

短视频媒介实践中的乡土景观重塑研究

——以抖音平台为例

杨 嫚 田 甜 刘元锐

摘要:我国短视频平台乡土景观内容的涌现成为乡村自我言说的重要渠道。旅游凝视理论强调旅行对日常生活的抽离及主体间协商性的凝视,为考察短视频媒介实践与乡土景观重塑提供了新的研究视角。研究以网络民族志的形式,通过参与式观察与深度访谈,聚焦具有代表性的乡村短视频账号及活跃用户,以期探索乡土景观建构的新型分析视角。研究发现:网络游客、视频博主、平台等多维主体在主体间性的关系模式下协商参与乡土景观建构;通过艺术提纯、元素并置,产出具备独特审美价值的复合空间,实现对乡土景观的媒介化重构,并驱动线下乡村的空间生产与日常化展演。在双向视觉权力的推动下,想象与现实的空间逐渐融合,乡土景观也在该过程中逐渐舞台化、日常化和现实化,反映出凝视的生产性价值。

关键词:乡土景观;短视频;旅游凝视;生产性价值

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2026)04-0065-11

基金项目:国家社会科学基金一般项目(22BXW085);武汉大学自主科研基金项目(41300100)

旅游凝视并非新媒体时代的产物,早在大众传播阶段,游客就可以通过凝视照片杂志、影视节目等文本了解乡土景观^[1],但此种书写受制于大众媒体与城市中心主义视角,因而存在对真实乡村的异化。如今,数字媒介与旅游经济深度融合,数字社交平台与移动影像深度嵌入居民日常^[2],乡村短视频开启自我叙事的新模式,乡土景观随之焕发新生。《抖音2024乡村文旅数据报告》显示,抖音2023年新增乡村内容数10.9亿条,播放量近2.8万亿。^[3]是网络游客的记忆与印象主导了媒介乡土景观的建构,还是作为东道主的视频博主抑或平台顺应游客心理,在改造、定制媒介乡土景观?这不啻一个“鸡生蛋,蛋生鸡”式的逻辑难题,尤其在当下,相关场域内各行动者进行着可逆、共时、多向的凝视,凝视处于一种未完成的、不断生成的循环持续性状态。在数字媒介重塑旅游凝视的进程中,乡村短视频已突破传统影像传播的单向度困境,形成多主体互构的景观生产场域。短视频中乡土景观的建构既非观看者记忆的镜像投射,亦非创作者的自主书写,而是网络游客、创作者、平台等多维主体在旅游凝视框架下协商互构的动态产物。因此,真正重要的问题在于,当前的乡土景观呈现出何种表征,乡村短视频场域内的多维主体又分别以何种形式,采取何种策略参与乡土景观重构?在短视频实践过程中,“看的权力”如何生产媒介乡村的社会空间,并投射于现实乡村?本研究尝试借助旅游凝视理论,以参与式观察、半结构化访谈等研究方法,从乡村短视频账号的运营逻辑和网络游客对乡村短视频的观看体验中挖掘乡土景观的建构机制与路径,探究凝视权力的生产性价值。

一、文献回顾

(一)影像本真性:乡土景观研究的讨论

乡土景观是包含于乡村景观的文化意象,本质是非政治因素驱动的文化表征,具有地域性、日常性、机动性等自下而上的文化属性^[4]。与自上而下的官方或商业景观建构不同,乡土景观植根于当

地居民的日常生活实践,是其与自然、社会长期互动的结果。当前,媒介乡土景观内容以自然生态基底与人文生产场景的数字化呈现为核心,聚焦田园山水、传统农事与日常生活,经过滤镜、剪辑、配乐等数字化手段形成了一种既源于乡村又异于乡村的媒介化景观。

揆诸学界的乡土景观研究,内容真实性问题得到普遍关注。部分学者抨击乡土景观的虚假性,认为乡土景观面临着严峻的本真性危机,亟待发掘真实的乡村影像。其观点可以援引居伊·德波在其著作《景观社会》中对景观的描述:“一种由感性的可观看性建构起来的幻象,它的存在由表象所支撑,以各种不同的影像为其外部显现形式。”^{[5][11]}在德波看来,景观是资本积累到一定程度后形成的图像化世界,它取代了真实的社会关系。^[6]在乡土景观领域,这一理论体现为:真实的乡村生活被碎片化、符号化的影像所替代,观众所接触到的只是被精心剪辑和过滤后的“乡村奇观”。在我国,城乡二元结构不仅体现为经济差异,更形成了媒介表征中“城市凝视乡村”的长期惯性,媒介乡村形象受视觉政治挟持,在凝视中被持续地技术化改造。所谓视觉政治,指的是城市中心主义的意识形态通过媒体影像不断强化乡村的“他者”地位,将乡村塑造为与现代城市相对立的传统、落后或浪漫化的存在。有学者批判乡村里的“他者”是城市人“自我”的映射,城市对乡村进行了理想化和景观化的处理。^[7]还有学者认为,乡村里的“他者”是凝视主体“自我”的映射,忙碌焦虑的城市生活让宁静美好的乡村成为“诗意栖居”的理想场所^[8],而这与乡村的真实形象相去甚远。

