞與資訊，中國中央有關宣傳部門便已經理解到必須將網路與手機簡訊等新媒體視為一種資訊時代下政府治理的重要輔具，藉以強化宣傳和政治思想工作，並推進議程設置和輿論導向功能，畢竟現代宣傳及思想工作不能僅仰仗嚴密的資訊審查和媒體控制。

準此，本文研究個案－甕安事件－正反映出中國宣傳體系在資訊時代中的微妙轉變。為了順利推進當前新媒體環境下的宣傳工作，黨國政府仍延續傳統新聞傳播和對政府政策的「議程設置」（agenda-setting）機制，也是形塑適當的新聞和內容的「框架」（frame）。這種媒體的「框架」不是要公民或網民去「想什麼」，而是關乎他們「該怎麼想」（The media does not tell us what to think; it tells us what to think about）。^⑫這也是媒體該如何操縱以進行選擇性的報導。在甕安事件發生初始，由於地方政府欠缺對事件處理的透明性和相關案情發展的回應與問責，致使負面網路輿情急遽匯集，公開批評政府失職，並造成群眾與地方政府、公安的嚴重衝突、對立。一旦省及中央政府介入，藉由振興與改良宣傳體系的議程設置功能，推進輿論導向。至此，整個事件發展情勢便可趨於穩定和緩解。

在甕安事件中，網評員的主要作用在於網路上發表即時、合宜的政府立場和觀點，進行輿論導向，傳遞正面新聞訊息，並匿名參與線上討論。對於負面、詆毀黨國的言論與資訊則予以駁斥和導正，俾降低異議、批判言論在網路和現實生活的再傳播與可能的影響。網評員隊伍與宣傳部門的政府工作、思想工作和黨建工作緊密結合，俾利取得網路言論的制高點，強化黨國在網路虛擬世界的話語權。中國共產黨前總書

註 ⑩ 「8-2 公安機關受理、查處治安案件數（2006 年）」，中國國家統計局，<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/shehui/2006/html/0802.htm>；Murray Scot Tanner, *Unrest in China and the Chinese State's Institutional Responses*, Testimony before the U.S.-China Economic and Security Review Commission, February 25, 2011.

註 ⑪ 關於中國群體性事件相當多。近期如 2011 年 8 月間大連 PX 事件、6 月間廣東增城事件、5 月間內蒙古示威抗議事件…。關於中國群體性事件與官方的政策調適，以及關於網路的作用，可進一步參閱 Guoguang Wu and Helen Lansdowne eds., *Socialist China, Capitalist China: Social Tension and Political Adaptation under Economic Globalization* (London: Routledge, 2009)；Xiaoling Zhang and Yongnian Zheng, *China's Information and Communications Technology Revolution: Social Changes and State Responses* (London: Routledge, 2009)；Guobin Yang, *The Power of the Internet in China: Citizen Activism Online* (New York: Columbia University Press, 2009)。

註 ⑫ Bernard C. Cohen, *The Press and Foreign Policy* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1963), p. 13; Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2 (Summer 1972), pp. 176-187.

記胡錦濤藉由 2008 年 6 月間黨媒人民日報 60 週年紀念會時，高調闡明輿論引導本質上是服膺黨和官方的政治方針。其中，新聞製作和宣傳工作的五個「必須」對於新媒體時代黨在輿論導向的重要性與新作法。^③

