藝術學文摘
Abstracts of Art
ISSN Print: 3079-546X
ISSN Online: 3079-5478
https://doi.org/10.63313/Art.8018

跨媒介融合视角下新近综艺节目的审美创新研究

王珅

西安邮电大学数字艺术学院，陕西 西安

发布日期：2026年10月20日

摘　要

在平台化传播、移动视听普及与生成式人工智能应用不断深化的背景下，综艺节目的创作与传播正由单一节目生产转向内容、技术、平台和用户参与协同发展的融合生态。本文结合网络视听行业发展资料与典型节目案例，从叙事结构、视听表达、文化传播和跨平台参与四个维度，分析新近综艺节目的审美创新，并讨论技术奇观化、内容同质化、商业植入失衡及纪实真实性弱化等问题。研究认为，跨媒介融合的价值不在于媒介形式的简单叠加，而在于以内容为核心，建立适配不同平台的叙事体系，并通过真实人物、生活细节和审慎的技术应用提升审美品质。

关键词

跨媒介融合；网络综艺；审美创新；视听语言；文化传播

A Study of Aesthetic Innovation in Contemporary Variety Shows in the Context of Cross-Media Convergence

Shen Wang

School of Digital Arts, Xi'an University of Posts and Telecommunications, Xi'an, Shaanxi, China

Abstract

With the development of platform-based communication, mobile audiovisual media and generative AI, contemporary Chinese variety shows are evolving from single-format productions into an integrated ecology involving content, technology, platforms and audience participation. Drawing on recent industry reports and representative programs, this paper examines aesthetic innovation in narrative structure, audiovisual expression, cultural communication and cross-platform engagement. It also discusses challenges such as technological spectacle, content homogenization, excessive commercial integration and weakened documentary authenticity. The

文章引用：王珅. (2026). 跨媒介融合视角下新近综艺节目的审美创新研究. 藝術學文摘, 1(2), 79－83.
ISSN Print: 3079-546X, ISSN Online: 3079-5478.
DOI: 10.63313/Art.8018

paper argues that cross-media convergence should not be reduced to the accumulation of media formats; instead, it should be content-led, platform-sensitive and grounded in credible human stories.

Keywords

Cross-Media Convergence; Online Variety Shows; Aesthetic İnnovation; Audiovisual Language; Cultural Communication

Copyright © 2026 by author(s) and Erytis Publishing Limited.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

1. 引言

综艺节目既是大众文化消费的重要内容，也是观察媒介技术、社会情绪与审美趣味变化的窗口。当前，电视端、长视频平台、短视频平台和社交媒体之间的内容流动日益频繁，节目不再只以单一正片作为传播终点，而是通过预告、花絮、短视频切片、直播互动及衍生内容形成多层次传播链条。中国网络视听发展研究报告显示，截至 2024 年 12 月，我国网络视听用户规模达 10.91 亿，网络视听行业市场规模达 1.22 万亿元，表明视听内容已成为广泛的日常媒介实践[1]。在用户规模趋于高位、平台竞争转向内容质量与运营效率的背景下，综艺节目的竞争重点也逐渐从流量获取转向内容辨识度、审美品质和持续传播能力。

本文所讨论的“跨媒介融合”，主要指节目内容在不同媒介形态、传播平台与参与场景之间的协同组织；“审美创新”则侧重节目如何通过叙事、视听语言、人物塑造及参与机制形成具有辨识度的感知经验。本文采用文献梳理与案例分析相结合的方法，重点讨论跨媒介融合如何改变综艺节目的审美表达，并提出相应的创作建议。

2. 跨媒介融合与综艺创作的转型

2.1. 从多渠道分发走向内容生态协同

早期的媒介融合更多表现为电视节目向网络平台迁移，以及同一内容在不同终端同步播出。当前，融合已进一步延伸至选题策划、节目制作、用户反馈和衍生开发等环节。正片负责建立完整叙事，短视频内容突出人物关系、情绪节点或知识亮点，社交平台则承担话题讨论与观众反馈功能。不同媒介并非简单重复同一内容，而应根据其观看场景与表达优势进行差异化编排。若短视频切片脱离节目语境，虽然可能获得短期流量，却也可能造成意义误读，削弱整体叙事的连贯性。

2.2. 从类型借鉴走向叙事机制融合

当代综艺持续吸收纪录片、影视剧、游戏、舞台艺术和知识传播等形态的表达方式。例如，纪实综艺通过持续记录人物行动形成成长线索，文化类节目借助戏剧化场景和视听设计降低知识理解门槛，观察类节目则通过多视角剪辑呈现人物关系。类型融合的关键不在于形式越多越好，而在于形式是否服务于主题表达。若戏剧化编排过度干预真实情境，或游戏机制与节目主题缺乏关联，融合就容易退化为表面拼贴。