随着新媒体技术对乡村赋权力度的升级和媒介乡村形象的嬗变,部分学者逐渐延伸对乡土景观的认识,认为非真实的景观也具有一定的真实性和积极意义。他们着眼于乡土符号所展现的艺术性与审美价值,采取更为中立的角度评价媒介对乡土景观的建构,将乡村形象从情感按摩的视觉景观升华为文化体验的聚集场域^[9]。乡村影像可以借由主位影像和内生性视角消解对乡村的他者化与弱者化书写,如果以柔性方式引导乡土景观,将能够作用于实际的乡村空间,有望实现区域景观格局的转型^[10]。如一些乡村因短视频走红后,当地政府与居民有意识地保留或恢复视频中呈现的元素,从而实现从媒介景观到物理景观的建构。

学界对乡土景观真实性的强调,与乡土景观的建构过程密切相关。建构主体的身份、目的、方式与机制,均可能深刻影响真实乡土景观的数字化呈现形态。短视频作为当下乡土景观的主要传播载体,在相当程度上拓展了乡村自身的话语表达空间,其内容形态与表现形式显著区别于以往大众媒体的叙事模式。有学者从乡愁情感切入,关注乡村短视频中艺术化表达的乡土景观对用户的情感支持作用^[11]。影像本真性的削弱究竟会导向情感的虚伪化与空心化,抑或增强情感互动与传播效能,仍是一个有待深入辨析的问题。但显而易见的是,视听与真实的关系得到了革新,“真实”观念不再依赖于传统视听语言的心理真实感的形塑,而是通过围绕短视频而产生的屏幕内外的交往实践来定义和建构视听文本中的“真实”^[12]。换言之,观众对“真实”的判断,不再基于影像是否客观反映物理现实,而是基于影像能否引发共鸣、能否在评论区与创作者或其他观众形成有意义的互动、能否在日常实践中被模仿或参照。一旦引发了互动、模仿、参照,影像就有了被投射到现实的可能。

网络游客既是乡土视觉转译的接受者,也通过凝视与欲望投射,持续参与并影响乡土景观的前端建构,这种产销合一的特性符合乡土景观真实的建构逻辑,使网络游客成为一个关键视角。为更中立地评估乡土景观的当代实践,本研究结合观察所得与网络游客的视角,客观审视乡土景观建构中的演绎行为,规避单一赞美或批判,而是将其视为多主体协商、动态和具有生产性价值的社会过程。

(二)日常生活的逃逸与主体协商:旅游凝视的实践逻辑

旅游是一种具有社会学意义的人类行为,游客在旅游过程中短暂地从日常生活中抽离,寻求与日常生活相异的体验。这种抽离建立于与现实世界保持复杂互动的基础之上,并以此获得心灵升华。随着旅游市场的发展,旅游日益商业化和大众化,逐渐从一种不寻常的实践活动转变为日常实践活动^[13],旅游的相关理论也经历着嬗变。20世纪末,英国社会学家约翰·厄里将凝视理论迁移至

旅游领域,用以研究旅游中游客与其他参与方的权力互动形式,提出了“游客凝视”的概念。^[14]在后续的理论发展中,游客、东道主以及各种隐含的社会凝视最终构成一张凝视概念图谱^[15]——游客凝视推动当地景观被“社会性地重构”^[14];东道主凝视以“反向凝视”策略迎合游客需求。

溯其根源,“凝视”作为一个描述权力关系的学术词汇,源于西方视觉中心主义传统,现逐渐成为携带着权力运作、欲望纠结以及身份意识的观看方法^[16]¹⁰。凝视具有规训的作用,它不仅是知识权力,更是一种推动力,规训被凝视者向凝视主体的意图方向生产运作^[17]。权力是具有生产性的,因此凝视也具备了积极的生产性功能^[18]。在后现代语境中,凝视逐渐突破单一主体的权力视角,成为多主体协商合作的场域。

