“粪水”风波中的宣传失误与舆论引导能力反思

一、事件概述

近期，浙江余杭部分地区出现自来水异味事件，被网民戏称为“粪水风波”。虽然官方随后及时更换水源，并通报原因是“藻类分解产生异味”，但公众质疑声依旧强烈。一方面，居民关心自来水是否安全饮用；另一方面，警方对“散布谣言”者的查处引发舆论二次发酵。

然而更引发争议的，是浙江省官方宣传账号“浙江宣传”在事件发酵期间的操作：该账号没有继续回应水质话题，反而针对近日该地区引发争议的脱口秀表演（其影响力远低于“粪水”事件），在微博、公众号上发布有关“性别对立”的评论文章，被不少网友讽刺为“刻意转移话题”。要命的是这这个官方发布居然用词是这样的：“浙江在水管喷藻还是喷粪中选择了喷女性脱口秀，弥补了余杭区以外人民吃不到屎的遗憾”，可以说“宣传翻车”翻得不是一点点，简直恶心到了每个网民。

二、官方是否知道舆论焦点与公众心理？

1.公众的核心关切被忽视

水质安全是居民最基本的生活保障，公众最迫切的问题是“这水能不能喝、对身体有没有害”。但宣传部门在信息投放中，并未及时发布详尽检测数据和科学解读，导致焦虑与不信任持续累积。

2.“避重就轻”引发负面情绪

当官方选择在高关注期转而谈论“性别议题”时，公众认为这是有意“避重就轻”。这种错位让人产生“官方不敢面对问题”的印象，舆论反弹甚至超过了事件本身。

3.权威公信力被削弱

有网民评论称:“公告总是先说没事，但从来没人出来认真解释风险。”这种态度使得官方在舆论场中的权威性遭到质疑，许多网民转而在社交平台自行“科普”，形成民间舆论与官方叙事的对立。

4.用词不当被批脑残

“浙江在水管喷藻还是喷粪中选择了喷女性脱口秀,弥补了余杭区以外人民吃不到屎的遗憾”，这种玩梗的手法，极不适合群众关心的健康和安全问题，幽默的非常低级。

三、宣传部门舆论引导能力评估

（一）值得肯定的方面

应急速度快:从应急处置和水源更换角度看，当地政府反应迅速，第一时间封堵了更大范围的恐慌。

谣言控制有力:警方介入查处网络谣言，一定程度上减少了不实信息的扩散。

（二）存在的主要问题

1.舆论节奏把握失衡

危机期间的宣传重心应聚焦核心问题——水质安全,而非转向社会议题。宣传节奏明显与舆论关注错位，造成民意真空。

2.科学解读与权威信息缺失

民众最需要的，是由权威专家提供的科学解释和透明数据。相较之下，宣传口径空泛、缺乏细节，无法消除公众疑虑。

3.公关话题选择失当

试图通过“性别对立”话题吸引流量，在敏感舆情期显得极不合时宜，甚至被解读为“转移矛盾”，反而加剧对宣传部门的不信任。

四、舆情影响与潜在风险

1.信任危机加剧

一旦公众形成“官方不敢讲真话”的印象，即便后续调查结论真实，也可能被认为是“公关包装”，长期削弱政府公信力。

2.舆论对立加深

当民众求真不得，民间自媒体与官方声音会逐渐分裂，形成两套叙事体系，导致社会共识进一步瓦解。

3.“翻车”效应累积

如果类似的“宣传翻车”反复出现，宣传口的形象将持续受损，舆论引导能力会进入恶性循环。

未来，唯有提升舆论敏感度、强化专业科学传播能力，并在重大事件中与公众建立起及时、有效的沟通桥梁，官方宣传部门才能真正实现舆论引导的“止谣”“止慌”，而不是在一次次“翻车”中消耗公信力。