

中共建立三級新聞發言人制度析探

徐蕙萍

新聞系

副教授

摘 要

在自由民主國家中，強調「主權在民」，一切施政以民意為依歸。而政府公關正是實現民主社會的溝通民意、反映民意，以達到一個民有、民治、民享的民主政府。為政府與媒體、民眾間之窗口，亦為政府公關中重要一環的新聞發言人，也因此而愈益重要。然一向視新聞傳播媒體為共黨的喉舌、政治宣傳工具，並強調輿論導向的中共，亦宣稱要政務透明化，與媒體間建立無障礙溝通渠道，完善其新聞發言人制度，並要建立所謂的「三級新聞發言人制度」，何以如此？難道其對媒體控制大不如前？經過本研究深入探究發現，其原委固然是隨其經改後，在經濟快速發展下，網民人口大增，及國際媒體的進駐...等，致政經社會變遷，不得不正視危機公關的重要性與迫切性，故制度亟需變革因應；惟其所建立的新聞發言人制度，在共黨仍嚴密控制新聞媒體的狀況下，再由其各部會首長兼職新聞發言人，並不時以各種藉口拒絕記者的採訪、說明，故而形式意義大於一切。

關鍵詞：新聞發言人、新聞發言人制度、輿論導向、危機公關

壹、前言

建立良好的溝通管道是現代民主政治運作的基礎，此係因大多數的民眾是藉由大眾媒體的新聞報導，了解政府的運作方式與內容，以及政府施政對他們的影響；同樣的，政府也經常透過媒體的報導內容得知政策推動的效果與缺失。因此，媒體可以被視之為是政府與民眾之間的重要溝通橋樑。

在民主國家中，政府公關部門則負起是種溝通民意、反映民意之雙向溝通的職能。其主要目標有二：（一）宣揚政令及（二）了解輿情；至於政府公關部門主要的工作內容則為新聞聯繫、新聞發佈、舉辦民意調查及與民眾進行溝通、協調等（林靜伶、吳宜蓁、黃懿慧；1996）。而為政府與媒體、民眾間之窗口，亦為政府公關中重要一環的新聞發言人，也因此而愈益重要。

論及政府新聞發言人，其主要職責是在一定時間內就某重大事件或時局的問題，舉行新聞發佈會，發佈有關新聞或闡述其部門的觀點立場，並代表其部門回答記者的提問（劉建明，1992：357）。此在西方民主國家實已行之有年，他們一方面是政府控制新聞傳播的手段，一方面也是政府和新聞界，甚至是通過新聞界和公眾進行溝通的方式。以美國為例，新聞發言人制度最早可以追溯到總統新聞發言人；傑克遜是最早聘用總統新聞發言人的美國總統，但是傑克遜以及相繼繼任的幾位總統的新聞發言人都是以私人秘書身分出現，並不屬於政府系統；直到 1857 年詹姆士·布加南總統時才開始納入政府系統；至於白宮的定期記者招待會，則是從威廉·塔虎特總統開始逐漸建立（樓榕嬌，1986；曹越，2004）。新聞發言人成為一種制度，並普遍在美國各地建立起來，則肇因於社會力、經濟力、政治力乃至於媒體力等多重力量的交互衝擊的結果，至 20 世紀 70 年代始完善並蓬勃發展（陳力丹，2004）。

在中國大陸雖於 1983 年 4 月 23 日正式宣佈建立新聞發言人制度（曹越，2004；陳力丹，2004）；但於 2004 年 2 月，中共又依據其國務院的《關於改進和加強國內突發事件新聞發佈工作的實施意見》要求建立國務院新聞辦公室、中央各部委、省級人民政府的三級新聞發言人制度；換言之，其三級新聞發言人制度的建立，尚不及一年。

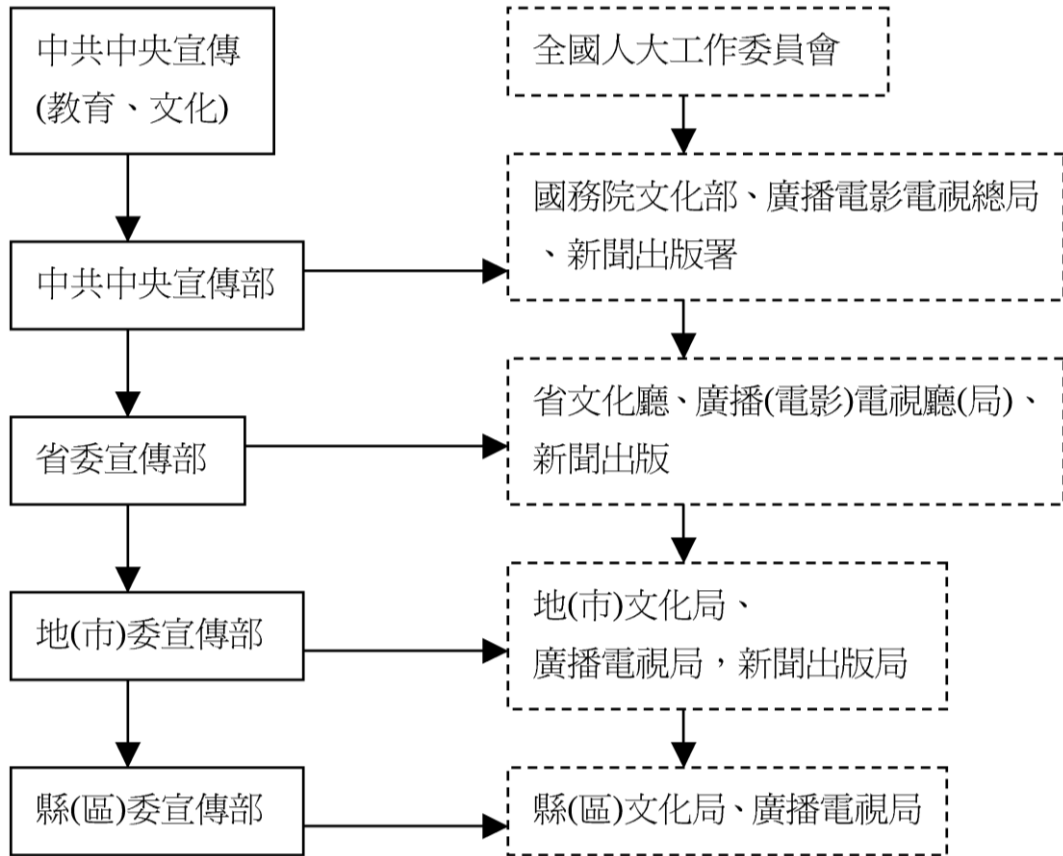
一向將新聞傳播媒體視為共黨的喉舌、政治宣傳工具，並強調輿論導向的中共，長期以來，其在文宣管理方面，與其他領域一樣，都是貫徹共黨的領導原則，政府部門都以行政手段為主，而在文宣管理方面，則始終遵循著兩個原則：其一是，黨政雙重設置，黨領導政府；其二是，直接和對口管理，面向文化生產、傳播和消費的全部過程（Chang Won Ho,1989）。

換言之，其政府與新聞媒體是以中共中央宣傳部為核心，在其領導下，從中央、省及縣呈現縱向、橫向的管制關係；¹關於其彼此的關係與互動情形，如圖一、圖二。若仔細檢視之，可發現其與西方民主國家新聞媒體非但維護大眾「知的權利」，且時時扮演監督政府的角色，是大異其趣的（徐蕙萍，2004）。可是中共如今卻表明要政務透明化，與媒體間建立無障礙溝通渠道，要完善其新聞發言人制度，並要建立所謂的「三級新聞發言人制度」，何以如此？難道其對媒體控制大不如前，不再強調輿論導向？又政務是否真的要透明化？再者，其所建立的三級新聞發言人制度有何特色？又其設立的主要功能為何？是值得探究的。