从理论层面来看,旅游凝视的运行路径与短视频媒介特性和技术逻辑高度契合。一方面,短视频通过算法推荐与用户互动实现凝视行为的数字化延伸,由数据驱动的造景机制实现了传统凝视理论中“观看即建构”的理想状态。另一方面,新媒体技术为凝视的权力关系提供了新的载体,短视频生产权的下沉打破了媒体的话语垄断。更重要的是,短视频观看与旅游行为的内核均涉及对日常生活的抽离与升华。因此,将旅游凝视的理论框架运用于短视频分析,有助于挖掘新的研究视角。

旅游凝视是旅游欲求、动机和行为融合并抽象化的结果,强调游客通过视觉实践对旅游地景观进行符号化建构,关注平等基础上的对话交流,是社会模式化的和通过社会学习获得的观看之道^[19]。游客是旅游凝视的本源,其在“看”与“被看”中通过对各种景观符号的收集和消费获得愉悦、怀旧、刺激的体验或者从日常经验中抽离开来的特质,通过凝视确认自我存在,在与他者的互动中完成自我建构^[20]。与之直接对应的东道主凝视凸显出旅游凝视理论的互动性,被凝视的目的地察觉并且反向凝视游客的凝视,采取修复、抛弃等策略建构在一定程度上符合游客需求的完美剧本^[21]。用户的观看体验,创作者与用户的媒介协商,内嵌于平台的技术逻辑与内容审核规则,从各自立场出发共同参与乡土景观的建构。

虽然旅游凝视强调游客凝视对旅游目的地的改造,但其理论核心锚定于多维互动产生的主体间性,即网络游客、创作者、平台通过相互调适、协商而非单向规训来共同建构景观。旅游地在被游客凝视的同时,也勇于回望和回应^[22],并采取行动解构他者化叙事,开展个体自我书写,争夺文化阐释权,其凝视角度的多样性解构了单一的凝视权力。旅游凝视对协商的重视还使得部分学者关注旅游凝视对旅游目的地空间的生产作用。学者爱德华·索杰提出社会中存在一个融合了真实与想象的“第三空间”^[23]¹³,其特质与旅游凝视理论暗合,游客的想象与东道主等对旅游景观的展演与改造将旅游目的地打造为一个同时具备想象与现实内容的实体,这成为旅游凝视生产性价值的理论依据,也为理解短视频中虚实交融的乡土景观提供了思路^[24]。

需要指出的是,本研究所讨论的“网络游客”并非隐喻,而是具有旅游凝视理论依据的合理概念。短视频观看行为在本质上符合旅游的核心特征:用户通过屏幕短暂抽离日常生活,进入异质性的乡村视觉空间,获得新奇体验与情感满足。在厄里看来,影像等媒介同样可以触发凝视行为^[25]¹⁷⁹⁻¹⁸⁰。因此,观看乡村短视频的用户可被视为虚拟的旅游者,他们的凝视行为与线下游客共享同一套心理机制与权力关系,理应纳入旅游凝视的分析框架。

二、研究方法

鉴于短视频媒介形式的高互动性,本研究采取网络民族志的形式开展研究,结合参与式观察与半结构化访谈两种主要方法,深入探究乡村短视频内容产出机制与受众行为之间的联系。鉴于抖音平台庞大的乡村短视频数量及高用户活跃度,研究主要围绕该平台选取研究样本。从2024年7月至2024年12月,研究者展开了为期6个月的资料收集工作。具体而言,研究者参考抖音平台新农人的Top20榜单^[26],借助灰豚数据平台库内的内容生产、运营策略、变现渠道等数据,结合短视频的发布形式、发布内容(视频主题、故事情节、语言表达等)、网络游客与视频生产者的互动、网络游客的

二次创作、网络游客在粉丝群的行为实践等,系统梳理了抖音平台内的部分乡村短视频账号,最后聚焦于“潘姥姥”“闲不住的阿俊”“乡愁”“蜀中桃子姐”“八零徐姥姥”“帅农鸟哥”“苗家阿美”“华农兄弟”等8个自媒体。这8个账号发布的视频内容形成一定溢出效应,拉动了当地乡村振兴事业。例如,“华农兄弟”刘苏良、胡跃清两人以直播带货形式销售家乡农产品,带动赣州市全南县农村产业发展与农户增收,被授予“江西省五一劳动奖章”。广为人知的人气账号“李子柒”虽然也唤起受众对于乡村的向往,但地域特征描述较为模糊,与本研究的方向契合度不高。以这8个短视频账号为基点,研究者向外发散研究视角寻找具体访谈对象,通过弹幕发布数量、评论区发言活跃度和粉丝社群互动频次剔除普通观看者,锁定8个短视频账号中的活跃个体。受访者年龄段从16岁到近50岁,其中男性9人,女性11人,在读学生居多。具体信息见附录中的访谈对象信息表^①。访谈内容主要分为三部分:受访者的人口统计学信息、乡村短视频观看情况与体验以及视频内容引发的思考。访谈以线上形式开展,每次时间从半小时到一个半小时不等,访谈过程遵循半结构化访谈的研究方法,在具体问题上不拘泥于访谈大纲,不硬性规定问题回答顺序与表述方式,主要结合访谈对象自身的社会经历及观看体验延伸提问,鼓励受访者讲述乡村短视频所引发的思考。

