

评论 大陆 深度

## 频繁“翻车”的抗疫宣传：中国领导层是否陷入了“回声室危机”？

这对中国接下来无法停歇的“抗疫”战争有何影响？恐怕情况会很难令人感到乐观。



2022年4月16日，上海，环球港双子塔的夜景灯光秀，大厦闪烁著“上海加油，爱在一起”的字样。摄：Costfoto/Future Publishing via Getty Images



昌西 (+)

| 2022-04-20

自3月28日“[封控核酸筛查](#)”起，上海市已在“足不出户”疫情封锁当中度过了超过两周的时间。尽管在微信、微博等中国社交媒体上出现了诸多关于封控导致的次生危害及人员伤亡，但对于上海本地电视媒体东方卫视而言，他们的工作重心则放在了筹划一档众星云集的抗疫特别节目。

根据搜狐娱乐4月12日对东方卫视联合Bilibili抗疫特别节目的[报导](#)，这一份事先被公布在社交媒体上的节目单中将会露面的嘉宾可谓份量重大。出演嘉宾包括了例如姚明、苏炳添、范志毅等体育明星，也有关晓彤、张艺兴、王一博、江疏影等一线娱乐明星。本档节目共分为四章，分别为“决心、信心、暖心、齐心守沪”，具体的节目包括诗朗诵、歌曲、故事讲述，和乐器演奏。

但这档具备诸多宣传性晚会特性的节目，在社交媒体上并没有取得积极的反响：特别节目丝毫没有提及上海市民正在遭受到苦难，与上海市由于封城出现的父母与子女分离、老人无法得到救治而因病离世等等事件形成了巨大的反差。在原本的宣传贴文下，大量微博用户指责这样的活动是自说自话，亦不在意普通民众的死活，更没有帮助解决由于封控带来的物资停供、基本生活受到影响的实际问题。这场晚会也遇到了其他方面的争议：知名中国内地作词人[王海涛](#)指责东方卫视在未经授权的情况下强行使用其作品，并将与东方卫视的沟通过程通过微信朋友圈曝光。

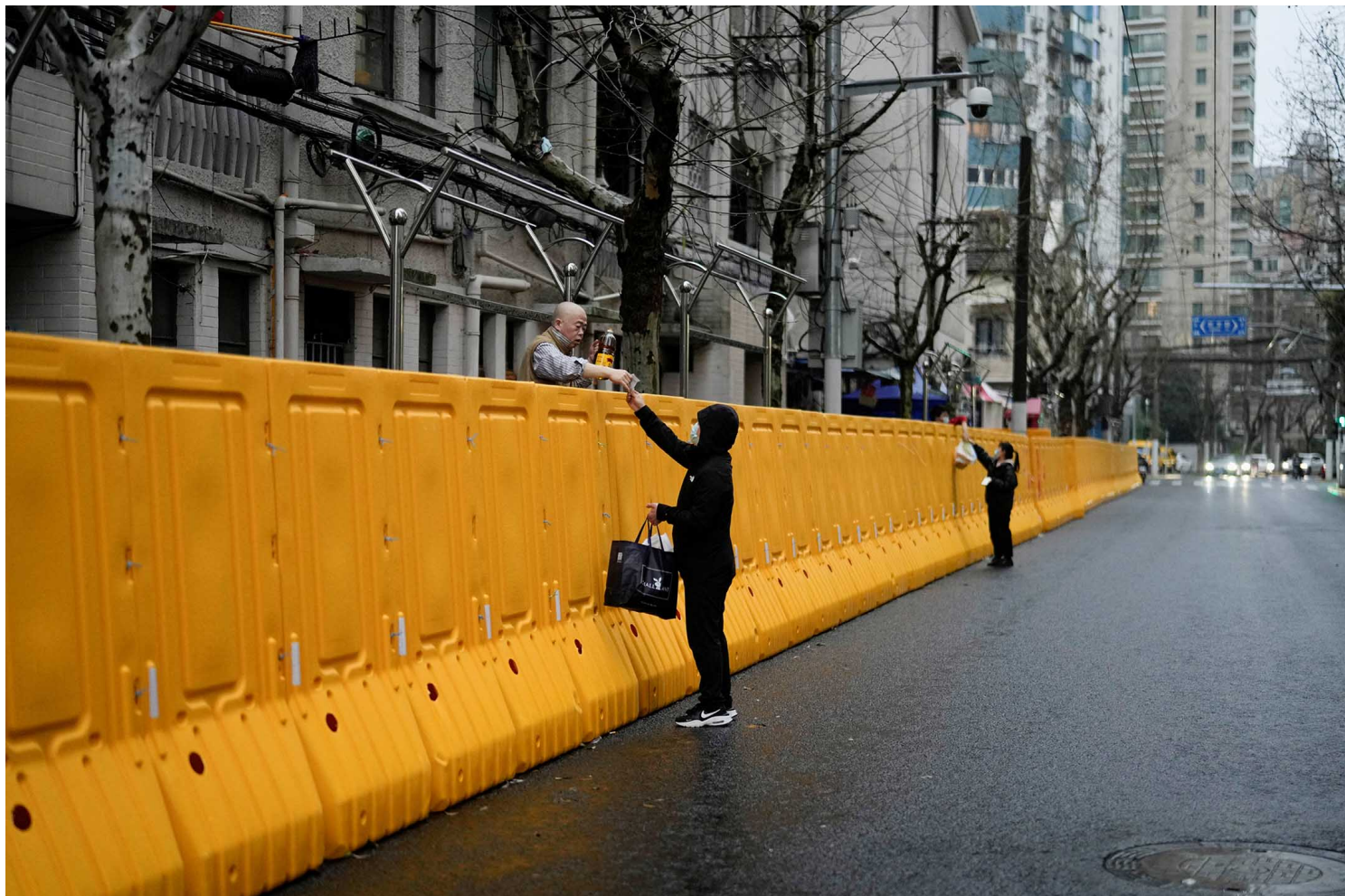
在遭到中国社交媒体用户的抵制后，东方卫视被迫暂缓播出原本策划的抗疫特别节目。在4月12日发布的官方微博中[写到](#)：“感谢大家对东方卫视节目的关心。以云录制方式制作的公益性专题节目《众志成城同心守沪——东方卫视抗疫特别节目》明晚（4月13日）暂缓播出。欢迎大家对我们的工作提出宝贵意见。”

