

情感传播视域下 2025 年央视春晚的公共性建构与社会价值实现

王超宇

湖南师范大学新闻与传播学院，湖南省长沙市，410000；

摘要：2025 年央视春晚将中国传统文化与现代元素巧妙结合，数字技术赋能舞台呈现，创新视听传达方式，为全球受众奉上了一场兼具时代性、时尚感的精彩演出。本文以 2025 年中央广播电视台春节联欢晚会为研究对象，结合情感传播理论，探讨春晚作为国家级媒介事件如何通过技术实践与内容设计构建公共性并实现社会价值。研究发现：XR、AR 等技术手段通过沉浸式体验增强情感联结；非遗符号的现代化转译与普通人叙事策略有效弥合代际与文化差异；无障碍转播等技术实践则成为“共情基础设施”，推动弱势群体的社会融入。然而，技术赋权亦存在情感同质化风险，需警惕娱乐性与公共性的冲突。

关键词：情感传播；公共性建构；技术赋权；情感共同体

DOI：10.69979/3041-0673.25.08.092

引言

2024 年 12 月 4 日，“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”成功列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。作为申遗成功后的首届春晚，2025 年央视春晚以“己巳如意，生生不息”为主题，首次推出视障版和听障版无障碍转播、AR 手语解说等技术创新，并邀请外卖诗人、科研工作者等普通人群参与节目设计。这种转变不仅回应了公众对情感共鸣的迫切需求，更重新定义了国家级媒介事件的公共性内涵。理论层面，研究将情感传播理论应用于春晚这一本土化场景，突破传统媒介事件研究的仪式性框架；实践层面，通过剖析技术赋能路径，为公共媒体平衡主流价值传导与多元参与提供策略参考。

1 媒介事件的仪式性重构与情感共同体塑造

丹尼尔·戴扬与伊莱休·卡茨提出的媒介事件理论，定义为“对电视的节日性收看，即关于那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件”，强调电视直播事件通过“仪式性观看”建构社会共识。春晚作为全球华人的年度文化仪式，具有深刻的文化属性，通过直播技术强化“集体记忆”与“民族认同”。2025 年春晚首次推出无障碍转播版本（如 AR 手语解说与 AI 语音字幕）以及竖屏多角度直播，进一步扩大媒介事件的覆盖范围，体现其公共性本质。

1.1 技术赋权下的“在场感”强化

2025 年春晚通过竖屏多视角互动技术，采用分屏的方式，为手机端观众生成明星演员候场、台上表演、下

场后以及后台的独家视频。例如：在歌曲《过年好》落幕后，竖屏直播画面上方为主持人撒贝宁、龙洋的串场报幕，下方为各路明星演员的退场画面，包括吴磊的近景画面等，随后又切换为春晚后台的工作人员对镜头打招呼互动等画面，360 度看春晚细节，丰富竖屏春晚的视觉体验；另一方面，在竖屏直播中设置评论互动区、点赞区和抽奖福袋等区域，观众可以自主选择聊天框对直播间进行分享转发，与该聊天框内的亲朋好友一同观看晚会，契合了竖屏春晚的宣传口号“竖屏看春晚，边看春晚边拜年”，也打破了传统媒介事件的单向传播逻辑，真正意义上实现麦克卢汉所说的“媒介即人的延伸”，形成“技术参与式共情”。

1.2 无障碍转播的情感平等实践

2025 年春晚首次推出视障版和听障版无障碍转播，手语演员通过 AR 虚拟技术，置身春晚演播大厅进行手语“解说”。竖屏多画面包装同步呈现春晚实况与手语演员画面，辅以 AI 语音技术制作字幕，满足听障人士的观看需求。同时，通过音频对春晚节目进行创作解读与背景拓展，让视障人士更好地“听”春晚。不仅解决了残障群体的功能性需求，更通过虚拟手语演员与舞台场景深度融合的情感符号，让 4500 多万听障人士和视障人士能够与健全人一道共享春晚饕餮盛宴，实现“包容性传播”，使残障群体从“边缘观众”转变为“情感参与者”，传递“平等参与”的情感价值，形成“共情基础设施”。

1.3 文化仪式的全球化延伸

秘鲁艺术家参与的《山鹰和兰花花》节目，不仅是一场视听盛宴，更是一次文明对话的典范，为两国文化架起了更坚实的桥梁，展现了两种截然不同的音乐语言在全球化的舞台上交织融合。《山鹰之歌》作为秘鲁世界文化遗产，承载着印加文明对自然的敬畏；《兰花花》则凝结着黄土地上的生命咏叹，通过安第斯排箫与陕北民歌的跨文化对话，将春晚的“家国情怀”扩展为“人类命运共同体”的情感联结。秘鲁外交部称“秘鲁与中国之间的友谊与文化交流再次得到了巩固”。