三、视觉转译与乡土景观的媒介建构

短视频的赋权推动“沉默的乡村”出场,以往由大众媒体所定义的乡土景观经历着嬗变。视觉转译是在短视频媒介中,通过画面构图、镜头语言、剪辑节奏、音画搭配等视觉修辞手段,将乡村的物理空间、生活实践与文化记忆转化为可被观看、感知与传播的媒介景观的过程。这一过程本质上属于跨系统、跨语境的信息传递,依赖于符号重组与意义再生产,实现文化逻辑的转换。现实的乡村正是在众多短视频创作者的视觉转译下,才得以成为媒介乡土景观。通过对乡村景观的艺术化呈现,乡村短视频被转化为具有审美价值的作品;在坚守乡村文化特性的同时,乡村短视频也汲取城市文化元素,对两种符号体系的蒙太奇呈现与选取,搭建起城乡文化接合的桥梁;乡村短视频串联网络游客、创作者、平台等多元行动者,他们的互动作用于现实空间与虚拟空间,使得现实与媒介发生共鸣。

(一) 田园牧歌:美学化呈现的乡土景观

田园牧歌是乡土景观的永恒主题,某些“雅乡村”视频与叙事在跨文化传播中备受好评^[27],传统的东方美学是乡土景观的基础价值取向。从自然景物到人物和价值观念,乡土美学构成了乡村短视频对网络游客的长久吸引力。

乡土景观美学化的呈现效果与短视频多样的剪辑手法,加工技术密不可分。短视频的拍摄场景以视频创作者生活的乡村环境为主,在拍摄手法和滤镜的加持下,乡土景观被美学化呈现,转化为具有审美价值的作品,成为经艺术手段提纯后的乡土美学。短视频的滤镜选择、镜头布局、背景音乐等都影响着网络游客的审美体验。在短视频平台直供的滤镜、场景、配乐中,明亮轻快的色调,简洁的拍摄场景,舒缓的背景音乐因为强化受众的多重感官体验而受到观看者的青睐。如“乡愁”视频中摇桂花的场景,近中远景等多个镜头切换,配以古风乡愁文案及舒缓的古典音乐,将视频内容与诗词中的乡村意象勾连,赋予景观多重象征性内涵。

深入来看,乡土景观的美学化呈现不仅包含自然风光,更体现在人物行动所传递的人文价值中。在短视频构建的新田园里,网络游客感受到的不仅是优美自然景观带来的松弛感,更有农村人物及其行动传递的乡村价值观。如M5在看到干净整洁的东北农村后,其“乡村不卫生”的刻板印象有所动摇;F9认为女性主导拍摄的乡村短视频传播了男女平等的观念,符合新农村建设的价值导向;相当一部分受访者还表示,他们向往着乡村短视频人物“日出而作,日落而息”的生活方式。镜头语言拓展着网络游客对乡村的想象空间,给予观看者沉浸式的虚拟旅游体验,提供精神慰藉与情感按摩。

值得注意的是,乡土美学在数字转译中发生了本体论升华。有学者指出,田园短视频所营造的

^①附录访问链接为:<https://osf.io/ex2cg/overview>。

故乡乌托邦通过彰显“吾心安处是吾乡”的心理,徐徐引导人们进行文化转型,开展文化休整^[28]。“田园风”短视频的内容绝不是简单地以“剩余文化”的形式回到当下,而是以乡愁乌托邦的形式,积极地参与当代中国现代审美情感结构的重建以及中国文化的现代化转型。

当我心情糟糕时,我就想去看一点能治愈我的视频,让我快速平静下来,暂时不去想那些烦恼。我很喜欢视频里面的各种自然景物,比如花草、河流,还有各种美食,这些都让我相信是有很多美好的事物的;生活已经很累了,如果视频内容再是过于现实和消极的,那我就肯定不会再看。(M4)

M4 以及其他网络游客的访谈同时反映出乡土美学在短视频时代的机遇与挑战。在技术加持下,各类结构化的滤镜与配色,与之相匹配的自然风光塑造了网络游客对乡村的新印象,并间接地融入他们对乡村短视频的审美需求,有望丰富乡土美学体系。但是,部分网络游客在表现出对乡村自然景观偏好的同时,刻意忽略了真实乡村中那些“过于现实和消极的”部分。短视频内容的真实性并不一定与观看体验相交,借助艺术化呈现的乡土景观即使偏离真实世界,也能够为网络游客带来情绪价值。因此,乡土美学有沦为媒介奇观的隐患。虚构的乡村寓言可能被反复强化塑造,平台机械复制大量模板化单一化的“田园牧歌”,削弱网络游客对乡村的全景化认知。