在五個「必須」的新宣傳工作思維下，應急指揮中心於甕安事件發生不久後便策略性地成立，尤以「宣傳組」在指揮中心扮演獨特而重要的角色。它的功能性角色在於有關當局試圖透過密集的危機處理措施來左右公眾輿論並藉以改善黨及政府的公關形象。在北京中央領導的大力馳援下，甕安應急指揮部承諾政府會更留意且快速回應人民的聲音。政府同時保證在制定和執行有關處理群眾事件時會認真而多方地考量民衆的意見。至此，貴州政府積極採取的行動來回應民衆要求對受害者執行第二及第三次的驗屍，並數度舉行公開的記者招待會，由「新聞發言人」^④及時而詳細地解釋事件的處理情況和後續進展。在網路世界的輿論中，透過網評員的巧妙運用，政府得以操控並引導至少部分的網路輿情。如此，宣傳政府一方面適應網路時代的傳播形式與新輿論氛圍，適時啟動民意洩壓閥，減緩和釋放高漲的社會緊張和衝突，另一方面試圖恢復且強化黨和政府的親民、良好的公關形象。換言之，網評員的作用正是黨國政府更為適應資訊時代下的宣傳和思想工作之科技產物。如果能夠有效地推進虛擬世界的議程設置，對事件或議題提供即時、專業且權威性的新聞報導與適宜地回應，群眾與網民尋求非官方、甚至異議訊息管道的需求將可能大幅降低、甚至是被取代，網路輿論導向功能便得以強化，最終也將重拾並鞏固黨國在虛擬和現實社會的言論制高點。

網評員的出現意味著中國政府理解也願意接受網路輿論的重要性，並藉由加入網路虛擬空間來取得言論的主導權與制高點。這也凸顯出黨國政府的政治力越來越學會嫺熟、有意地傳達對自己有利的資訊，同時也在各種網路事件中看到政府有關部門扭轉輿論傾向的努力。^⑤由於傳統主流媒體在中國政府的嚴密監控下，大量充斥著各種官方的提法，但隨著中國經濟改革開放、社會變遷、和不斷接軌進入全球化的時代，早期的官樣媒體文化已漸漸失去人民的認同與信任。人民需要一個更能表達民間多元不同意見的公共空間，而不再僅是蒙蔽自己去相信威權政府的官方說法。網路時代下，

註③ 這五個必須包括了：（一）必須堅持黨性原則，牢牢把握正確輿論導向；（二）必須堅持以人爲本，增強新聞報導的親和力、吸引力、感染力；（三）必須不斷改革創新，增強輿論引導的針對性和實效性；（四）必須加強主流媒體建設和新興媒體建設，形成輿論引導新格局；（五）必須切實抓好隊伍建設，增強凝聚力和戰鬥力。參見「胡錦濤就提高輿論引導能力提五點意見」，新華網，<http://news.sina.com.cn/c/2008-06-21/002515786464.shtml>。

註④ 官方新聞發言人制度的設置是黨國政府正確和有效地引導輿情的一個渠道。由於政府積極的解釋官方立場與回應提問來傳遞正確而權威的訊息。發言人的內容主要涉及政府的重大事項、重要活動、社會關注的熱點問題、海內外關注的問題、重大突發事件、公共政策、公共服務、政府決策等所有與公眾利益直接相關的問題，針對這些內容提供的一種接受公眾公開諮詢、質詢和問責的制度安排。參閱鄒建華，*突發事件輿論引導策略：政府媒體危機公關案例回放與點評*（北京：中央黨校出版社，2009年），頁 7-11；王晨，「積極推進黨委新聞發言人制度建設」，*求是*（北京），2010 年第 20 期，頁 27-29。

註⑤ 胡泳，「網絡時代的信息證實危機」，中國網絡文學聯盟，http://www.ilf.cn/Theo/81243_9.html。

儘管網評員在宣傳部門中成爲一個新機制，由於新興網路媒體承繼部分大眾媒體的特性，公民可利用網路與手機簡訊較爲充分地表達自我的想法，駁斥官方對特定事件的說詞，甚至建構和設定屬於網民自己的議題。

總結而言，層出不窮像貴州甕安的群體性事件不斷在中國社會上演，這也爲傳統（政治）宣傳和思想工作帶來新的危機與挑戰。當前宣傳體系正適應這個新傳播環境與新傳播技術，並在共黨幹部教育中加強學會運用和引導網絡，^⑥進行網路宣傳。^⑦中國政府深刻地理解到網路體時代下應透過「網評員」機制來適時啓動民意洩壓閥，率先將群眾和網民的資訊來源管道移轉至官方操控的範圍內，並將（網路）輿論導向更爲支持或至少容忍黨與政府的立場，這才得以緩解不斷高漲的公民維權意識，強化並鞏固政府執政權力的合法性和正當性。