2.3. 技术应用从视觉奇观转向创作辅助

超高清制作、虚拟制作、实时图形、数据分析和生成式人工智能，为节目场景设计、视觉预演、素材整理、字幕制作及宣传内容生产提供了新的工具。行业报告亦将智能化、融合化和精品化视为网络视听发展的重要方向[1-2]。但技术并不自动产生审美价值：虚拟场景只有与节目主题、叙事节奏和人物行动形成有效关系，才能提升表达效率；生成式内容则需要明确核验流程，避免事实失真、版权争议和对真实人物的误导。技术应作为创作手段，而非替代内容判断的中心。

3. 新近综艺节目的主要审美创新

3.1. 叙事审美：从环节驱动转向人物与主题驱动

传统综艺常依靠固定游戏、竞演或任务环节推进内容。近年来，部分节目更强调人物关系、真实劳动和持续性成长，以人物经历构成节目叙事的内在线索。《种地吧》将农业劳动、团队协作与青年成长纳入连续记录之中，其吸引力不仅来自任务挑战，也来自劳动过程中的不确定性和人物变化。此类节目通过日常行动建立情感联系，使观众在观察具体生活的过程中理解更广泛的社会议题。其创作难点在于平衡叙事节奏与生活真实，避免为了戏剧冲突而过度设计人物行为。

3.2. 视听审美：从包装强化转向整体风格建构

节目视觉不应仅以高饱和色彩、复杂舞美或快速剪辑制造刺激，而应由主题、场景、摄影、灯光、色彩与剪辑共同形成稳定的视觉语法。文化类节目可利用空间调度、实景拍摄、数字视觉和舞台表演，将抽象知识转化为可感知的视听经验；生活纪实类节目则应保留环境声、劳动细节和适度的镜头停留，避免过度配乐与密集字幕削弱现场质感。声音设计同样具有叙事功能：音乐可以组织情绪，但不宜替代人物自身的情感表达；环境声和同期声则有助于建立空间真实感。

3.3. 文化审美：从知识展示转向情境化理解

文化类综艺的审美创新，不只是将传统文化元素转化为舞台符号，更需要建立文化知识与当代生活之间的联系。《典籍里的中国》等节目通过戏剧化呈现、人物演绎和知识阐释，将典籍内容转化为具有人物关系和情感张力的视听文本。此类表达能够降低理解门槛，但也需要注意史实边界与艺术加工的区分。文化传播应避免把价值结论直接交由主持人或嘉宾说出，而应通过人物选择、情境冲突和具体细节，使文化意义自然生成。

3.4. 参与审美：从单向观看转向跨平台互动

评论、弹幕、话题讨论、投票和二次创作，使观众能够参与节目意义的扩展。观众由单纯的观看者转为内容的讨论者与再传播者，节目也因此获得持续发酵的机会。但互动数据并不能完全代表审美质量。过度依赖热搜、粉丝动员或争议性剪辑，可能把节目评价简化为流量竞争。有效的参与机制应围绕节目主题设置，并为观众提供理解、讨论和补充内容的空间，而不是以互动数量替代内容本身。

4. 典型实践中的问题与改进方向

4.1. 内容同质化与形式拼贴

当热门类型被快速复制时，旅行、音乐、观察、竞演和慢综艺容易出现相似的环节设置与人物配置。跨媒介传播又可能进一步放大高频模仿，使节目在视觉包装和传播话术上趋同。创作前期应明确节目独

有的核心命题、目标受众与叙事规则，并以持续的内容研发替代对成熟模式的简单套用。差异化不等于追求奇观，而是形成能够被观众识别、理解并持续关注的内容价值。

4.2. 商业逻辑对审美完整性的干扰

商业合作是节目生产的重要支撑，但植入内容若频繁打断叙事，或要求嘉宾进行与人物情境不符的展示，就会破坏观看节奏与真实感。节目应在策划阶段统筹品牌需求和内容结构，明确商业表达的边界，并保证植入方式与节目情境具有合理关联。评价节目成效时，也应综合考察内容口碑、用户留存、文化影响与长期品牌价值，避免将单一流量指标作为创作决策的唯一依据。