本文擬自此三個面向探其三級新聞發言人制度之建立，特別是適值中共強調要對我展開輿論戰、心理戰、法律戰所謂的「三戰」之際，在知己知彼的前提下，一探其新聞發言人制度及其作用是兼具學術意義與實用性的。更何況，迄今相關論文並不多的狀況下，更是深具意義；本文將採用歷史文獻分析法一一探究之。

¹ 依據學者何川（1994）的研究，中共是以縱橫交錯的雙重分等級的管理方式來掌握新聞傳播媒體。就縱的方面言，中共中央宣傳部以及各級黨委的宣傳部門對同級的新聞機構的業務指導；至於橫的方面，則是不同等級的黨組織對同級新聞媒體的直接指導，如此縱橫交錯，以確保所有新聞媒體為共黨的路線、方針和政策服務（何川，1994：91）。

圖一：黨政宣傳機構工作關係圖



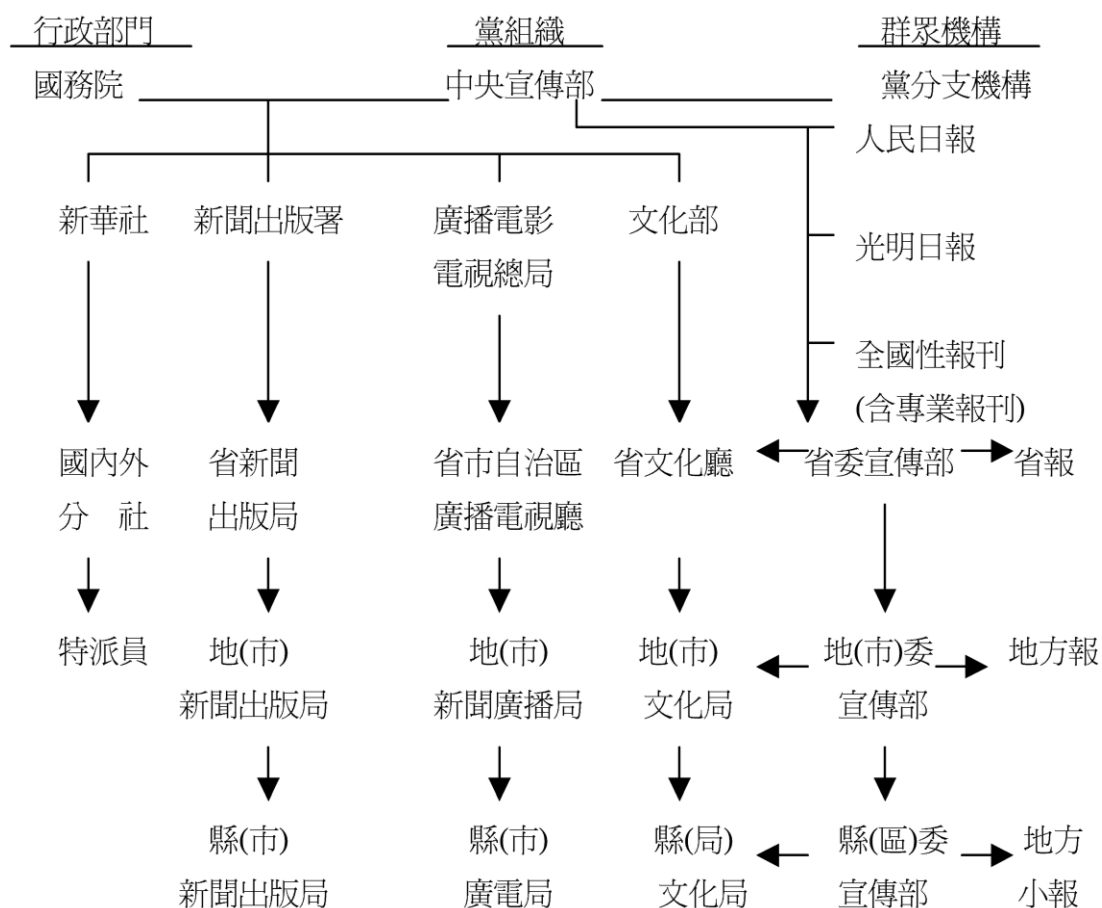
說明：1.實線方框表示黨委機構，虛線則表示政府機關。

2.從左到右的箭頭表示橫向領導關係。

3.從上到下箭頭表示縱向隸屬與領導關係。

資料來源：中國社會調查所，中國國情報告，頁 877。（引自呂郁女（2000），《衛星時代-中國大陸電視產業的發展與挑戰》，台北：時英出版社，頁 82）。

圖二：中共宣傳互動關係圖



資料來源：呂郁女（2000），《衛星時代-中國大陸電視產業的發展與挑戰》，台北：時英出版社，頁 83。

貳、中共三級新聞發言人制度建立的肇因

關於中國大陸三級新聞發言人制度建立的原因，如仔細探究，其中固然亦具有如其官方所言之「改進和加強國內突發事件新聞發佈工作」的原因，但絕非那麼單純，若歸納學者們之研究，其三級新聞發言人制度建立的肇致原委，實可分為遠因與近因二種：

一、遠因

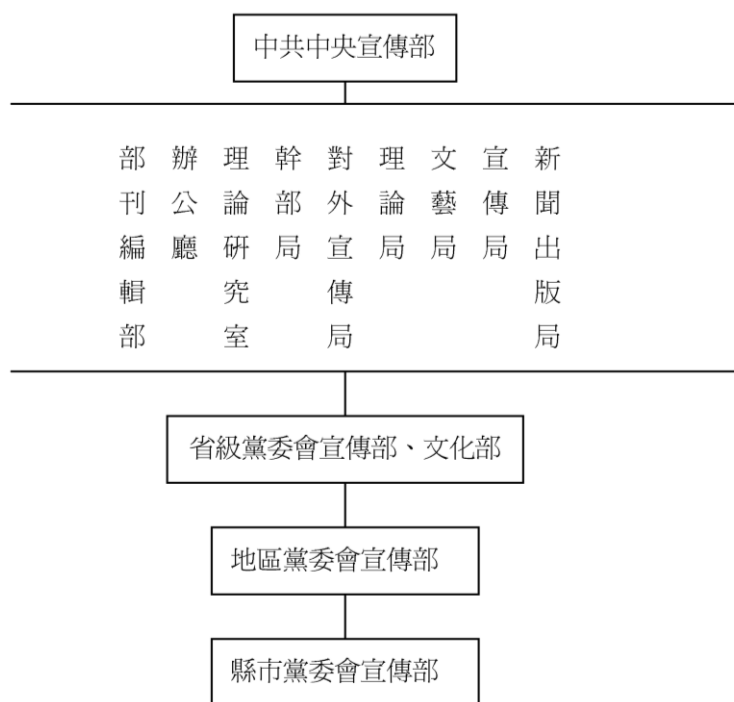
就遠因而言，又可細分為以下二項：

（一）政經社會變遷，制度亟需變革因應

共產黨對於宣傳向來是採取壟斷的方式，把一切宣傳工具，完全控制在共黨的手裡，由一個特別部門專管。在昔日的蘇聯，其共產黨中央委員會設有宣傳煽動部，而在中共中央委員會亦設有宣傳部，是個龐大的工作部門，負責政治思想、意識型態的灌輸和教育上的決策。另在各省黨委、市委、地委以及縣委，亦皆設有宣傳部，其內部組織亦大致相同，不過逐級簡化而已。這些宣傳機構，一方面接受上級的指揮，一方面又指揮和監督下級的工作；如同金字塔型式一樣，由上而下，層層節制。就因為有這樣龐大而精密的組織系統，所以中共中央的力量，可以一直貫徹到最低層的單位，最高統治者的意志可以貫徹到下級幹部和人民群眾的身上，形成最嚴密的宣傳網。