柒、結 語

由於當前中國社會普遍存在著擴大中的貧富差距、城鄉差距、區域發展失衡，以及下崗失業工人與剩餘廣大農村勞動力被拋到社會結構之外等問題。諸多來自於社會結構失衡與社會矛盾持續擴大的問題衍生出更對黨國政府更大的政經壓力。這迫使黨國政府在治理手段的議程設置上，更弦易策。其一，在權衡採行硬性「維穩」之軍警鎮壓所可能衍生的深層社會衝突與政經風險成本之下，北京政府盡可能技巧性地採用軟性的「維穩」手段，包含在虛擬世界的網路治理上，將新媒體納入全球化網路時代下的中國宣教體系，與時俱進地藉由網路評論員機制來推進政治宣傳和（網路）輿論引導工作，俾利形塑和強化黨國統治的正當性與合理性，且在「新」媒體環境下鞏固黨國正面而親民的良好公關形象。

甕安事件的政治意涵在於中國宣傳機器的微妙轉變。網路評論員機制正是推進宣傳體系在網路空間中這不可忽視的輿論宣傳陣地。「五毛黨」、「紅馬甲」或「紅色先鋒」在當前黨國宣傳體系中日顯重要的基本原因在於其經由議程設置和輿論導向，協助政府在網路時代強化其宣傳體系和思想工作；網評員隊伍給予中國政府在虛擬網路世界一個重要的立足點，國家得以進行實質而間接的控制。^⑧宣傳體系仍將持續不斷地經由強化網評員機制來推進網路治理工作，俾作爲其對民間社會、網路社會進行宣傳、互動和教化；在進行負面輿論的疏通與正向民意的引導中，強化黨國統治的正當性與合理性，使之成爲在網路世界中爲黨及國家服務。

三十多年來的改革開放政策已使得中國媒體產業成爲市場經濟發展的一個重要組

註⑥ 洪向華編，*媒體領導力：領導幹部如何與媒體打交道*（北京：中共黨史出版社，2009年），頁197~235。

註⑦ 范虹軼編，*最新黨的宣傳工作：規程方法與案例啟示*（北京：人民出版社，2010年），頁147~158。

註⑧ Evgeny Morozov, "Propaganda.com," *The New York Times*, <http://www.nytimes.com/2009/03/30/opinion/30iht-edmorozov.html>.

成部分。改革開放深遠地影響大眾傳媒，同時也在「資訊控制」上，不斷地侵蝕著黨國政府賴以統治的意識形態基礎，弱化黨的思想政治工作，並使得媒體的報導內容與形式出現較為多元發展的態勢。但與此同時，進一步深化改革開放也使得媒體部門與黨國政體間的矛盾與衝突愈發凸出；媒體產業也隨著政治氣候的不同，擺盪於更大程度的「經營自主」和「政治順從」的兩端之間。不可諱言，當前傳統媒體的採編製播與營運自主上，仍在不同程度上受到中國「媒體政治邏輯」所制約。中國政府仍企圖強化其資訊管控機制，並伴隨高低不同的黨政職位，給予不同程度質與量上的信息。畢竟在黨國一體的中國政治體系中，宣傳體系無疑地是一種傳達官方意識形態的重要機制。

隨著網路科技的發展與廣泛運用，中國宣傳體系已漸漸發展出適應新媒體時代下的新傳播環境的，發展出一種「網路評論員」機制以強化自身在新媒體環境中的宣傳體系。固然其宣傳與治理成效或許在短期內有部分成效，但是在中、長期仍難有定論，有待持續研究。但黨國政府意圖重新取得媒體與資訊環境的主導地位卻是無庸置疑，這亦是值得更多學術關注與研究。就北京政府而言，宣傳部門在此資訊發達的年代，重視並善用網路通訊工具來重塑傳統的宣傳手段和工具，並與時俱進地強化其在全球化下的媒體治理機制，俾利其強化宣傳體系和做好黨政思想工作是不容緩的。