(二)符号叠加:并置重组的城乡元素

如果说“田园牧歌”呈现的是乡土景观的自然与人文美学,那么城乡符号的叠加则揭示了其文化杂糅的特质。“城—乡”二元结构是我国特有的,持续较长时间的社会经济制度框架,城乡资源配置的分化使得二者的符号体系具备一定的差异性。城市中心主义的意识形态曾经长期存在于乡土景观内部^[29],如乡土景观的田园诗歌、亲密关系、怀旧记忆充斥着现代都市人的想象意涵。在后现代语境和短视频的加持下,传统的乡土代表性元素经历了一定程度的解构,城市符号也被乡村创作者重新诠释,而乡土元素的数字化转译过程必然导致城乡符号在同一乡村短视频内的叠加共存。短视频作为对接城市与乡村的工具,将两种形态迥异的文化连接起来。通过短视频这一媒介渠道,乡村文化获得了对齐城市的新媒体技术,都市价值观,使社会结构中处于相对弱势的乡村文化获得与城市文化对话的机会,两种文化的协商交流最终构建出一套混合城乡元素的过渡性文化体系。

在乡村短视频中,人物的身体意象呈现出城乡两种范式。虽然创作者通常以“本地人”的标签来明确自我身份,但在网络游客看来,他们的归属相对含糊。相互分裂的身份在身体景观的建构中不断谋求统一,城乡文化在碰撞中交融。网络游客将乡村短视频人物形象与明星的类比凸显出对人物身份归属的解构,如“苗家阿美”的博主被称为“祝绪丹”“张靛颖”;“闲不住的阿俊”的博主被称为“张若昀”;“乡愁”的博主沈丹被称为“杜冰雁”。人物身体不再是乡村意象,而是网络空间内的城市意象。从身体各部分的拍摄美化到各种身体饰物、动作展示,复古的乡村和时尚的城市元素反复出现在乡村人物的身体景观中,部分人物的身体景观虽然保留着传统农村人的特征,但在形象塑造中呈现出城市的审美和社会观念。人物的身体意象和行动逻辑也能够组成一套城乡元素混合体系,“现代的穿着,传统的行为”成为众多乡村短视频人物的特征,他们借助这套整合的文化体系吸引网络游客的注意力。例如,“帅农鸟哥”的博主常年穿着一套蓝色西装,经常给皮鞋打油擦亮,即使是去完成炒土、采摘甘蔗等农活也着西装,外形装扮与行动逻辑的冲突无形营造了视频的幽默感;“闲不住阿俊”的博主戴着运动智能手表,用苏打等原材料自制可乐等富有现代意涵的饮品,这一颇具矛盾意味的场面诠释了人物徘徊于城乡边缘的身份,他们的身体展演戳破了乡村与城市之间的隔膜。

城乡元素的并置重组不仅停留在身体维度,更渗透于空间叙事的各个层面。乡村短视频着重刻画原真性的自然风光,但在家居生活场景中,城乡元素大量混杂出现。在“帅农鸟哥”的一则短视频里,创作者建构起精密的城乡符号对照系统:以电焊工艺加固竹编的砧板,不锈钢材质的灶台以柴火为燃料,通过快节奏的镜头切换与微距特写形成蒙太奇式的视觉辩证法,凸显出创作者对不同乡土景观所采取的差异化塑造策略。

在对城乡接合部“土味美学”的研究中,学者曾经分析城乡文化的冲突融合,认为土味美学本身不再只是猎奇和抵抗的表征,而是一种“安全的放纵”^[30]。短视频的乡土景观既是城乡文化杂糅的产物,也是当下不可忽视的一股大众文化潮流。即使当中存在来自城市文化的规训,如乡村短视频人物身体景观与行动逻辑的割裂,但也应看到它们背后隐藏的社会意识刚需。网络游客或创作者移植着具有城市意向的文化符号,将注意力资源配置于草根群体,间接反映出我国当下的精神动向、审美水平及社会参与。