但根据微博用户的[贴文](#)，在面对负面舆论事件后，东方卫视与中国网信部门封禁了“东方卫视抗疫特别晚会节目单”的微博话题，封杀了原本被大量转载的节目单长图，而且对官方微博进行了评论控制：“做错事没有担当不道歉偷偷销毁痕迹关闭评论，疫情期间所有频道粉饰太平，不以人民至上要求自己，迷失了做媒体最基本的价值观。”

东方卫视抗疫晚会并非疫情以来中国对内宣传的首次“翻车事件”：3月30日，[长春市委](#)宣布处分两名主导“晒晒我家蔬菜包”活动的官员：“近日，疫情防控提级，群众“买菜难”问题比较突出，长春市直机关党工委、市委网信办工作不严不实，开展党员干部“晒晒我家蔬菜包”活动，造成不良影响。”讽刺的是，这样的物资供应宣传问题在今年1月份西安封锁时就已出现过：《21世纪经济报道》文中雪中送炭赠送物资的[行动](#)，被微博用户[指出](#)是服务市政府家属院和省人大家属院。显然，不论是长春市委网信办主任，还是东方卫视的有关领导，都没能从发生在2022年1月的西安封城事件中汲取教训。

在中国政府对内对外的宣传当中，“翻车”并不罕见。但与这些年不同的是，近期发生的翻车事件性质发生了变化：一部分的翻车，是因为意识形态领域的争议，例如民众针对外交部反击美国人权问题、共青团攻

击女权主义者等低质量意识型态宣传表达的反感和讽刺；而目前的很多情况，是因政府官员与宣传系统对现实情况的认知与判断，与民众的感观产生巨大落差而造成的翻车事件。



2022年3月25日，上海，人们越过封锁区域的障碍物向居民运送食物。摄：Aly Song/Reuters/达志影像

## 过于成功的审查制度与网络防火墙

在审查制度与网络防火墙的巨大成功之下，中国政府的宣传机构仿佛成为了在拳台上殴打稻草人的表演艺术家。

最早关于中国网络审查与防火墙的记录来自于21世纪初，属于中国公安部“金盾工程”的重要部分。而对于绝大多数互联网用户来说，中国网络审查制度第一次显著影响到互联网生态当属2010年——由于拒绝配合中国政府的审查要求，谷歌退出中国市场。随后，例如Facebook，Instagram，Twitter，Reddit等社交媒体纷纷被中国政府屏蔽。这种网络审查进一步演化成了供应商的自我审查，TikTok、领英等服务自行分割了中国内外的用户，而微信也在逐步实施对中国国境内外用户的分离行动。