由於本文主題在當代中國研究社群，特別是網路政治、政治傳播研究中尚屬新穎，在研究過程中所遭逢之阻礙、或是研究限制不少。畢竟在黨國傳播政府體系內，任何研究特定敏感的政治或是社會議題容易引起官方的關注，一般民間學者、專家或因與外來研究者之間互信基礎不足，或因懼於黨國政府之「老大哥」的監視或監管，甚或基於自身在言論表達上的「自我審查」，從而在取得實證資料上常面臨一些研究阻礙，特別是當研究者以「正式」和「公開」的方式進行田野工作時，往往會面臨網路評論員難尋、拒訪等困境，這亦是當前從事中國政治和社會調研工作的現實困境。

本文後續研究方向上仍可以藉由探究其他許多不同類型的案例，例如在一些突發公共事件、自然災害、(人爲)事故災難、公共衛生安全、社會安全事故、群體事件…等各種不同網路輿情，其網路評論員所呈現之特有與共同的機制、角色、功能、效能、甚或限制等，經由系統性的實證經驗研究後，期能以實證經驗研究為基，建構出一個具有廣泛運用性之理論，凸出有中國特色的黨國傳播理論與既有之亞洲傳播理論、甚至是西方主流傳播理論進行理論與實證經驗的反思與對話。

*

*

*

(收件：100年11月23日，第1次修正：101年1月26日，複審：101年11月27日，第2次修正：102年1月4日，第3次修正：102年3月12日，第4次修正：102年5月9日，接受：102年5月14日)

The Transitions and Adaption of China's Propaganda System in the Information Age: The Internet Commentator in the Case of Weng'an Incident

Chin-Fu Hung

Associate Professor

Department of Political Science &
Graduate Institute of Political Economy
National Cheng Kung University

Abstract

Propaganda has been the primary vehicle for indoctrination and mass mobilization of Chinese citizens since the Mao era. In the past few years, however, China has experienced an unprecedented boom and liberalization of the media sector since the reform policies and opening to the outside. While the propaganda regime continues in attempting to play the role of guiding and shaping public opinion, the conventional propaganda apparatus is not as effective as it used to be. This has given rise to a renewed governing mechanism that employs Internet commentators to direct cyber discussions and create favorable online opinions about the Party-State. Accordingly, this paper addresses the rising Internet commentator's phenomenon and argues that the setup and increased utilization of Internet commentators has provided the Chinese government in Beijing an updated governing tool to disseminate and solidify Party ideology in the Information Age. A case study of the Weng'an incident is investigated to illustrate China's propaganda regime in the Information Age.

Keywords: propaganda, Internet commentator, Weng'an incident, agenda-setting, opinion-channeling

參考文獻

- 「2008 年中國互聯網輿情分析報告」，中國網，http://www.china.com.cn/aboutchina/zhuanti/09zgshxs/content_17100922_5.htm。
- 「8-2 公安機關受理、查處治安案件數（2006 年）」，中國國家統計局，<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/shehui/2006/html/0802.htm>。
- 「上海公安今組建網絡諮詢員、評論員、監督員隊伍」，中國廣播網，http://news.cnr.cn/gnxw/201101/t20110106_507554582.shtml。
- 「大吃幾驚！大陸網友必讀，網站泄露出的內部機密」，阿波羅新聞網，<http://tw.aboluowang.com/comment/2010/0201/156575.html>。
- 「中央、國務院發加強改進大學生思想政治教育的意見」，新華網，<http://www.people.com.cn/GB/jiaoyu/1055/2920198.html>。
- 「中共中央宣傳部主要職能」，中國共產黨新聞網站，<http://cpc.people.com.cn/GB/64114/75332/5230610.html>。
- 「中共中央關於深化文化體制改革、推動社會主義文化大發展大繁榮若干重大問題的決定」，新華網，http://news.xinhuanet.com/politics/2011-10/25/c_122197737.htm。
- 「中共建黨 87 年，甕安騷亂報平息」，BBC 中文網，http://news.bbc.co.uk/chinese/simp/hi/newsid_7480000/newsid_7482900/7482935.stm。
- 「中共開始加緊對網路、新聞媒體的打壓」，博訊新聞，<http://boxun.com/news/gb/china/2008/07/200807122114.shtml>。
- 「中共衡陽市委黨校〈黨校陣地〉網評員管理辦法」，中歐新聞網，<http://www.cenews.eu/?p=21320>。
- 「中華人民共和國電腦資訊網路國際聯網管理暫行規定」，中華人民共和國國務院，<http://big5.china.com.cn/chinese/zhuanti/193649.htm>。
- 「中國公用電腦互聯網國際聯網管理辦法」，中華人民共和國油電部，http://www.law-lib.com/law/law_view.asp?id=62365。
- 「中國互聯網行業自律公約」，中國互聯網協會，<http://www.isc.org.cn/hyzt/hyzt/listinfo-15599.html>。
- 「中國甘肅承認組建五毛黨被批扭曲民意」，美國之音，http://www1.voanews.com/chinese/news/china/China_20100124-82548812.html。
- 「巴中市人事局採取四大措施加強網絡輿情監控」，四川省人民政府網站，http://www.sc.gov.cn/zw/gk/zwdt/szdt/200907/t20090729_791744.shtml。
- 「互聯網著作權行政保護辦法」，中華人民共和國信息產業部，http://net.china.com.cn/zcfg/txt/2006-03/20/content_208006.htm。
- 「石宗源談甕安事件：徹究領導責任，公布事實真相」，貴州日報，http://news.xinhuanet.com/local/2008-07/04/content_8488064.htm。
- 「伍皓人大演講遭網友扔一身五毛紙幣」，中國網，<http://ganzhi.china.com.cn/news/>