中共中央宣傳部和其他部門，都是秘密地進行工作，對外不太披露消息。（郭瑞華，1998：134）。該部的主要下屬機構包括：新聞出版局、宣傳局、文藝局、理論局、對外宣傳局、幹部局、理論研究室、辦公廳和部刊編輯部。省（或直轄市、自治區）一級黨委宣傳部，組織結構卻並不劃一，大多數省委宣傳部的組織相似或相同於「中宣部」，也有少數省委是把「宣傳部」一分為二，分為「宣傳部」與「文化部」前者管宣傳方面的業務（如宣傳、報刊、理論教育），後者管文化教育方面的業務（如教育、文藝、體育衛生、科學）。地級市及縣級黨委會則設宣傳部。（請參閱圖三）

圖三：中共中央宣傳部組織體系圖



資料來源：呂郁女（2000），《衛星時代-中國大陸電視產業的發展與挑戰》，台北：時英出版社，頁92。

非但在組織系統方面作嚴密的控制，另在中國大陸的新聞系統執行上，更有一行之已久的信條，即：凡在新聞報導中涉及到共黨的路線、方針、政策等重大問題，都必須以新華社的「通稿」和《人民日報》的社論為標準，統一口徑（何川，1994：108）。所謂新華社的「通稿」，指的是各級新聞單位都必須採用、具有指導性和標準性的稿件。此係因早在1950年中共中央文件就確定「新華社」成為消息總匯。這種報導上追隨新華社、《人民日報》的做法，不僅因為他們是中共最大的喉舌，而且還因為他們發表的新聞或言論，某種意義上代表中共高層的意見，標誌著輿論宣傳的方向（何川，1994；徐蕙萍，2004）。

綜上所述，在中國大陸嚴密的宣傳網制度下，新聞媒體一直被視為喉舌，為政治服務的工具，長期以來，在中共的嚴密掌控下，無論新聞報導的方向或是內容，都是由中共決定的狀況下，自然沒有政府和新聞界，甚至是通過新聞界和公眾進行溝通的需要。

然而自其於1978年實施「改革開放」政策以來，為了有效地推動經濟改革

的進行，利用傳播媒體進行輿論宣傳是中共的主要手段，其結果不但推動了傳播媒體的迅速發展，而且也促使傳播媒體的內容有了顯著的變化，它從僅僅作為中共意識形態的武器，政治宣傳的喉舌和階級鬥爭的工具，轉而變成非但以共黨的意識形態武器為主，同時又為經濟改革和社會發展服務之綜合性多功能的工具。但如此一來，不但肇致中國大陸大眾傳媒的蓬勃發展，也因科技的發展，網際網路的無遠弗屆和網民人口的急遽增加（據中共統計，現已有 8700 萬），以及外國跨國傳媒的進駐……等；換言之，中共政府對外亦無法再以一則新華社的「通稿」就遮掩過去，特別是一旦發生在預期之外的特定事件或一系列事件時，無法再如其學者喻國明所批評的「官員傾向於沉默，傾向於不披露，傾向於不和媒體接觸；這是體制的問題」（張修智，2004/3/26）。

在如此政經環境變遷下，其固然仍具有龐大而精密的宣傳組織系統，但對外無法再以沉默，不披露，甚至於不和媒體接觸的方式遮掩過去，則是不爭的事實；這一切均使中共意識到制度亟需變革，否則無法因應政經環境的變遷。

（二）型塑開放形象，積極加入國際社會

中國大陸自 1978 年實施「經改」以來，經過二十多年的改革、開放，在經濟快速的發展下，眼看著它即將成為全球最大的貿易國。中共認為它能夠，而且必須參與到主導世界的行列中來，於是花了 16 年進行談判，申請加入世界貿易組織，在在說明中共如今正積極地加入國際社會（樊鋼·加瑞特 Michael Garrett & 李曼 Jean-Pierre Lehmann，《蘋果日報》2005/1/7）。

從亞洲國家中快速崛起的中共，並不以即將成為全球最大的貿易國家為滿足，並積極地發展軍事，冀望亦能躋身於世界軍事大國之列²（此已招致週邊國家的戒心，如：日前的美日安保同盟將「台灣海峽」列入共同防禦範圍；澳洲政府拒售中共無人偵察機技術……等）。

若從國際關係的角度上檢視，就如國內學者陳一新所言，過去幾年，中共與美國基於相互的需要已發展出一種利益交換的關係，無論在反恐、北韓、防擴散、防止區域衝突……等等，美國都會要求中共的回應（陳一新，2005/2/7）。無可諱言的，中共與美國近年來雖有不錯的互動，但面對野心勃勃的中國大陸，美國亦抱有戒心，則是不爭的事實（牛軍，2005/2/22；楊珮玲，2005/2/8）。此亦說明佔全人類人口 60% 的中國大陸，非但已加入國際社會，並扮演舉足輕重的角

² 2004 年年底，中共對外發表了「2004 年中國的國防」白皮書，展現其未來國防建設藍圖及現代化建軍企圖；另外，中共今年的國防預算突破二千億元人民幣，較 2003 年的一千八百八十一億元人民幣，增長百分之十一；擴張軍備意圖至為明顯，對亞太區域造成嚴重的軍事威脅，更引起國際社會高度關注。（謝鴻進，2005/2/6）

色。

就猶如中國人民大學國際關係學院副教授李慶四所言，「作為經濟全球化時代國際社會的一員，中國政府還要面對外部公眾，協調中國與外國各方面的關係，這使政府國際公關成為現實」。基於此，李慶四明白指出，建立新聞發佈制度，乃是遵循國際慣例（李慶四，2003）。而中共國務院新聞辦公室人事局局長汪興明談及新聞發言人制度的建立，亦明白表示，「我國經濟發展和國際社會將因此而更加接軌」（新浪網，2004/10/7）。

此亦說明其加入國際社會後，為了彰顯其政務信息透明、開放、進步的形象，遂肇致制度的變革。

二、近因

至於近因，則是在中國大陸發生一連串突發事件，其各級政府危機處理不當，特別是在新聞發佈制度方面，顯現諸多的問題，非但導致社會民心不安，國際社會也不斷抨擊，遂致其有所變革以求因應（張國偉，2003/11/25）；舉其要者，SARS 危機處理不當，招致國際輿論抨擊則是其導火線（曹越，2004；陳力丹，2004）。

論及危機處理，危機處理專家與學者咸指出：這是一個危機環伺的時代（張在山，1994；朱延智，2000；孫秀蕙，2000；林文益、鄭安鳳譯，2002。此肇因於環境變動快速帶來高度不確定性與複雜性，特別是隨著科技的發展及社會的急遽變遷，非但組織所處的環境迥異於往昔，組織成員的信念、態度及價值觀也有所變異；但也致使組織或個人隨時可能面臨危機的考驗與挑戰（Barton, 2001；吳宜蓁，2002）。雖然我們隨時面臨危機的考驗與挑戰，就猶如國內傳播學者吳宜蓁所強調的，在危機事件時，許多危機的成敗關鍵在於第一時間的溝通，特別是危機常引發媒體與民眾的注意而導致溝通發生問題，故而危機公關遂成為當前公私組織之重要課題（鄭貞銘，1999；吳宜蓁，2002：13）。

然中共自 1978 年實施「改革開放」政策迄今已二十多年，中國大陸社會隨著逐漸的經濟現代化（economic modernization）³，其社會由封閉轉變為稍許的開放，但也因此而與外界環境有所接觸、互動；就誠如危機處理專家所言，無論