(三)虚实并存:媒介化景观的现实投射

乡土景观具有解构城乡二元对立的数字属性,是由算法、用户实践与文化转译共构的流动空间矩阵。它并非单纯的田园风光或城乡符号拼贴,而是由线上影像与线下空间持续互动、双向映射所生成的复合型景观。这种景观既存在于短视频平台,又延伸至物理乡村,其核心特征在于:媒介化的乡土影像不再是现实的“再现”,而是与现实形成一种相互生产、相互锚定的共生关系,形成数字时代的“第三空间”。一方面,网络游客的凝视进入媒介空间,生成新的话语,驱动着线下物理空间的改变;另一方面,物理空间的变动又在创作者的转译下生成新的乡土景观,反馈到媒介空间。具体而言,虚实并存的景观表现为以下三重特征:

第一,媒介成为现实的蓝图。短视频中走红的乡土元素——如“古井打水”“柴火灶”“手工糖画”——往往被线下乡村有意识地保留、恢复甚至再造。贵州焕河村因“古井打水”视频走红后,当地村民和政府短视频反馈下修缮了古井周边环境,使之成为游客打卡点。此时,短视频中的景观不再是现实的简单再现,而是成为现实空间改造的蓝图。乡村短视频通过转译实现了乡土景观的视觉建构,将乡村现实转化为媒介记忆,从而为乡村文化的存续与传承提供新型数字载体。同时,短视频又协助乡村开展新的空间生产,推动各类生产要素向线下乡村聚集。这种景观的本质是先行于现实的媒介想象,驱动物理空间按照媒介影像进行再生产。

第二,现实反哺媒介,形成“影像—现实—新影像”的循环迭代。影像主导了线下乡村的改造,而被改造后的线下乡村成为新的拍摄素材,经创作者转译后反馈回平台。例如,“苗家阿美”参与家乡文旅代言后,拍摄地湘西农村新增了旅游设施,这些变化又被纳入后续视频中,形成景观的迭代升级。这种循环生产使得乡土景观始终处于“未完成”的动态更新状态,而非固化的视觉符号。

第三,该景观是一种“可进入的景观”。它不仅供人观看,更邀请观众从云端漫游转向线下体验。在本研究调查的案例中,“帅农鸟哥”的带货模式将视频中的水蜜桃转化为可消费的农产品;“蜀中桃子姐”的网红电商品牌带动了地方产业链;“华农兄弟”的直播带货直接拉动家乡农产品销售。这种景观的边界是开放的:观众既是凝视者,也能成为线下游客、消费者甚至二次创作者。由此,乡土景观不再局限于屏幕,而是延伸为一种涵盖线上影像、线下空间、商品流通、身份认同的复合体。

需要指出的是,虚实并存并未取消真实与虚拟的边界,而是在二者之间建立起生产性的关系。有研究指出,线下的乡村旅游景观面临着“景观失忆”的危机,一些富有乡土特质的传统文化已经或者正在遭遇消解。^[31]短视频通过虚与实并存的景观建构为其注入当代生命力,使之成为可体验、可消费、可再生产的文化资源。“闲不住的阿俊”在视频中呈现过的福建糖画,“乡愁”和“八零徐姥姥”视频中制作的姜炒米泡水、血糯米醪糟,由于网络游客的需求,这些逐渐走向消亡的乡村物质文化被创作者进行艺术化加工并搬上荧幕。短视频平台为濒临失传的传统技艺构建了新型传播界面,早已远离现代社会的技艺经过短视频的演绎而再现,在某种程度上唤醒了网络游客对于乡村这个人类共同精神家园的集体记忆,进而增强他们对乡村的归属感。

总之,“虚实并存”是一种具有建构力量的现实景观:它不是对真实乡村的扭曲或幻象,而是通过媒介凝视与现实实践的持续互动,不断生成的新空间、新符号和新社会关系。这种景观打破了“真实—虚假”的二元判断,转而成为一种具有社会效力的新型乡土存在形态,蕴含着日常生活的解放进路,并能建构全新的乡村景观。

四、云端造景:多维主体建构媒介乡村

旅游景观不单是客观的物理存在,也是主观的心理感应,^[32]是在主客观互动条件下所建构的一种多向度的、生生不息的点面关系。乡村短视频中的乡土景观是网络游客、创作者、平台等多维主体在凝视与反凝视的互动中不断行动所构建的产物,涵盖多元主体之间的博弈与互动。其中,游客凝视驱动着景观的风格化展演;东道主凝视形塑了景观的日常化转向。多维主体的入局打破了乡村文化的单一表征,共同演绎下的媒介乡村相较于先前更具动态性,短视频的艺术性和戏剧性也更为突出;网络游客将乡村短视频日常化,达成自身与景观的整合,而创作者也通过平台数据和心理揣测为游客的情感代入与身份投射提供心理铺垫;主体的媒介协商转化为现实行动,为线下乡土景观的更新提供动力。