2 公共领域的包容性拓展与微观叙事策略

哈贝马斯的公共领域理论主张媒介应成为公众理性对话的平台。春晚通过“普通人报幕”“外卖诗人”等平民化叙事，打破精英话语垄断，构建多元参与的公共空间。而理性对话也需超越身份壁垒，体现在春晚身份标签的消解，对于港澳台地区艺人不再单独标注“中国香港”“中国澳门”“中国台湾”字样。

2.1 身份标签的消解与公共性重构

身份标签是社会基于个体的某些特征，如种族、性别、职业、阶层、宗教信仰等，给个体或群体所赋予的一种标识性称呼。而公共性是指社会成员在公共领域中所表现出的共同利益、共同价值、共同责任以及相互之间的平等、开放、包容的关系和状态。它强调的是人们超越个体利益，关注公共事务，参与公共生活，形成共同的社会意识和文化。身份标签的消解为公共性重构创造了条件。

2025年春晚节目单取消港澳台表演者的地域标注，以“同为中国人，不必分彼此”的统一身份符号，消解群体区隔。例如，中国香港地区演员赵雅芝、叶童作为特邀嘉宾参与的小品《借伞》；歌曲《登高》中的特邀嘉宾有中国香港地区演员梁家辉。在节目单和报幕的文字和语言表述中均未再出现“中国香港”“中国澳门”“中国台湾”字样，这种变革预示文化氛围更开放包容，为艺人提供广阔创作空间，体现民族认同与团结。

2.2 普通人叙事的“同心圆效应”

媒介记忆研究不仅要关注“编码”，更要重视“解码”，不仅要分析媒介文本，更要考量以媒介为对象的实践，将叙事的权力和能力返还给社会基底的记忆主体。春晚通过“春晚体验官”项目邀请外卖员、科研工作者等普通人参与节目，将个体故事升华为集体记忆。外卖诗人王计兵以“我与诗歌”的故事串联报幕词，将个体经验升华为“奋斗者集体叙事”。其诗句“生活给了我多少风雪，我就会遇到多少个春天”在短视频平台引发网友热议，获赞超800万，让更多人的了解了王计兵，

也了解了他一首首诗歌创作背后的艰辛故事，有效地拉近了春晚与普通观众的距离，增强了观众的归属感和参与感，有助于构建更加紧密的社会联系和集体认同。这种“微观叙事—宏观共鸣”的传播策略，体现情感传播的“同心圆效应”。

2.3 争议性议题的情感化调解

语言类节目《没那么简单》以反讽手法解构“键盘侠”现象，演员们通过夸张的表演和搞笑的台词，将网络舆论场的喧嚣与浮躁表现得淋漓尽致，通过情感化叙事消解议题的尖锐性，引导公众理性反思网络暴力。该作品在讽刺社会现象的同时，也传递出正向、积极的价值导向。它着重警示受众，于网络舆论场域之中，个体需秉持理性思辨之姿，规避盲目从众心理，切不可沦为网络暴力的幕后助力。凭借寓教于乐的呈现模式，此类作品更容易被接纳，也易于引发受众的深度共鸣。这种“幽默—反思”的双重路径，实现公共讨论的软性引导，体现春晚作为公共媒介的社会调解功能，推动理性反思而非对立情绪。

3 情感传播的社会动员逻辑与文化整合功能

情感传播理论认为，媒介内容通过情感共鸣实现社会动员。情感传播是基于情感基础形成情感叙事，以故事化的情感符号唤醒受众的情感记忆，通过情感符号的表达完成情感意义的互动。情感传播不仅是信息的传递，更是情感的共鸣和共享。

3.1 非遗符号的现代化转译

非物质文化遗产包含着丰富的符号体系，这些符号是一个国家、民族或群体在长期的历史发展过程中形成的独特文化标识，深入挖掘非遗背后的文化内涵和精神价值，并通过现代的表达方式进行传递，使非遗在现代社会中焕发出新的活力，吸引更多年轻人关注和了解非遗，从而有效地推动非遗的传承，同时在转译过程中，也会融入新的元素和创意，为非遗的发展注入新的动力。

《栋梁》节目以梁思成手稿为蓝本，通过XR技术动态呈现古建筑的三维模型，将静态文化符号转化为“可知的历史”。技术赋能让观众在虚实交织的场景中体验文化传承的使命感，实现“传统敬畏”与“现代创新”的情感平衡，技术手段则通过增强互动性深化情感联结，形成“技术赋权—情感共享”的传播闭环。节目在央视春晚播出后，“春晚栋梁”话题阅读量突破3亿，网友盛赞其为“建筑界的《千里江山图》”“科技与文明的巅峰对话”。