³ 一個最常被用來判斷現代化是否成功的指標是經濟成長率，經濟現代化包括工業化和持續的經濟成長。按照斯美舍（Neil J. Smelser）的說法，經濟現代化可牽涉到下列四方面的轉變：（1）在工藝技術方面是由簡單和傳統的技藝轉變到科學知識的應用。（2）在農業方面是由基礎農耕進化至商業式的農業經營。（3）在工業方面是由人力和動物轉變到機器操作的動力。（4）在區位環境的安排方面是由鄉村轉移到都會中心區（蔡文輝，1983：155）。

大小公私組織，只要是與外界環境有所互動，就隨時處於危機的威脅當中（Barton,2001）；雖然為社會主義國家的中國大陸，當然亦不例外（張踐，1998）。

惟在往昔尚未「經改」的年代，亦曾有內在或外在因素造成的危機事件發生，都是由中共中央宣傳部和其他部門，以秘密的方式進行工作，然後以非常簡略、淡化的方式對外透露，就能一手遮天；即便有事，也頂多是「茶壺裡的風暴」，衝擊面與影響面都不會太大，亦不會太複雜；然而就如同危機處理專家與學者所言，在詭譎多變的現代社會，組織危機的影響性與複雜度都較以往大為提高，不僅經常造成大規模傷害、耗費大量經濟成本及社會成本，而且可能由於組織與社會次系統的共振現象，使危機產生滾雪球效應或骨牌效應，從一個組織危機擴散成其他組織的危機，甚至轉變成整個社會的危機（吳宜蓁，2002：3）。

中國大陸雖經過二十多年的改革、開放，且終於步入國際政、經舞台，然其觀念並未與時推移作調整，當然更無危機公關或危機處理的觀念，例如 2003 年爆發的 SARS 事件，即因危機公關處理不當，非但在其國內造成人心惶惶，並轉變成整個社會的危機，且由於其對外仍以其一貫的封閉消息、淡化處理的方式，並動輒以「干涉內政」為由，以駁斥外來批評，認為如此就能如往昔那樣一手遮天。

詎料，SARS 事件非同小可，此危機在國際媒體的不斷報導：「SARS 起源於廣東，並向其他地區擴散；中共隱瞞疫情，不對民眾生命負責；SARS 沒有得到控制，是政治制度的問題」下，已產生滾雪球效應或骨牌效應，其亦引起週邊國家社會人心的恐慌，甚至於引起整個國際社會的關注，終招致國際輿論的不斷抨擊（田發偉、李希光，2003）；影響所及，原定的國際展覽會和貿易洽談會紛紛被取消，世界衛生組織甚至並發佈對北京的旅遊警告……等，種種的抵制措施，中共政府感受到其正面臨前所未有的危機公關挑戰；此對於一心要躋身於國際大國之列的中共而言，其政府形象確實影響至鉅（李慶四，2003/9/30）。

基於此，於是立即成立危機處理小組，中共並要求各級政府緊急動員，且指定其衛生部常務副部長擔任新聞發言人，其發言人一改以往新聞發佈會對事實真相遮遮掩掩的態度，不僅改變過去動輒以「干涉內政」為由一概駁斥外來批評的習慣，且遵照國際慣例新聞發佈制度，每天定時向國內外媒體主動如時發佈最新疫情報告，直到疫情獲得控制，世界衛生組織正式宣布對北京解除旅遊警告並從 SARS 疫情傳播名單中排除為止。

誠如中國人民大學副教授李慶四所言，經過 SARS 事件後，中共汲取危機公關成功的經驗和失敗的教訓，始不得不正視危機公關的重要性與迫切性（李慶四，2003）。而為政府與媒體、民眾間之窗口，亦為政府公關中重要一環的新聞發言人制度，遂成為其變革的首要之務。

參、中共三級新聞發言人制度的概況

衡諸中國大陸新聞發言人制度的發展，其與西方民主國家政府公關部門須負起溝通民意、反映民意之雙向溝通的職能，是有相當殊異的；甚至於其管制新聞、控制輿論的意義是大於一切的。

中共是在 1983 年開始在其國務院各部委設立新聞發言人，當時設立的主要目的是為了滿足對外宣傳的需要（陳力丹，2004）。隨著政經環境的變遷，中共亦面臨猶如其學者所謂的「社會主義國家同樣面臨人類社會所共同面臨的諸多社會問題，這為政府公關提供了必要性。妥善解決矛盾衝突，優化政治穩定、經濟發展的社會環境，又使政府公關具有迫切性。同時，作為經濟全球化時代國際社會的一員，中國政府還要面對外部公眾，協調中國與外國各方面的關係，這又使政府國際公關成為現實性」的狀況（李慶四，2003）。

誠如前述，中共特別是歷經 SARS 事件，因危機處理不當，招致國際輿論抨擊、甚至於抵制，則是其導火線，中共汲取危機公關失敗的教訓，亦不得不開始正視危機公關的重要。

2004 年 2 月，中共國務院通過《關於改進和加強國內突發事件新聞發佈工作的實施意見》後，遂要求建立國務院新聞辦公室、中央各部委、省級人民政府的三級新聞發言人制度；事實上，早在 2003 年下半年，中國大陸就籌組「公共管理高級培訓班」選派人員赴美受訓，迄今已有多期結訓（李忱，2004）。非僅如此，中共政府並以每年二萬人，陸續將選派十萬各級官員赴英進修培訓（鳳凰週刊，2005/1/11）。

除了選派人員赴英、美受訓外，並有數千名副廳長以上的官員接受新聞發言人的培訓（新華網，2004/6/3）。但直到 2004 年 12 月 28 日中共國務院新聞辦公室始首次對外公佈其國家機關現有全部共總計 75 名發言人的名單和通訊聯絡方式；茲將其國務院各有關部門新聞發言人概況表列如下（新華網，2004/12/28）：

表一：中共國務院各有關部門新聞發言人概況表

序號	部 門	新聞發言人	職 務
1	外交部	孔泉	外交部發言人 新聞司司長
		劉建超	外交部發言人 新聞司副司長
2	國家發展和改革委員會	曹玉書	副秘書長
3	教育部	王旭明	辦公廳副主任
4	科學技術部	尚勇	黨組成員
5	國家民族事務委員會	李文亮	辦公廳主任
6	公安部	郝赤勇	部長助理、辦公室
		孫永波	主任
7	監察部	李玉賦	副部長
8	民政部	竇玉沛	辦公廳主任
9	司法部	王立憲	辦公廳主任
10	財政部	張通	辦公廳主任
11	人事部	張延平	政策法規司司長
12	勞動和社會保障部	胡曉義	辦公廳主任
13	國土資源部	王世元	黨組成員、辦公室 主任
14	建設部	朱中一	辦公廳主任
15	鐵道部	王勇平	宣傳部部長
16	交通部	朱永光	體改法規司司長
17	信息產業部	劉利準	辦公廳主任
18	水利部	願浩	辦公廳主任
19	農業部	于永維	黨組成員
20	商務部	崇泉	辦公廳主任
21	文化部	李景和	辦公廳主任
22	衛生部	毛群安	辦公廳副主任
23	國家人口和生育委員會	席小平	宣傳教育司司長
		金小桃	辦公廳主任
		郝林娜	國際合作司司長
		于學軍	政策法規司司長
24	中國人民銀行	李超	辦公廳主任
25	審計署	劉寶衡	辦公廳主任
26	國務院國有資產監督管理委員會	杜淵泉	宣傳工作局局長
27	海關總署	劉廣平	辦公廳主任
28	國家稅務總局	李林軍	辦公廳主任
29	國家工商行政管理總局	李建昌	辦公廳主任
30	國家質量監督檢驗檢疫總局	劉兆彬	法規司司長
		項玉章	辦公廳主任
31	國家環境保護總局	潘岳	副局長
32	中國民用航空總局	劉彥斌	辦公廳主任
		張增明	黨委辦公室主任
33	國家廣播電影電視總局	朱虹	法規廳主任 法規司司長