虽然能够翻越中国防火墙的应用及VPN服务一直存在，但不可否认的是，网络防火墙的出现，成功使得大部分中国互联网用户无法访问那些不接受中国政府审查的网站与应用程序。而对于在中国网络防火墙之内的网站来说，他们能够在中国境内运行的条件，就是接受中国官方的内容审查。例如微软旗下的搜索引擎必应曾遵守中国本地法律，暂停搜索自动建议功能30天，或者是频繁接收并执行来自中国中央及地方网信办的指令，控制内容与舆论引导。

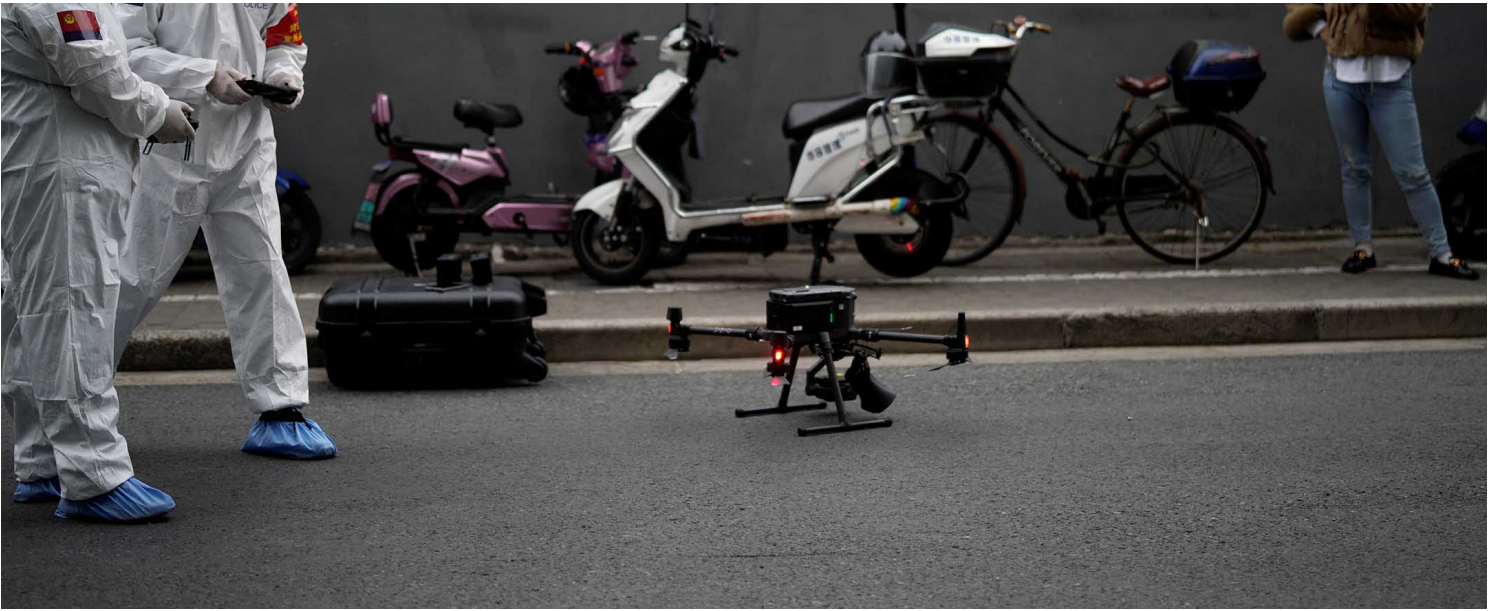
对于一般的网站与手机信息客户端，这些指令常常意味著删除稿件，取消发布某些稿件，或者是调整一些新闻内容的位置。对于微博、微信这些功能更加复杂的社交媒体，这其中还包括封禁一些用户的帐户，屏蔽一些关键词汇的搜索和显示。对于例如抖音、小红书、今日头条等依靠算法推荐的内容信息平台，指令的范围也会扩大到限制部分内容的展示地区、展示频率，以及面对的用户群体。

除了压制对中国共产党及各级政府不利，或者是被认为负面的内容，审查制度与网信办指令也会对显著位置内容进行引导和规定。例如，在网易、搜狐、新浪等门户网站的头条，必须要突出习近平等“党和国家领导人”，或者是网信部门要求置顶的宣传内容。