(一)舞台化:游客凝视驱动下的景观展演

旅游凝视对目的地文化的舞台化具备驱动作用,短视频时代,凝视主体得以扩张,凝视行为也从单向变为多向。在游客凝视的靶向性作用下,乡土景观成为网络游客、短视频创作者、平台等多维主体所演绎的“舞台剧”。换言之,乡村短视频的艺术性不仅植根于乡土美学,还与网络游客等主体的审美体验、价值选择有关。厄里指出,游客的目光具有较强的靶向性。他们会有目的地寻找,注视旅游目的地的特色景观,并在心里放大这些景观的标志性特征,以便较为迅速地提炼自身收获。^{[25]5-6}因此,网络游客对乡村短视频的审美往往是靶向性的,这为乡土景观的风格化奠定了基调,打造能为快节奏现代生活提供慰藉的乡土美学。

网络游客的凝视是乡村景观构建的先导,创作者将参照视频的流量数据来调整视频内容,平台算法也将设置规则加强游客目光的统治秩序。例如,贵州焕河村“古井打水”场景走红之后,创作者参考评论区和视频数据,延长古井取水镜头的时长。数据将游客的目光具象化,聚焦特定景观符号,形成凝视偏好的强化循环。由此,网络游客、创作者、平台等主体围绕乡土景观建立起互动逻辑链条。网络游客反馈自身观看诉求以便创作者参考,而平台对于可见性的筛选赋予那些更符合大众审美的短视频显著性,为创作者树立标杆的同时也为乡土美学的展演选定方向。相反,创作者也能够发挥自身主观能动性打造新的审美潮流,有计划地进行乡土景观的展演,以此影响网络游客的兴趣选择。那么,网络游客对于乡村短视频的演绎行为有何看法呢?

这种乡村短视频,食材怎么取,能不能独立操作,能不能完成?看视频是挺欢乐,这种生活状态只能是一种回忆,大家小时候都有这样一个外婆,可能没有这么多美食,但是相类似,还是挺向往的;但是回不去的,社会在进步,如果是一味地沉浸在姥姥和外孙之间的欢乐,是不可能的,这种是需要经济基础的。现在的生活工作是不能经常见面的,这种欢乐大家庭只能一年聚一两次。(M6)

从M6的反思中,可以看出网络游客对乡村短视频的演绎具有一定的自觉,但对此具有较高包容度,因为它在部分程度上传递了美好的“回忆”,能够满足精神需求。

对网络游客而言,提出诉求并与创作者、平台共同参与建构短视频内容只是这场云端漫游的起步阶段。虽然主体之间开展了一定程度的互动与协商,但这种互动更像是宏观的数据统计。游客身份营造了与旅游目的地的距离感,暗喻着游客不会过度卷入目的地的社会关系。借助短视频媒介开展的云端漫游更是如此,随着云端漫游的深入开展,乡土景观对视觉感官的冲击逐渐减淡,网络游客被“外乡人”的身份所局限,阻碍他们进一步与旅游目的地发生共鸣。陌生的乡村自然、人物、文化符号,不断提醒着网络游客从日常生活“出走”的处境,这种认知撕裂催生了新的焦虑——越是异质性的场景堆砌,越凸显自身与景观的本质疏离。疏离的心理催生着“乡愁”情结的深化,归属的需求在压抑中放大,在此驱动下,网络游客寻求将目的地的游览所得日常化,融入自身生活。他们不满足于当一名看客,而要成为进入旅游目的地,与之发生深度互动的个体。

(二) 日常化:凝视内化与景观的生活建构

旅游凝视理论不仅关注景观的展演,也关注凝视如何被内化为观众自身的实践。乡土景观对城乡文化的接合,实质上是拉近其与网络游客之间的心理距离,进而融入他们的日常生活,这一过程本身就是一种景观建构——网络游客通过模仿、复制和内化,将媒介中的乡土符号转化为自身的生活实践,从而完成“景观的日常化建构”。乡村短视频所呈现的内容感染着部分用户对乡土景观进行模仿复制,使之成为自身日常生活的一部分。从人物特征到生活模式,再到乡土价值观,网络游客将学到的经验和知识迁移运用于现实生活,有意地让自己靠近乡村短视频的内容。

周末的时候我就会模仿这种(阿俊的美食视频),比较日常,自己也能够实现。我的朋友也喜欢看,周末相聚坐在一起做一些美食,像阿俊一样用自己的双手创造一种惬意的乡村生活,一种比较舒适的乡村家常生活。比较羡慕阿俊能一直拍下去,有去学习各种剪辑创作知识,有坚持下来的毅力。(M4)