- txt/2010-04/23/content_19887637.htm。
- 「伍皓資料：我不是五毛 是黨委政府形象雕塑師」，中國青年網，http://gy.youth.cn/axbk/201004/t20100423_1211264_4.htm。
- 「江澤民：推動我國資訊網絡快速健康發展」，新華網，<http://cpc.people.com.cn/GB/64184/64185/180139/10818587.html>。
- 「全國人大常委會關於維護互聯網安全的決定」，全國人大常委會，http://news.xinhuanet.com/it/2006-04/30/content_4495376.htm。
- 「安徽大學網絡評論員隊伍章程」，步行者的日志－網易博客，<http://wpXu21st.blog.163.com/blog/static/16690002720114193122459/>。
- 「周口引導服務青少年有了網絡新空間」，中國青年報，http://www.cyol.net/zqb/content/2009-11/30/content_2959076.htm。
- 「南京大學學生網評小組具體方案」，金融界博客，<http://blog.jrj.com.cn/5000534382,351398a.html>。
- 「信息網絡傳播權保護條例」，中華人民共和國國務院，http://www.gov.cn/zw/gk/2006-05/29/content_294000.htm。
- 「胡錦濤就提高輿論引導能力提五點意見」，新華網，<http://news.sina.com.cn/c/2008-06-21/002515786464.shtml>。
- 「計算機資訊網絡國際聯網保密管理規定」，中華人民共和國國家保密局，<http://www.edu.cn/20031110/3094130.shtml>。
- 「風暴眼中的甕安官員：政府面對空前信任危機」，中國新聞網，http://news.xinhuanet.com/politics/2008-07/09/content_8517045_1.htm。
- 「浙江林學院網上評論員隊伍管理暫行規定」，浙江農林大學思政教育網，http://red.zafu.edu.cn/home/News_View.asp?NewsID=300。
- 「國際國內形勢對反腐倡廉建設的新影響」，內蒙古新聞網，<http://cnnews.nmgnews.com.cn/system/2009/07/01/010244669.shtml>。
- 「貴州召開新聞發布會，揭甕安 6·28 事件真相」，貴州衛視，http://news.xinhuanet.com/video/2008-07/02/content_8473735.htm。
- 「貴州省甕安縣發生一起打砸燒事件」，新華網，http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-06/29/content_8456598.htm。
- 「貴州騷亂胡錦濤批示，促勿封鎖消息」，明報，<https://life.mingpao.com/cfm/dailynews3b.cfm?File=20080701/nalca/cab1.txt>。
- 「湖南大學網路評論員管理意見（試行）」，湖南大學黨委宣傳部，http://newsold.hnu.cn/xcb/index.php?option=com_content&task=view&id=1665&Itemid=0。
- 「網絡代有新詞出，最近流行『躲貓貓』」，南方都市報，2009 年 2 月 16 日，第 AA24 版。
- 「網路啓蒙：五毛－網絡評論員的來歷」，博迅新聞，<http://news.boxun.com/news/gb/china/2008/07/200807151504.shtml>。