34	國家新聞出版總署	孫壽山	辦公廳主任
		王自強	國家版權局版權司司長
		范衛平	全國掃黃打非辦發言人
35	國家體育總局	何慧嫻	黨組成員、局長助理
36	國家統計局	姚景源	總經濟師
		鄭京平	綜合司司長
37	國家林業局	曹清堯	宣傳辦公室主任
38	國家食品藥品監督管理局	李少麗	辦公廳主任
		邢富	政策法規司司長
39	國家安全生產監督管理局	黃毅	政策法規司司長
40	國家知識產權局	張勤	副局長
41	國家旅遊局	張堅鐘	政策法規司司長
42	國家宗教事務局	郭偉	外事司司長
43	國務院參事室	陳鶴良	國務院參事室副主任
44	國務院僑務辦公室	劉輝	文教宣傳司司長
45	國務院港澳事務辦公室	華建	聯絡司司長
46	國務院法制辦公室	胡可明	秘書行政司司長
47	國務院台灣事務辦公室	張銘清	主任助理、新聞局局長
		李維一	新聞局副局長
48	中國地震局	張宏衛	辦公室副主任
49	中國氣象局	沈曉農	辦公室主任
		張國材	預測減摘
50	中國保險監督管理委員會	袁力	發展改革部主任
51	國家電力監管委員會	譚榮堯	總監、辦公室主任
52	全國社保基金理事會	李克平	投資部主任
53	國家糧食局	戚維明	政策法規司司長
54	國家煙草專賣局	邢萬里	辦公室主任
55	國家外國專家局	劉永志	法規聯絡司副司長
56	國家海洋局	李春先	局辦公室主任
57	國家文物局	張柏	副局長
58	國家外醫藥管理局	沈志祥	國際合作司司長
59	國家外匯管理局	韓玉亭	綜合司司長
60	國務院三峽辦	宋原生	黨組成員
61	國務院扶貧辦	劉福合	政策法規組長
62	國務院南水北調辦公室	蔣旭光	綜合司司長

檢視中共所公佈之國務院新聞辦公室、中央各部委等各有關部門新聞發言人的名單和通訊聯絡方式，足以發現：這 75 名屬於中共國家機關各部委等各有關部門新聞發言人中，卻遍尋不著其解放軍中央軍委有關部門之新聞發言人，此亦說明其口口聲聲要建立完善的三級新聞發言人制度，實際上，中共之所以要建立三級新聞發言人制度是與西方民主國家政府公關部門須負起溝通民意、反映民意

之雙向溝通的職能，是有相當的殊異。

眾所周知，在民主國家中，大多數的民眾是藉由大眾媒體的新聞報導，了解政府的運作方式與內容，以及政府施政對他們的影響；同樣的，政府也經常透過媒體的報導內容得知政策推動的效果與缺失，身為政府機構一環的國防部門，當然亦無例外。

誠如前述，新聞發言人的設立，其是作為政府與媒體、民眾間之窗口，實為政府公關中重要的一環；但中共之解放軍方面，非但無新聞發言人的設立，甚至還嚴禁擅自報導或轉載，若需要公開報導的，則需經中共中央軍委或各軍總部批准後，始授權新華社等新聞單位統一發佈（宣傳與文明，2003）。此亦說明，若與西方民主國家相較，其所建立的新聞發言人制度，並未如其所言「遵照國際慣例」，將國家事務透明化、公開化，主動和媒體進行良性互動和溝通，以維護人民的「知情權」.....等等；足以證明：其管制新聞、引導輿論的意義是大於一切的。

肆、中共建立三級新聞發言人制度的作用

一、中共三級新聞發言人制度的特色

在民主國家中，政府公關部門是負起溝通民意、反映民意之雙向溝通的職能。其主要目標有二：（一）宣揚政令及（二）了解輿情；至於其主要的工作內容則為新聞聯繫、新聞發佈、舉辦民意調查及與民眾進行溝通、協調等；

惟檢視西方民主國家政府新聞發言人制度，可發現其在「新聞管理」（news management）議題上非但技巧愈益純熟，且與時併進；依據卜正珉轉引自Washington（1997：30；卜正珉，2003）的研究，此實與媒體產業近年來的變化有關，特別是在媒體呈現下述幾個現象：

1.全球各國普遍面臨的現象是：媒體所有權走向集中化趨勢、公有與私有媒體的比例失衡、資訊數量與傳遞速度因新科技的發明而大幅增加、衛星電視與網路傳播的大量使用使政府無法再有效控制資訊的內容及流通。

2.因為電視凌駕其它傳統媒介成為主要的新聞通路，使得新聞報導趨於表象化（superficial），經常將複雜的公共政策議題濃縮裁剪為三十秒的聲光影片。

3.傳播產業的激烈競爭意味著：收視率與利潤的競爭比新聞報導正確來得重要，在此趨勢下，新聞記者成了新聞製造者（newsmaker），而非報導者（reporter），應該是事實與新聞的報導被記者個人的分析與評論取代。

4.更嚴重的問題是，政治人物及新聞記者紛紛在娛樂節目現身或擔任節目主

持人，使新聞報導逐漸走向娛樂化（infotainment）的現象。

特別是當自詡為獨立於行政、立法、司法部門之外的「第四權」的大眾傳播媒體，一面倒地將新聞報導焦點集中在社會危機、政府弊端及施政的錯誤或失敗等議題時，所產生的結果是：對政府所推動的政策形成牽制，並降低民眾對政府及決策者領導國家的信心。再者，當政府被迫必須立即回應媒體的採訪要求，或甚至被要求對無法掌握的情勢做出回應時，實難期望政府的決策品質會有所提昇。原因是若政府被迫只針對短期的問題提出對策，而忽略長期政策問題的規劃，真正的問題癥結將永遠無法解決。又若決策者只考量吸引媒體報導，勢必將嚴重扭曲政府的決策管理與空間，同時也將使政策議題產生偏差。

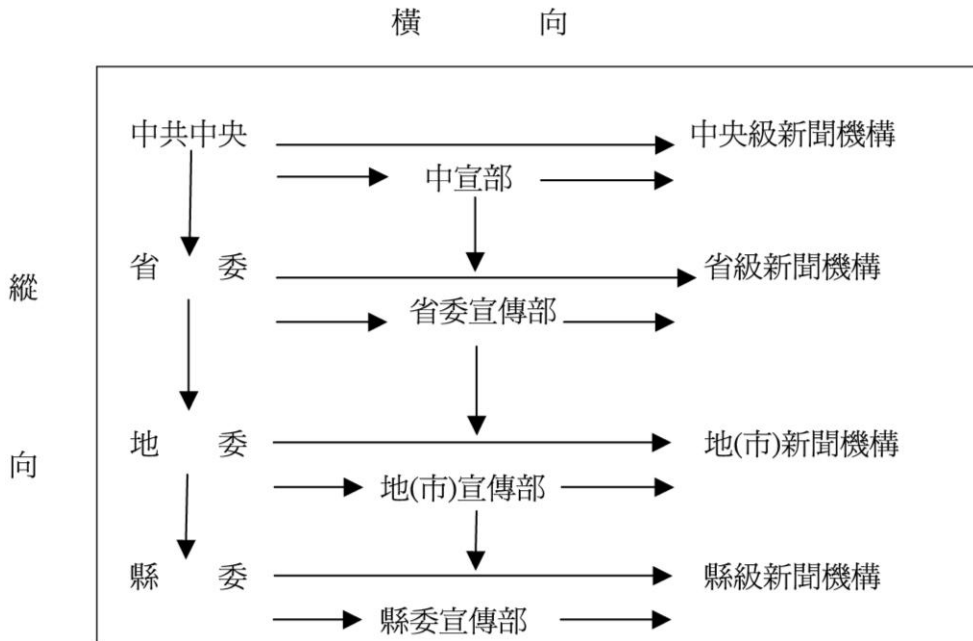
基於此，便衍生出政府如何進行「新聞管理」（news management）的議題。依據國內學者卜正珉的研究，政府針對新聞所採取的管理途徑不外乎有下列二種：（1）「媒體中心的新聞管理」（media-centered news management）；（2）「政治或政黨中心的新聞管理」（political or party-centered news management）。惟上述兩種管理模式各有其特質，前者常存在於偏重商業走向、對立的（adversarial）媒體環境（指媒體與政府的互動關係），例如美國。此類政府於進行新聞管理時，是希望透過管理手段，創造對政府有利的正面新聞報導，爭取社會大眾的認同；在此要求下，新聞所傳達的訊息內涵是次要目的，正面報導才是新聞管理的終極目標。至於後者，則較易出現在重視媒體公共服務角色的國家，如英國、德國等歐洲國家。在此模式下，政府與媒體的關係不若前者經常處於對立的狀態，基本上較為和諧；管理的目的在利用對訊息的掌握，達到告知民眾、為決策合法化，動員公眾換取政治上的支持、爭取對政府施政的信任等成果，最終目標是維護政治權力，並為政府領導人的一切作為辯護（卜正珉，2003）。