4.3. 纪实表达中的真实性风险

纪实综艺常以真实劳动、乡村生活或普通人的经历建立情感连接，但镜头选择、剪辑顺序、配乐和字幕都会参与现实意义的建构。若只呈现风景、温情和轻松场景，忽略劳动成本、现实矛盾与当地人的主体性，就可能将乡村或普通生活景观化、消费化。创作团队应尊重被拍摄者的表达权，避免通过剪辑制造误导性因果关系，并在呈现社会议题时保留必要的复杂性。真实不是未经选择的原始记录，而是对选择过程负责。

4.4. 技术使用中的伦理与版权问题

人工智能和数字视觉工具能够提高制作效率，但也带来素材来源、肖像与声音授权、生成内容标识、事实核验及数据安全等问题。制作团队应建立素材登记与授权机制，对 AI 生成或深度加工的内容进行必要审核；涉及历史文化、公共事件和真实人物时，应强化事实核查，防止技术效果掩盖信息错误。技术创新只有在版权合规、表达透明和内容可信的前提下，才能转化为稳定的审美优势。

5. 跨媒介融合背景下的创作策略

5.1. 坚持内容先行，形成清晰的节目审美定位

节目策划应从主题价值、人物关系和核心体验出发，先明确“希望观众理解什么、感受什么”，再选择相应的叙事形式与技术方案。视觉包装、互动机制和跨平台传播均应服务于核心命题，避免为追求新颖而堆叠形式。对文化类节目而言，应兼顾知识准确性与视听可感性；对纪实类节目而言，应兼顾故事推进与现实复杂性。

5.2. 建立分平台表达体系，维护叙事整体性

长视频或电视正片承担完整叙事，短视频突出有代表性的细节与情绪节点，社交平台承接讨论和用户反馈，衍生内容则可补充背景知识、幕后过程或人物故事。各平台内容需要在主题与事实层面保持一致，同时根据媒介特性调整时长、节奏和信息密度。通过统一的内容管理与版权管理，减少碎片化传播造成的语境丢失。

5.3. 以真实细节和人文关怀增强情感说服力

审美品质最终依赖于对人的观察与理解。节目应为人物保留充分的行动空间，重视真实劳动、日常交流和关系变化，避免用标签化人设取代复杂个体。文化价值的表达也应融入具体情境，而非依赖口号式总结。对于乡村、职业、代际和地域文化等题材，应尊重相关群体的主体性，呈现其真实处境与多元面貌。

5.4. 审慎引入新技术，完善创作治理机制

技术应用应依据节目需求进行选择，建立从前期策划、现场拍摄到后期制作的协同流程。对于生成式人工智能，应明确人工审核责任、素材授权和输出核验标准；对于虚拟制作与数字场景，应避免无必要的视觉炫技。平台传播数据可用于了解受众反馈，但不宜直接替代创作判断。只有将技术效率、审美目标和伦理规范纳入同一流程，才能实现可持续的创新。

6. 结语

跨媒介融合正在重塑综艺节目的生产方式、视听形态与受众关系。其审美价值主要体现为叙事机制更加多元、视听表达更加精细、文化内容更易进入日常传播，以及观众参与方式持续扩展。与此同时，内容同质化、商业表达失衡、纪实真实性弱化和技术伦理风险，也要求创作团队重新审视流量、技术与内容之间的关系。综艺节目的高质量发展，不应以媒介数量或技术复杂度作为唯一尺度，而应以内容原创性、表达准确性、审美完整性和人文关怀为基础。未来的跨媒介创新应坚持内容先行、平台适配、技术审慎与真实叙事，在娱乐性、文化性和社会价值之间建立更为稳固的平衡。

参考文献

[1] 中国网络视听节目服务协会. 中国网络视听发展研究报告（2025）[R]. 北京: 中国广播影视出版社, 2026.

[2] 国家广播电视总局. 2025 年全国广播电视行业统计公报 [EB/OL]. (2026-05-13)[2026-10-09]. https://www.nrta.gov.cn/art/2026/5/13/art_113_73265.html.

[3] 鄢冬. 文化类综艺的诗意化呈现与跨媒介创新路径探析 [J]. 当代电视, 2024(6):45-50. DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2024.06.016.

[4] 胡智锋, 李天羽. 十年来中国电视综艺发展评述 [J]. 当代电视, 2024(11):4-11. DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2024.11.002.

[5] 杨俊波, 韩文超. 跨媒融合的视觉新景——评 2024 年总台春晚节目《山河诗长安》的审美实践[J]. 当代电视, 2024(10):61-65. DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2024.10.009.

[6] 李孔一杰. 人工智能技术在文化类综艺节目中的应用研究 [J]. 融媒时代, 2025(12). https://cnki.istiz.org.cn/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFD2025&filename=MSRD202512023.