- 「甕安事件背後：一些機關幹部向黑勢力通風報信」，央視網，<http://politics.people.com.cn/GB/14562/7503118.html>。
- 「關於南昌、長沙、鄭州宣傳文化工作的考察報告」，中共合肥市委宣傳部，<http://i46.tinypic.com/243qfti.jpg>。
- 「關於進一步加強高等學校校園網絡管理工作的意見」，西南大學高校輔導員培訓和研修基地，<http://202.202.111.180:8080/fdypx/news.jsp?nd=213&ns=283>。
- 「關於建立網網絡論員和網絡輿情監督員隊伍的通知」，道客巴巴，<http://www.doc88.com/p-772376557397.html>。
- 丁俊杰、張樹庭編，**網絡輿情及突發公共事件危機管理經典案例**（北京：中共中央黨校出版社，2010年）。
- 王天意，**網絡輿論引導與和諧論壇建設**（北京：人民出版社，2008年）。
- 王炳忠、劉成宋、凌佳，「加強和改進大學生思想政治工作的新舉措－『紅色先鋒』BBS 網絡評論員隊伍建設的探索」，**山西師大學報：研究生論文專刊（社會科學版）**（山西），第34卷第S1期（2007年6月），頁151~152。
- 王晨，「積極推進黨委新聞發言人制度建設」，**求是**（北京），2010年第20期，頁27~29。
- 王維博，「甕安少女自殺事件當事人受訪，甕安官員『全陪』」，**中國經濟網**，<http://news.163.com/08/0717/10/4H22C8G70001124J.html>。
- 中共湖南省宣傳部編，**我們這個家：2009 中共湖南省委宣傳部「家書」**（長沙：湖南人民出版社，2010年）。
- 李志文、徐桂忠，「網絡評論員隊伍現狀與建設對策分析」，**農業網絡信息**（北京），2009年第6期，頁64~65。
- 杜駿飛編，**危如朝露：2010~2011 中國網絡輿情報告**（杭州：浙江大學出版社，2011年）。
- 洪向華編，**媒體領導力：領導幹部如何與媒體打交道**（北京：中共黨史出版社，2009年）。
- 紀阿林、黎慈，「和諧社會下公安機關對網絡輿論的柔性管理研究」，**河北公安員警職業學院學報**（河北），第10卷第3期（2010年9月），頁53~57。
- 范虹軼編，**最新黨的宣傳工作：規程方法與案例啟示**（北京：人民出版社，2010年）。
- 胡泳，「網絡時代的信息證實危機」，**中國網絡文學聯盟**，http://www.ilf.cn/Theo/81243_9.html。
- 姚憶江，「網絡發言人出山，網絡評論員退隱？」，**南方周末**，<http://www.infzm.com/content/36279>。
- 祝華新、單學剛、胡江春，「2009 年中國互聯網輿情分析報告」，汝信、陸學藝、李培林主編，**2010 年中國社會形勢分析與預測**（北京：社會科學文獻出版社，2010年），頁254~255。