反觀中國大陸，其新聞體制是建立在中國共產黨一黨專政的極權制度基礎之上的（Howkins, John, 1982）。這種極權體制，在政治上實行的是專制和獨裁。審視中國共產黨極權政權的建立及其統治的延續，所依恃的，就誠如中共自己所言的，一是槍桿子，二是筆桿子。具體而言，中共一方面通過他掌控的軍隊、警察等國家機器，實行暴力統治；另一方面則利用他所控制的新聞、出版等媒體，灌輸共黨的意識型態，以達到效忠極權統治的目的。

基於此，媒體一直被視為喉舌，為政治服務的工具；而中國大陸的新聞媒體，在為政治服務的前提下，其刊載的內容完全是根據政治的需要進行變化或修改。使得新聞媒體皆以「對共黨的方針、政策宣傳有利於否」為新聞取捨之衡量標準；凡是對共黨的方針政策有利的，就是最大的新聞，就要長篇累牘地大肆報導，否則再大的新聞事件也可以壓下來不報或晚報導（何川，1994：41）。中共利用其所控制的新聞傳播媒體，將自己的一套政治規範、馬克思主義的價值觀和政治認

同灌輸到中國大陸每一個人的思想中，進而內化為行為取向共產主義的政治性格，以達到效忠極權統治的目的。易言之，在共產極權主義的政治體制下，其傳播媒體完全淪為一黨專政的工具。

故而中共政府與其大眾傳播媒體間的關係是主從、隸屬關係；按照其間的結構與運作情形（如圖四），人民不但不可能像自由民主國家新聞傳播媒體那樣對中共政府實行監督和制衡，當然更不至於有一面倒地將新聞報導焦點集中在社會危機、政府弊端及施政的錯誤或失敗等議題的情況。因此，對於要設立作為政府與媒體、民眾間之窗口的新聞發言人，在中共的極權主義體制下，是根本無此必要的。無怪乎，中共建政以來一直無新聞發言人的設立（直到 1983 年 4 月始設立），倘若非對外說明不可時，中共政府就以一則新華社的「通稿」，就遮掩過去。



圖四 中共新聞體制等級結構圖

資料來源：何川（1994），《中共新聞制度剖析》，台北：正中書局，頁 91。

誠如前述，自中共於 1978 年實施「改革開放」政策以來，為了有效地推動經濟改革的進行，他利用傳播媒體進行輿論宣傳，其結果不但推動了傳播媒體的迅速發展，而且也促使傳播媒體的內容有了顯著的變化，它從僅僅作為中共意識型態的武器，政治宣傳的喉舌和階級鬥爭的工具，轉而變成非但以共黨的意識型態武器為主，同時又為經濟改革和社會發展服務之綜合性多功能的工具；但如此

一來，不但肇致中國大陸大眾傳媒的蓬勃發展，也因科技的發展，網際網路的無遠弗屆，以及跨國傳媒記者的進駐……等變化；易言之，中國大陸不再是閉關自守的社會，相對地，中共政府對外亦無法再一手遮天，或一言堂了，特別是一旦發生在預期之外的特定事件或一系列事件時，無法再如以往一樣封鎖消息了。

但對向來視媒體為意識型態的武器，政治宣傳的喉舌和階級鬥爭工具的中共政府而言，不樂見，但亦不得不開始正視是種情況。在既希望透過管理的手段，創造對中共政府有利的正面新聞報導，以爭取社會大眾（甚至國際社會）的認同，更期冀透過傳播媒體進行輿論宣傳，為維護政治權力，或為中共政府領導人的一切作為辯護。

論及作為媒體與大眾窗口的新聞發言人，中共口口聲聲表示，“新聞發言人是一種代言人。他不可以決定哪些信息公開，哪些信息不公開，他只是去公開可以公開的”（新浪網，2004/10/7）。關於此，中國大陸學者張國偉研究後指出，中國大陸的新聞發言人的角色，依突發性事件發展的不同階段分為：（一）突發性事件發生初期，新聞發言人制度是形成輿論的權威信息發佈者；（二）突發性事件發展中期，新聞發言人制度是輿論引導者和意見控制者；（三）突發性事件發展末期，新聞發言人制度是政府和公眾輿情互動的連接者（張國偉，2004/6/28）。故歸納言之，中共所建立的三級新聞發言人制度具有以下三種特色：

（一）輿論導向的掌控

新聞媒體從宏觀上影響傳播過程往往要決定於新聞媒體報導的方向，按照中共的說法，稱為輿論導向。關於「輿論導向」的概念，就中共傳播學者陳力丹的詮釋，其可以參照傳播的理論假設就是議題設定理論（agenda-setting），即媒體如何引導公眾形成輿論或轉變已有的輿論（陳力丹，1999：78）。具體言之，中共所要求的「輿論導向」，必須按照共黨的價值標準來影響傳播的方向，這個價值標準就是共黨的意識型態及其方針、政策（何川，1994：87）。

中共曾明白表示，其「強調輿論導向的目的，即在於希望各種非主流的思想觀念，以及其他一些屬於主流思想的形式不一的思想觀念，能夠同現實的意識型態協調，趨向於它」，他甚至毫不避諱地指出，「至少不要影響現實意識型態對全局的控制，以保持社會的穩定」（陳力丹，1999：27）。基於此，中國大陸即便實施「改革開放」政策已二十多年，在經濟快速的發展下，眼看著他快速地即將躋身為全球最大的貿易國之列，然對於新聞媒體仍視之為喉舌，為政治服務的工具，至於新聞，則僅為社會化的過程（張多馬，1995）；是種所謂馬列主義新聞觀點，迄今，仍未改變。

此由中共國務院國資委副主任王瑞祥在對其中央企業新聞宣傳工作負責人及新聞發言人培訓班講話中，除一再說明「在經濟全球化、科技進步日新月異的

形勢下，新聞工作、輿論引導對一個國家的作用愈來愈大」外，並再三引用前國家主席江澤民所強調的，「輿論導向正確是黨和人民之福，輿論導向錯誤是黨和人民之禍」（王瑞祥，2004/8/16）；基於中共對輿論引導的重視，故而對輿論導向的掌控，是其所建立的三級新聞發言人制度特色之一。

（二）讓新聞為其所用

誠如前述，自由民主國家政府針對新聞所採取的管理途徑不外乎有下列二種：其一是媒體中心的新聞管理；其二是政治或政黨中心的新聞管理。美國即屬於前者，其是希望透過管理手段，創造對政府有利的正面新聞報導，以爭取社會大眾的認同；在此要求下，新聞所傳達的訊息內涵是次要目的，正面報導才是新聞管理的終極目標。是種管理途徑常存在於偏重商業走向、對立的（adversarial）媒體環境（指媒體與政府的互動關係）。