3.2 地域文化的“情感共融”设计

2025年春晚分会场通过地理与文化的精准选择，构建了“国家叙事”与“地方认同”的双向对话：既展示区域发展成就，又强化文化共同体意识。重庆、武汉、拉萨、无锡四地分会场通过方言民歌、AR地域场景复现，实现“地域特色”与“国家认同”的辩证统一。例如，拉萨分会场的藏戏表演与AI生成的布达拉宫光影交融，从艺60年的扎西多吉在《飞弦踏春》节目里带领400余名男女老少进行演出，演员们身着不同的民族服饰共舞，该节目融合了拉萨朗玛、拉孜堆谐、芒康弦子等西藏的多个非遗项目，用30秒惊艳世界。扎西多吉希望世人能从中感受到西藏拉孜堆谐的魅力，希望这门技艺不断发扬光大，展现各族群众如石榴籽般紧紧相依、守望相助的动人情谊，传递出齐心协力共建美丽新家园的坚定信心。重庆分会场主舞台设计造型是一个向上攀升的楼梯，灵感来自重庆“爬梯坎”的精神，例如重庆人逢山开路、遇水架桥，向上向下寻找发展空间等等，“爬梯坎”的精神不仅融入重庆人的日常生活，也镌刻进重庆人的精神里。同时重庆分会场引入2800架超大型无人机矩阵，作为舞台的视觉延展空间，通过AR技术相结合，变换不同造型为观众打造一场光影交织的视觉盛宴。

4 理论反思：公共性的边界与情感传播的异化风险

情感传播中需注意公共性与娱乐性的张力，公共性强调的是对公共利益、公共事务的关注和责任，具有一定的严肃性和规范性；娱乐性则侧重于给人带来轻松、愉悦的感受，更注重个人的情感宣泄和消遣。在情感传播中，公共性与娱乐性之间存在着一种需要平衡的关系。如果过度强调娱乐性，可能会削弱情感传播的公共价值和社会意义，使人们只关注表面的娱乐效果，而忽视了对重要公共问题的思考和关注；但如果只注重公共性，又可能会使情感传播变得过于严肃、枯燥，难以吸引大众的关注和参与，无法达到良好的传播效果。

今年春晚的语言类节目质量参差，如马丽与沈腾的小品演出时长偏短、演员语速过快，整体节奏像开了倍速，被网友称为“虎头蛇尾，戛然而止”，对于整体的把控不足；岳云鹏相声被批“黔驴技穷”，各种包袱不响，笑点几乎没有，直到观众配合说岳云鹏不要再上春晚了，包袱才响了一个，暴露出内容创新乏力。此类争议揭示春晚作为公共媒介需平衡“主流价值传导”与“多元审美包容”。在情感传播的过程中，要明确公共性的界限，警惕情感传播可能出现的异化问题，同时要把握好公共性和娱乐性之间的平衡，让情感传播既能发

挥其在公共事务中的积极作用，又能满足人们在娱乐等方面的需求，避免出现各种不良倾向和问题，以促进情感传播在社会中的健康、有序发展。

5 结语

作为国家级媒介事件的典型代表，2025年央视春晚在情感传播视域下展现出显著的公共性建构能力与社会价值实现路径。本研究通过分析技术赋权、文化整合与微观叙事策略，揭示了春晚如何通过情感共鸣机制连接个体与集体、传统与现代、本土与全球，最终推动社会共识的形成与共同体意识的深化。理论层面，本研究将情感传播理论嵌入春晚这一本土化媒介事件，突破了传统媒介事件研究的仪式性框架，为理解媒介如何通过情感动员实现社会整合提供了新视角。实践层面，技术赋能路径与叙事策略的分析为公共媒体优化内容设计、提升社会价值传播效能提供了可借鉴的路径。

2025年央视春晚在技术、文化与叙事的多维探索中，既彰显了媒介事件的社会整合潜力，也揭示了公共性建构的挑战。唯有在技术创新中坚守人文底色，在文化传承中激活当代价值，在多元叙事中凝聚共识，春晚方能持续发挥其作为公共媒介的独特作用，成为连接个体情感与社会价值的桥梁。

参考文献

- [1]丹尼尔·戴扬,伊莱休·卡茨.媒介事件：历史的现场直播 [M].北京广播学院出版社, 2000.
- [2]J•哈贝马斯, 关于公共领域问题的答问[J].社会学研究, 1999 (03) : 37-38.
- [3]谢卓潇.春晚作为记忆实践——媒介记忆的书写、承携和消费[J].国际新闻界, 2020, 42(01):154-176.
- [4]谢竹峰,刘海琨.互动仪式、情感传播、文化记忆:2024年总台春晚的三重传播逻辑[J].传媒, 2024, (18) : 91-93.
- [5]李飞雪,张钰惠.竖屏传播：央视春晚的多模态感知与情感体验[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(11): 104-111.
- [6]谢琰.论媒介事件的仪式化——以北京奥运会开幕式、上海世博会开幕式为范本[D].湖南师范大学, 2011.

作者简介：王超宇（2001.3.6），男，汉族，山西省太原市人，硕士研究生，湖南师范大学新闻与传播学院，研究方向：广播电视