- 曹久強，「一名自帶乾糧『五毛』的自白」，*中華論壇*，http://club.china.com/data/thread/1011/2729/85/00/5_1.html。
- 張裕亮，*變遷中的中國大陸報業制度圖像*（台北：晶典文化出版社，2006 年）。
- 麥康勉（Barrett McCormick），「中國媒體商業化與公共領域變遷」，*二十一世紀雙月刊*（香港），總第 77 期（2003 年），頁 27~36。
- 童兵編，*技術、制度與媒介變遷：中國傳媒改革開放 30 年論集*（上海：復旦大學出版社，2009 年）。
- 鄒建華，*突發事件輿論引導策略：政府媒體危機公關案例回放與點評*（北京：中央黨校出版社，2009 年）。
- 蔡丹，「甌安事件傳播文本分析」，*貴州大學學報（社會科學版）*（貴州），第 27 卷第 6 期（2009 年 11 月），頁 153~156。
- 鄧小平，「黨在組織戰線和思想戰線上的迫切任務」，*鄧小平文選第三卷*（北京：人民出版社，1993 年），頁 45。
- 廖保平，「袁世凱、段祺瑞是怎樣操縱『五毛黨』的」，*名人傳記*（河南），2010 年第 7 期，頁 81~83。
- 韓曉玲，「網絡評論員隊伍建設對策研究」，*網絡與信息*（遼寧），2008 年第 1 期，頁 77。
- 劉娟，「論網絡論壇中的輿論形成與輿論引導」，*武漢大學新聞學研究所碩士論文*（2005 年）。
- 關武君，「『天價維穩』不是長久之計」，*學習日報*，<http://theory.people.com.cn/GB/12130048.html>。
- 羅幹，「政法機關在構建和諧社會中擔負重大歷史使命和政治責任」，*求是*（北京），2007 年第 3 期，頁 3~10。
- “China Journey to the Heart of Internet Censorship, Investigative Report,” *Reporter Without Borders*, http://www.rsf.org/IMG/pdf/Voyage_au_coeur_de_la_censure_GB.pdf.
- Anderson, Walter Truett, “Astroturf—The Big Business of Fake Grassroots Politics,” *Pacific News Service*, http://news.newamericamedia.org/news/view_article.html?article_id=18742ff01ca47064f33f58a05e73ce0e.
- Bandurski, David, “China’s Guerrilla War for the Web,” *Far Eastern Economic Review*, Vol. 171, No. 6 (July/August 2008), pp. 41~44.
- Brady, Anne-Marie, “Regimenting the Public Mind: The Modernization of Propaganda in the PRC,” *International Journal*, Vol. 57, No. 4 (Autumn 2002), pp. 563~578.
- Brady, Anne-Marie, “Mass Persuasion as a Means of Legitimation and China’s Popular Authoritarian,” *American Behavioral Scientist*, Vol. 53, No. 3 (November 2009), p. 438.
- Brady, Anne-Marie, *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China* (Lanham, MD and Plymouth: Rowman & Littlefield, 2008), pp. 175~182.

- Buckley, Chris, "China Internal Security Spending Jumps Past Army Budget," *Reuters*, <http://www.reuters.com/article/2011/03/05/china-unrest-idUSTOE72400920110305>.
- Castells, Manuel, *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process* (Oxford and Cambridge, MA: Blackwell, 1989).
- Castells, Manuel, "An Introduction to the Information Age," in Frank Webster, Raimo Blom, Erkki Karvonen, Harri Melin, Kaarle Nordenstreng and Ensio Puoskari eds., *The Information Society Reader* (London and New York: Routledge, 2004).
- Chan, Joseph M., "Commercialization without Independence: Trends and Tensions of Media Development in China," in Joseph Cheng Yu-Shek and Maurice Brosseau eds., *China Review 1993* (Hong Kong: The Chinese University Press, 1993), pp. 25.1~25.21.
- Chase, Michael S. and James C. Mulvenon, *You've Got Dissent!: Chinese Dissident Use of the Internet and Beijing's Counter-Strategies* (Santa Monica, CA: RAND, 2002).
- Cohen, Bernard C., *The Press and Foreign Policy* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1963).
- Ebon, Martin, *The Soviet Propaganda Machine* (New York: McGrawHill, 1987).
- Endeshaw, Assafa, "Internet Regulation in China: The Never-Ending Cat and Mouse Game," *Information & Communications Technology Law*, Vol. 13, No. 1 (March 2004), pp. 41~57.
- Fukuyama, Francis, "Is China's Regime Next to Fall," *The Wall Street Journal*, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703560404576188981829658442.html>.
- Gane, Nicholas and David Beer, *New Media: The Key Concepts* (Oxford and New York: Berg Publishers, 2008).
- Harwit, Eric and Duncan Clark, "Government Policy and Political Control over China's Internet," in Jens Damm and Simona Thomas eds., *Chinese Cyberspaces: Technological Changes and Political Effects* (London and New York: Routledge, 2006).
- Hughes, Christopher R. and Gudrun Wacker eds., *China and the Internet: Politics of the Digital Leap Forward* (London and New York: Routledge, 2003).
- Inkeles, Alex, *Public Opinion in Soviet Russia: A Study in Mass Persuasion* (Cambridge: Harvard University Press, 1950).
- Jacobs, Andrew, "China's Answer to a Crime Includes Amateur Sleuths," *The New York Times*, http://www.nytimes.com/2009/02/25/world/asia/25china.html?_r=2&ref=world.
- Kenez, Peter, *The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization* (Cambridge: Cambridge University Press, 1985).
- Kristof, Nicholas, "So What is Hu Jintao Thinking Now?," *The New York Times*, <http://kristof.blogs.nytimes.com/2011/02/10/so-what-is-hu-jintao-thinking-now>.
- Lasswell, Harold D., "The Theory of Political Propaganda," *The American Political Science Review*, Vol. 21, No. 3 (August 1927), pp. 627~631.