中共與其媒體的互動關係，雖和美國迥然不同，惟在其經改後，有不少外國傳媒記者的進駐，其和這些偏重商業走向之跨國傳媒的互動關係，自然是對立的，這是無庸置疑的；故其吸取他國經驗，希望透過既合作又控制新聞發佈的方式，創造對中共政府有利的正面新聞報導，以爭取國際社會的認同（李忱，2004/2/23）；這種所謂的讓新聞為其所用，是其所建立的三級新聞發言人制度的另一特色。

（三）為政策的傳聲筒

對於新聞發言人角色的定位，中共國務院新聞辦公室人事局局長汪興明則明白表示，「新聞發言人是一種代言人，……，他只是去公開可以公開的」，汪興明雖未直接表明新聞發言人是「政策的傳聲筒」；但他強調，「新聞發言人代表政府，……，要維護共黨和國家的利益」（新浪網，2004/10/7）。由此可知，「只是去公開可以公開」的中共新聞發言人，作為政策的傳聲筒，是顯而易見的。

衡諸以上可知，中共畢竟是社會主義國家，絕不可能放棄現實意識型態對全局的控制，此由其新聞發言人制度具有的輿論導向的掌控、讓新聞為其所用、及為政策的傳聲筒等這三項特色，足以證明。

二、中共新聞發言人制度發揮的作用

中共雖口口聲聲建立三級發言人制度是為了政務公開化、透明化，與媒體之間建立無障礙溝通渠道，以滿足公眾的知情權；惟審視中共之所以要建立三級新聞發言人制度，主要是期冀新聞發言人制度至少能發揮下列三項作用：

（一）主動引導輿論，有效管理新聞

自中共國務院於2004年2月發佈《關於改進和加強國內突發事件新聞發佈

工作的實施意見》要求建立國務院新聞辦公室、中央各部委、省級人民政府三級新聞發言人制度後迄今，將屆一年，然由中國大陸的《瞭望東方》所披露的，「最近，一些推行了新聞發言人制度的記者反映，他們到政府的有關部門去採訪，結果被告知：所有的事情新聞發言人都講過了，你去找新聞發言人吧！這種現象使一些人開始懷疑：我們建立新聞發言人制度到底是為了促進信息披露、政務公開、還是為了控制輿論、封閉消息」（張國偉，2004/3/26）。

誠如中共學者陳力丹所言，中共強調輿論導向的目的，即在於希望各種非主流的思想觀念，以及其他一些屬於主流思想的形式不一的思想觀念，能夠同現實的意識型態協調，趨向於它；至少不要影響現實意識型態對全局的控制，以保持社會的穩定（陳力丹，1999：27）。以此來檢視中共新聞發言人制度，足以發現：時時刻刻強調堅持馬列主義、毛澤東思想、堅持中國共產黨的領導，堅持社會主義道路和堅持無產階級專政，以及江澤民的「三個代表說」的中共，絕不可能放棄現實意識型態對全局的控制（徐蕙萍、蔡貝倫、李亞明，2003），因此，主動引導輿論，有效管理新聞，是其建立三級新聞發言人制度的主要作用之一。

（二）建立政府公關，完善危機處理

中共所建立的三級新聞發言人制度，主要是依據其國務院發佈的《關於改進和加強國內突發事件新聞發佈工作的實施意見》而來。誠如前述，經過 SARS 等一連串突發事件後，中共深深感受到危機公關的重要性的迫切性，故而積極建立並完善其新聞發言人制度。

事實上，中共國務院總理溫家寶當時在主持召開審議《關於改進和加強國內突發事件新聞發佈工作的實施意見》的國務院常務會議中即指出，「改進和加強中國國內突發事件新聞發佈工作，有利於工作大局，有利於維護民眾切身利益，有利於社會穩定和人心安定。各有關部門要高度重視，依照有關法律和規定，建立和完善新聞發佈制度，配合新聞宣傳部門，及時、準確地作好新聞發佈工作」（中國新聞網，2004/2/12）。由此足以證明，建立政府公關，完善危機處理，是其建立三級新聞發言人制度冀望發揮的另一作用。

（三）顯現開放形象，躋身國際社會

自 1978 年實施「經改」後，快速從亞洲國家中崛起的中共，即將成為全球最大的貿易國家（日本今年初公佈最新統計，在二次大戰後六十年，中國大陸首次超越美國成為日本最大的貿易夥伴）。就誠如日本貿易振興機構（JETRO）亞洲經濟研究所所長藤田昌久日前於日本經濟新聞撰文指出，全球八成三的 GDP（國內生產毛額）已集中在美洲的北美自由貿易協定（NAFTA）、歐盟（EU）和東亞等三大地區（其中成長最快的就在東亞）（楊珮玲，2005/2/8）。野心勃勃的中共，從經貿到金融，不但參與東亞區域經貿，並積極與東協建立關係。

在全球化的趨勢下，除了發展經貿，加入世界貿易組織（WTO）及亞太經合組織（APEC）等等之外，中國大陸並積極地參與國際間的合作，冀望能融入國際體系之中（張蘊嶺，2001：85）。

也就由於中國大陸積極地要參與國際組織及國際間的合作，冀望能融入國際體系之中，無怪乎中共國務院新聞辦公室人事局局長汪興明談及新聞發言人制度的建立，亦明白表示，「我國經濟發展和國際社會將因此而更加接軌」，此亦說明其加入國際社會後，將彰顯其政務信息透明、開放、進步形象的作用。

衡諸以上可知，中國大陸係經過 SARS 等一連串突發事件後，深深感受到危機公關的重要性和迫切性，故而積極建立並完善其新聞發言人制度；惟審視該制度所要發揮的（一）主動引導輿論，有效管理新聞；（二）建立政府公關，完善危機處理；（三）顯現開放形象，躋身國際社會等三項作用，足以發現：在中國共產黨一黨專政的極權制度下，新聞媒體為共黨及其政府所有，且仍深受其壟斷與管制的狀況下，此三項作用彼此間是互相抵觸、矛盾的，起碼在“顯現政務信息透明、開放、進步形象方面”就無法達成。

伍、結論

綜觀上述可知，中共於 2004 年 2 月開始設立國務院新聞辦公室、中央各部委、省級人民政府三級新聞發言人制度，已將屆一年，雖然其口口聲聲表示，“建立並完善其新聞發言人制度為了政務公開化、透明化，與媒體之間建立無障礙溝通渠道，以滿足公眾的知情權”、“作為經濟全球化時代國際社會的一員，中國政府要面對外部公眾，協調中國與外國各方面的關係，在遵照國際慣例的狀況下設立新聞發言人制度”、“我們的新聞發言人不是花瓶”、“決不封鎖新聞”……等等；甚至還選派人員赴英、美受訓；但在具有輿論導向的掌控、讓新聞為我所用及作為政策傳聲筒的社會主義國家新聞發言人制度的特色下，還要能發揮（一）主動引導輿論，有效管理新聞；（二）建立政府公關，完善危機處理；（三）顯現開放形象，躋身國際社會等互相抵觸、矛盾的作用；真是談何容易。

故而即便中共國務院於 2004 年年底曾自豪地指出，「目前已建立三個層次的新聞發佈機構，即有 62 個國務院部門建立了新聞發言人制度，20 個省市建立了省級新聞發言人制度和 23 個省市自治區建立了新聞發佈制度。2004 年，除外交部例行的新聞發佈會外，國務院部門就有 270 餘次，省市區則舉行多達 460 餘次。2005 年還要將大型國有企業、醫院……等，都要求建立健全的新聞發言人制度」（徐學江，2004/12/31）。