自中国政府在2015年提出，2016年开始施行“网络安全法”以来，可谓堵住了对己不利信息的最后一个“漏洞”。而这些针对互联网的限制，也从起初的对服务商、网站、媒体等机构，进一步扩大到每一个使用互联网的用户身上。在2017年6月实施“网络安全法”后，百度贴吧宣布，需要用户实名认证，才能够使用全部功能。而在2022年3月末，微博已经开始将每一名用户的IP地址公开到资料页当中。这些行动，本质上限制了网络为普通民众提供的隐私保护与发声便利。这些网络方面的组合拳，再加上十年时间已经培育成型的网路时代宣传部、广电审查体系，以及将外部世界隔绝的网络防火墙，完整地抑制了任何有组织性的不同政见声音的存在与传播。

但与此同时，在审查制度与网络防火墙的巨大成功之下，中国政府的宣传机构仿佛成为了在拳台上殴打稻草人的表演艺术家。党内对宣传部门赋予的“舆论斗争”、“连系人民”等功能，在习上台后的几年一度取得了改革开放之后前所未有的成功，但在奥密克戎疫情今年扩散导致全国多地陆续封禁的情况下，这种殴打“沙袋”的表演性话术，也开始遭到了台下观众的非议与不满。





2022年3月30日，上海，身穿防护衣的警察操作一架带有扬声器的无人机，提醒居民采取防疫措施。摄：Aly Song/Reuters/达志影像

## 向上负责

我们通常认为，宣传是政府机构在与民众沟通时采取的技巧，但在近些年，宣传话语也成为了各级政府对上级政策的公开表态与表示支持的一种方式。

2020年3月，时任武汉市委书记王忠林要求在市民中开展“感恩教育”。根据《长江日报》在2020年3月7日的**报导**，王忠林在3月6日晚召开的疫情防控指挥部视频调度会议中提到：“武汉人民是英雄的人民，也是懂得感恩的人民。要通过多种形式的宣传教育活动，在广大市民、党员干部中开展感恩教育，听党话、跟党走，形成强大正能量。”

这样的言论遭到了民众的批评，BBC中文的**报导**说，在中国当局应对疫情展开的舆论“正能量”宣传战中，王忠林的此番讲话被评论为“用力过猛”、“翻车”，刺激出来的民意反弹是当局最不希望看到的。

虽然这是一个失败的宣传口号，但从“感恩教育”事件当中可以看出，这番话语实际上体现了在中国的当下体制，主要官员首先需要对“党中央”，而非普通民众负责的政治现实。虽然中国的对内宣传中极力避免暴露这一事实，或者是利用对文字的曲解混淆现实状况，但这种“对上不对下”的真实运行却在政府的各个决策环节，以及一部分与民众的沟通当中完全暴露。

我们通常认为，宣传是政府机构在与民众沟通时采取的技巧，但在近些年，宣传话语也成为了各级政府对上级政策的公开表态与表示支持的一种方式。当普通民众已经不再是政府试图与之沟通的对象时，宣传部

门的话语出现背道而驰的失败，便不再令人感到意外。

回到本轮上海市的封锁控制，此前在东方卫视特别晚会事件中批评上海官方的马锐拉也曾在微博中提到：“上海市委宣传部，市长热线，上海发布，多看看微博同城中的求助信息吧，别看文广的新闻了，不然以虚假信息来指导工作，还会再出一次东方卫视抗疫晚会的笑话。”

这样的呼喊，本质上还在以上海地方官员应该将民众需求放在首位作为假设。但在“感恩教育”、“抗疫晚会”、“党员晒菜”等等宣传计划出现后，这种政府服务民众的假设变得愈发不可靠。外加上海警方出动无人机要求民众“控制灵魂对自由的渴望”等事件，这些真实发生的问题让更多民众理解到如今的政府的首要职责并非服务民众，而是执行来自“上面”的政策方向。

当我们查阅官员简历时，只能发现现实过于骨感：提出感恩教育的王忠林并没有因为这套毫无同情心的“感恩教育”遭到责罚。在2021年5月，这位从济南市委书记调任武汉市委书记领导抗疫的官员成为了湖北省省长，更在2021年9月加上了湖北省红十字会名誉会长的头衔。可见，对上层的效忠收到了回报。