- Lee, Chin-Chuan ed., *Voices of China: The Interplay of Politics and Journalism* (New York: The Guilford Press, 1990).
- Lei, Zhang, “Invisible Footprints of Online Commentators,” *Global Times*, http://special.globaltimes.cn/2010-02/503820_2.html.
- McCombs, Maxwell E. and Donald L. Shaw, “The Agenda-Setting Function of Mass Media,” *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2 (Summer 1972), pp. 176~187.
- Morozov, Evgeny, “Propaganda.com,” *The New York Times*, <http://www.nytimes.com/2009/03/30/opinion/30iht-edmorozov.html>.
- Rice, Ronald E., “Computer-Mediated Communication and Organizational Innovation,” *Journal of Communication*, Vol. 37, No. 4 (December 1987), pp. 65~94.
- Saich, Tony, *Governance and Politics of China* (New York: Palgrave, 2001).
- Shambaugh, David, “China’s Propaganda System: Institutions, Processes and Efficacy,” *The China Journal*, No. 57 (January 2007), pp. 25~58.
- Shirk, Susan ed., *Changing Media, Changing China* (Oxford: Oxford University Press, 2010).
- Tanner, Murray Scot, *Unrest in China and the Chinese State’s Institutional Responses*, Testimony before the U.S.-China Economic and Security Review Commission, February 25, 2011.
- Thomson, Oliver, *Easily Led: A History of Propaganda* (Stroud: Sutton Publishing, 1999).
- Welch, David, *The Third Reich: Politics and Propaganda* (New York: Routledge, 1993).
- Wu, Guoguang and Helen Lansdowne eds., *Socialist China, Capitalist China: Social Tension and Political Adaptation under Economic Globalization* (London: Routledge, 2009).
- Yang, Guobin, *The Power of the Internet in China: Citizen Activism Online* (New York: Columbia University Press, 2009).
- Zhang, Junhua and Martin Woesler eds., *China’s Digital Dream: The Impact of the Internet on Chinese Society* (Berlin and London: European University Press, 2003).
- Zhang, Xiaoling and Yongnian Zheng, *China’s Information and Communications Technology Revolution: Social Changes and State Responses* (London: Routledge, 2009).
- Zhao, Yuezhi, *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line* (Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1998).
- Zhao, Yuezhi, “Neoliberal Strategies, Social Legacies: Communication and State Transformation in China,” in Paula Chakravarty and Yuezhi Zhao eds., *Global Communications: Toward a Transcultural Political Economy* (Lanham and Plymouth: Rowman & Littlefield Publishers, 2008).
- Zheng, Yongnian, *Technological Empowerment: The Internet, State, and Society in China* (Stanford: Stanford University Press, 2008).
- Zhu, Ying, *Television in Post-Reform China: Serial Dramas, Confucian Leadership and the Global Television Market* (London: Routledge, 2008).