事實上，此制度設立迄今，對其評價則負面居多，此由中國大陸的《新京報》在其「“新聞發佈官”還是“新聞發言人”」一文中披露，「這些新聞發言人一般身居要職，級別最高的是副部長級，當記者採訪時，新聞發言人的助手和新聞發言工作機構的辦事人員流露出一個普遍聲音是：領導工作繁忙，不能隨便打電話與其聯繫。這與國務院新聞辦公室承諾的“任何時候面對媒體”相距甚遠」（中國新聞網，2005/1/11）。而其《中華工商時報》則在「發言人患了什麼病」中亦批評，「當年建立發言人制度時，中共國務院官員曾經明確表示“我們的新聞發言人不是花瓶”言猶在耳，但是事實又如何呢？當出現了整個社會都很關注的問題時，不是“花瓶”的新聞發言人一個個都當了“隱形人”……新聞發言人最近的表現，證明他們是患了“失語症”的新聞發言人」（《中華工商時報》，2004/7/5）。更別提國際媒體對於他們的批評了，如：BBC 透視中國：官員無恥撒謊（《世界商業評論》，2004/10/26）。至於其他如：發言人普遍仍表現得僵化、刻板、官腔官調、每句話皆環繞著馬列共產主義意識型態……等，更不在話下。

因此，中共雖然設立國務院新聞辦公室、中央各部委、省級人民政府的三級新聞發言人制度，但在中國共產黨一黨專政的極權制度下，新聞媒體為共黨及其政府所有，且仍深受其壟斷與管制的狀況下，其發言人又為各部會首長兼職，故動輒以「領導工作繁忙，不能隨便打電話與其聯繫」作為迴避採訪的擋箭牌，當出現了整個社會都很關注的問題時，在無中共中央的指示下，亦拒絕記者的採訪；國際媒體如 BBC 亦批評：“中國官員無恥撒謊”（《世界商業論》，2004/10/26）……等等；在在顯示：中共所建立的三級新聞發言人制度，實施迄今，其「花瓶」與管制新聞的作用是大於一切的。

參考文獻

（一）中文部分

- 卜正珉（2003）。《公共關係—政府公共議題決策管理》。台北：揚智。
- 牛軍（2005）。「大陸學者牛軍：中日關係受衝擊 亞太區域更緊張」《聯合報》，2005年2月22日，A13版。
- 呂郁女（2000）。《衛星時代中國大陸電視產業的發展與挑戰》。台北：時英。
- 朱延智（2000）。《危機處理的理論與實務》。台北：幼獅。
- 何川（1994）。《中共新聞制度剖析》。台北：正中。
- 吳宜蓁（2002）。《危機傳播—公共關係與語藝觀點的理論與實證》。台北：五

- 南。
- 田發偉、李希光(2003)。〈美國媒體關於中國 SARS 報導中的政治化傾向分析〉，《新聞與傳播研究》(第二期)。
- 林文益、鄭安鳳譯(2002)。《危機管理與傳播》。台北：風雲論壇。
- 林靜伶、吳宜蓁、黃懿慧編著(1996)。《公共關係》。台北：國立空中大學。
- 李慶四(2003)。〈從 SARS 衝擊看中國政府的危機公關〉，《二十一世紀》網絡版。2004 年 10 月 6 日。取自 <http://www.cuhk.edu.hk>
- 李忱(2004)。〈讓新聞為我所用 美國政府是如何管理新聞的〉，千龍網。2004 年 10 月 6 日。取自 <http://medianet.qianlong.com>
- 孫秀蕙(2000)。《公共關係：理論、策略與研究實例》。台北：正中。
- 曹越(2004)。〈我國發言人制度的歷史與現狀〉，千龍網。2004 年 10 月 6 日。取自 <http://medianet.qianlong.com>
- 徐蕙萍、蔡貝倫、李亞明(2003)。〈從媒體輿論導向看共軍當前思想政治工作之趨向—以中共《解放軍報》報導內容為例〉，《復興崗學報》(第七十九期)。
- 徐蕙萍(2004)。〈中國大陸體制下報業集團化之析探〉，《復興崗學報》(第八十二期)。
- 徐學江(2004)。〈新聞發言人制度表明中國的自信〉，中華傳媒網。2004 年 12 月 31 日。取自 <http://www.mediachina.net>
- 陳力丹(1999)。《輿論學—輿論導向研究》。北京：中國廣播電視出版社。
- 陳力丹(2004)。〈健全對新聞發言人制度的監察和限權機制〉，中華傳媒網。2004 年 7 月 23 日。取自 <http://www.mediachina.net>
- 陳一新(2005)。「布胡今年可望互訪」《聯合報》，2005 年 2 月 7 日，A13 版。
- 郭瑞華(1998)。《中共對台組織體系概論》。台北：法務部調查局。
- 張在山(1994)。《公共關係學》。台北：五南。
- 張多馬編著(1995)。《大陸新聞事業概況》。台北：行政院大陸委員會。
- 張踐主編(1998)。《公共關係理論與操作》。北京：當代世界。
- 張國偉(2004)。〈由“日本人珠海買春案”談新聞發言人制度〉，千龍網。2004 年 3 月 26 日。取自 <http://medianet.qianlong.com>
- 張修智(2004)。〈喻國明：保障知情權 防止新聞發言人封鎖新聞〉，千龍網。2004 年 3 月 26 日。取自 <http://medianet.qianlong.com>
- 張蘊嶺主編(2001)。《21 世紀：世界格局與大國關係》。北京：社會科學文獻出版社。

徐蕙萍

楊佩玲 (2005)。「日本重新丈量與美中親密關係」《中國時報》，2005 年 2 月 8 日，A13 版。

蔡文輝 (1983)。《社會變遷》。台北：三民。

樓榕嬌 (1986)。《美國總統記者會功能運作之研究》。台北：黎明文化。

劉俊麟編著 (1999)《現代公共關係法》。台北：揚智。

劉建明編 (1992)《宣傳輿論學大辭典》。北京：經濟日報出版社。

鄭貞銘 (1999)。《共關係總論》。台北：五南。

樊鋼·加瑞特 (Michael Garrett)、李曼 (Jean-Pierre Lehmann) (2005)。「海嘯後的亞洲未來」《蘋果日報》，2005 年 1 月 7 日，A25 版。

謝鴻進 (2005)。「正視中共擴軍威脅與因應之道」《青年日報》，2005 年 2 月 6 日，3 版。

《宣傳與文明》。2003 年第 10 期。取自 <http://xcywm.gxnews.com.cn/news>

《中華工商時報》。2004 年 7 月 5 日。取自 <http://chinese.mediachina.net>

《世界商業評論》。2004 年 10 月 26 日。取自 <http://digest.icxo.com/htmlnews>

《鳳凰週刊》。2005 年 1 月 11 日。取自 <http://www.phoenixtv.com.cn>

《解放軍報》。2004 年 4 月 7 日，一版。

新華網。2004 年 6 月 3 日。取自 <http://news.xinhuanet.com>

新浪網。2004 年 10 月 7 日。取自 www.sina.com.tw

中國新聞網。2005 年 1 月 11 日。取自 <http://chinese.mediachina.net>

中國新聞網。2004 年 2 月 12 日。取自 <http://chinese.mediachina.net>

(二) 西文部份

Barton.L. (2001) .*Crisis in Organization Cincinnati*, OH: South-Western College Publishing.

Chang,Won Ho (1989) *Mass Media in China: The History and the Future*. Ames:Iowa State University Press.

Howkins,John (1982) *Mass Communication in China*. N.Y.:Longman .

(投稿日期：94 年 3 月 30 日；採用日期：94 年 8 月 9 日)

中共建立三級新聞發言人制度析探