2022年4月8日，北京人民大会堂，中国国家主席习近平在2022年冬奥会和冬残奥会总结表彰大会上。摄：Florence Lo/Reuters/达志影像

## 上行下效

“盛世眼下谷哀零，淞沪百姓梦碗粥”。

在中国最大的城市进入封锁后，中国国家主席习近平的公开露面也成为了人们关注的内容。根据新华网“习近平报导专集”的记载，在上海进入封控后，习近平分别在3月30日参加了“首都义务植树活动”，3月31日主持中共中央政治局常委会，在4月8日，出席了“北京冬奥会冬残奥会总结表彰大会”，而在这一次会议上，“谷爱凌爱吃馅饼”的社交媒体短视频成为了刺激上海被封控民众的一条信息。虽然上海封控暴露出的问题越来越多，但是习近平并没有针对上海或者长春的疫情问题做出公开表态。在4月11日开始，习近平前往海南考察调研。

在超过两周的时间内，习近平并没有对全国都在关注的疫情进行表态或发言。唯一与疫情有关的内容，是在表彰冬奥会与冬残奥会时，提到了的闭环模式防止参赛者与社会交叉感染。但将此理解为对上海与吉林疫情的表态显然过于牵强。

从新华网围绕习近平的报导来看，中国政府的最高层宣传方针依然围绕著“宏大叙事”体现的“国家强大”，对于正在发生的，牵涉普通民众生计的问题，则选择了回避或降级处理。直到4月13日，新华社引用习近平讲到：“要克服麻痹思想、厌战情绪、侥幸心理、松劲心态，针对病毒变异的新特点，提高科学精准防控本领，完善各种应急预案，严格落实常态化防控措施，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响。”在这一次公开发声中，总书记并未特别提到上海或者吉林省的情况，但著重强调了坚持“清零政策”，杜绝“厌战”、“侥幸”、“麻痹”等心态。

面对来自国家元首的无视和沉默，例如“盛世眼下谷哀零，淞沪百姓梦碗粥”这样的句子直接总结了目前中国政府对内宣传的软肋。在对政府封锁政策表达不满时，有网民甚至还采取了“举著红旗反红旗”的策略，用毛泽东在1949年5月29日的新华社社论中提到的：“全中国与全世界的人民，甚至我们的敌人都将以上海工作的好坏，来考验我们党有无管理大城市及全国的能力”来讥讽目前上海防疫问题的乱象。在国家级媒体和宣传资料里，已完全看不到普通民众生活所面临的挑战。

## 回声室危机

人们看到的，是一个过于自信的、被孤立的领导人。可能还不使用智能手机，很少上网。

中国眼下的宣传部门与最高层对现实的认知问题，恐怕与俄罗斯的情况非常相像。在回溯为何俄罗斯总统

普京会对入侵乌克兰形势造成误判时，《华盛顿邮报》的报导写下了这样一段话：“当美国和欧洲的官员们试图理解为何普京对乌克兰局势有如此大的误判时，他们看到的，是一个过于自信的、被孤立的领导人。他被偏颇和有倾向性的信息困扰，并且在没有咨询自己全部顾问的情况下贸然做出灾难性决定。”

在这篇报导里，还提到了普京不使用智能手机，很少上网。在过去的几年内，普京致力于树立极为专制的政府，打压独立媒体，使得政府缺乏任何有建设性的反馈和反对声音。根据美国与欧洲的官员情报，普京在一个回声室（echo chamber）一般的环境里工作，身边的顾问从来不会给他带来坏消息，并有意弱化了俄国情报部门报告的关于入侵乌克兰的负面消息。

显然，“回声室危机”已经影响了普京的判断，而他的最终判断令俄罗斯陷入了一场打不赢的战争及经济制裁的双重困扰。

而在中国，上述困扰政府高层判断能力的因素已然存在。不论是被仔细审查的线上线下舆论，还是围绕著最高领导人的宣传方针，都有一种打造“平行时空”、脱离实际现实、无视普通民众诉求的回声室迹象。观察这场“清零战役”当中的种种乱象及失败宣传，让人不得不怀疑回声室危机已经出现。

在俄罗斯入侵乌克兰事件发生后，中国由起初的网络舆论造势，到随后艰难搏得平衡，又从另外一个方面体现了领导层对于局势判断出现失误的危险。而从西安，到吉林，再到上海，能够看到这样的回声室，也正在影响越来越多的政府官员。这对中国接下来无法停歇的“抗疫”战争有何影响？恐怕情况会很难令人感到乐观。