

百章舆情观察：2026 年春节期间重点舆情风险提示

春节作为我国最重要传统节日，期间大规模人员流动、消费集中释放、文旅活动密集叠加，社会运行节奏显著加快。在此背景下，各类突发事件和敏感话题更易引发舆论放大效应。同时，节假日期间网络舆论场高度活跃、信息量激增，自媒体与短视频平台信息传播加速，极易形成情绪化表达和群体性讨论。综合往年情况及当前社会运行特点来看，除常规的公共安全、社会民生等方面网络舆情风险外，今年春节期间还需重点关注以下方面：

一是春晚相关议题存在外溢风险。作为春节期间备受关注的文化事件，春晚的节目内容、演员阵容、价值表达和技术呈现都极易成为舆论焦点。一方面，节目质量、语言类节目“笑点争议”、流量明星表现、节目删改等话题可能在社交平台引发大规模讨论甚至两极分化；另一方面，倘若节目涉及社会热点、性别议题、地域文化、代际观念等内容，易被放大解读进而诱发争议。2月5日，中央广播电视总台2026年春节联欢晚会宣布B站成为其独家弹幕互动合作伙伴，届时春晚直播B站将开放真弹幕。此背景下，相关风险更加明显。

二是网络空间极端言论与网络谣言传播风险。从近期各类谣言信息来看，AI技术已经成为各类谣言生成和传播的重

点源头，如“长晋高速大客车侧翻致2死6重伤”“山东青岛一中学高中生械斗致4人死亡”“新疆一婴儿被遗弃”等，最终都被证实为AI生成。节日氛围下，网民更加活跃，信息传播频繁，与此同时审核力量相对薄弱，涉及社会治安、突发事故、民生热点等不实信息易借机传播，尤其目前AI工具应用泛滥下，社交媒体存在大量AI生成内容，此类信息极易“以假乱真”。若辟谣不及时，容易造成恐慌或误解，加大舆情处置难度。

三是社会情绪叠加与个案放大风险。根据国家统计局数据，2025年全国出生人口792万人，出生率为5.63%，创下1949年以来的最低纪录。相关数据凸显当下国人的家庭婚育观、教育观等正在出现全方位的变化。而春节是情感高度集中的时期，涉及家庭矛盾、婚恋压力、代际观念冲突等话题，容易在网络空间形成共鸣讨论这类内容以段子、短视频、情景剧方式传播，具有较强代入感和情绪感染力，极易形成群体共鸣。与此同时，一旦出现具有典型性的个案事件，舆论可能在情绪驱动下对其进行过度解读，衍生出性别对立、城乡差异、贫富差距等议题，形成舆论对立。

四是文旅热潮持续下公共空间管理和服务层面的舆情风险。近两年全国文旅市场持续升温。春节期间，景区、酒店、民宿、餐饮等消费需求集中释放，在此期间极易产生服务质量和价格纠纷问题。同时，公共服务保障也面临考验，包括景区秩序维护、卫生安全、交通引导等不到位，可能触

发游客群体不满情绪。一旦出现此类负面事件，舆论往往迅速集中引发群体共鸣，与此同时，相关问题若未能得到妥善解决，将对地方形象造成严重打击。

五是春运压力下的出行焦虑风险。春运是全国最大规模的人口迁徙活动，近期抖音、小红书等多个平台有大量网民反映“回家和返程都买不到票”“显示有余票但出票就显示余票不足”“只有全程票才有余票”等问题，直接触发公众出行焦虑，需警惕相关帖文集中出现，让个体不满情绪累积，进而引发关于公共管理、出行政策、资源配置公平性等方面的舆论争议。

六是重点群体发声仍是重点风险。春节前后是农民工集中返乡和工资结算的关键节点，讨薪维权类信息进入高发期。部分农民工通过短视频、直播或社交平台实名发声，具有较强真实性和情绪感染力，在春节“团圆”声量集中释放的大背景下，此类信息容易引发公众同情与转发扩散。一旦出现“多年欠薪”“企业失联”“项目烂尾”等情节，舆论很容易将个案上升为行业性问题甚至制度性质疑。同时，一些维权群体也可能借助网络平台集中表达诉求，形成话题标签和联动传播，推动议题在短时间内升温，舆论容易形成“弱势群体求助无门”的印象进而给地方有关部门和涉事企业等带来舆论压力。

七是价值观对立与意识形态风险。春节期间，家庭团聚、消费热点、文化活动等社会场景容易触发不同群体间的价值观碰撞。例如，城乡差异、传统习俗与现代观念冲突、婚恋

观念或代际教育理念分歧等话题，容易在网络空间被放大，形成“对立性讨论”。部分自媒体或外部势力可能借机渲染矛盾，将个别事件过度扩散、歪曲，从而引导舆论极化发展，加剧舆论场中对立冲突。

总体来看，春节期间舆情风险呈现出情绪放大、技术加成、风险因素集中等特点。有关部门和相关主体有待提前排查隐患，加强舆情监测、信息公开和正面回应，做到快速核实、权威发声、持续跟进。同时，强化线上巡查与谣言处置机制，注重以温度和诚意回应舆论关切，切实将风险隐患化解在萌芽阶段，营造平安、祥和、清朗的节日舆论环境。