通过模仿,M4创造出既非纯粹城市也非真实乡村的混合体验场域,这种混合体验场域正是乡土景观的延伸——它不再局限于屏幕,而是通过用户的日常实践获得新的存在形态。乡土景观成为他日常实践的一部分,不断增强着他对乡村文化的认同感。短视频的高传播效率与深度沉浸推动部分用户采取与M4类似的选择。从网络游客的心理动机来看,他们既渴望通过传统符号获得本真性补偿,又无法摆脱对现代性的依赖,他们的矛盾心理推动了乡土景观对不同文化符号的交替选取,为网络游客提供了指导日常行为的具体行动模板。随着乡土景观日常化程度逐渐加深,网络游客最终在心理上“回归”为乡村的一分子,其归属感与认同感在从剥离到填充的过程中被强化,游客的身份表征和乡土景观都得到进一步诠释。

吃饭的时候,觉得很无聊,所以边吃饭边看徐姥姥的短视频,了解到东北地方的乡村民俗,让我觉得很有趣。因为从小生活在城市里,环境都非常喧嚣和现代化,我很少了解到这样简朴安静的乡村,我在生活中没办法去了解那些奇特的美食,去那些地方探险,看这些视频就让我觉得这个世界很新奇,又很熟悉,好像自己也曾经在这里生活过一样。(M5)

在M5的描述中,乡土景观中的民俗文化,美食成为网络游客追逐的目标,也是新奇感的主要构成,但除了新奇感之外还存在着熟悉感。心理上的亲切感之所以产生,是由于M5在长久地注视乡村短视频后将乡土景观内化于自身的精神世界。通过“边吃饭边看”类型的媒介仪式,观看乡村短视频被纳入网络游客的日常生活。这种日常化的内化行为,实际上是乡土景观从媒介空间向生活世界延伸的一种建构方式。虽然个体对于乡土景观的重构作用较为有限,但当无数网络游客重复这一进程时,将能够改变乡土景观的符号组合,书写全新的乡土景观。

需要指出的是,网络游客真切地从乡土景观收获了自我认同,但其对于旅游目的地的卷入依然是克制的,这导致当下乡土景观中依然存在对乡村的他者化书写。当游客在短视频评论区感叹“这就是我的精神故乡”时,他们却并未意识到这个“故乡”早已不是地理意义上的实体村落,而是由用户、算法、资本等主体共同编织的数字拟像,这值得警惕。

(三) 现实化:凝视生产性价值的落地

乡土景观从虚拟走向现实,是凝视生产性价值的必然结果:媒介景观通过用户的反馈、创作者的互动与平台的推动,倒逼线下空间发生实际改变,从而完成“从虚拟到现实”的建构闭环。在以图片影像为主的传播时代,由于缺乏“传播—反馈”闭环,游客与创作者之间难以深度互动。而在短视频时代,网络游客能以流动的、多样的角度参与乡土景观阐释,给予凝视反馈。例如,在线上发送评论、用弹幕进行互动点评,通过消费来确认自身价值^[33],甚至可以在评论区发表完全与视频无关的内容,如晒娃、求生日祝福等“私人内容”。游客将自身理解与他人分享,拓展乡土景观的生命力。

有时就真的很想摆烂,我看着这些视频,特别是沈丹的视频,我会觉得一切都还好,我没有那么差。沈丹离异独自抚养孩子,回乡创业,从未后悔自己的选择,她说:“也不知道怎样的人生是成功的,但是只知道要努力不停地努力。”可能生活的意义就是要不断努力,但是当我开始架构自

己该怎么做时,就觉得还是太难了。(F6)

在这一叙述中,乡村短视频博主沈丹所展现的个性品格和生活经历,已从屏幕内的景观符号转化为F6精神世界中的意义参照,这正是乡土景观“现实化”的典型表现——景观不仅存在于影像之中,更通过观众的情感共鸣与价值内化,延伸至日常心理与生活态度。沈丹的形象不再只是短视频中的表演性角色,而是成为观众自我认知与价值建构的景观锚点。网络游客在观看短视频后受到鼓舞,虽然在照应现实生活后依然感到挫败,但“不断努力”的信念正是景观意义内化的结果——乡土景观通过人物叙事向观众传递了可被吸收的精神能量,从而在个体的精神领域完成了景观的落地。相比之下,F5的相关表述更直白:“观看视频时我会对自己相关的经历进行反思,觉得自己没有他们那种人的生活。”F5将自己的生命经验与短视频中的乡土景观进行对照,以自身为尺度丈量屏幕内外的差异,这种对照行为本身就是一种对景观的二次建构——以观众的现实人生为原料,反向丰富乡土景观的意义层次。这些心理活动和话语实践并非游离于乡土景观之外,而是乡土景观在观众端的现实化建构。在乡土景观哺育网络游客的同时,网络游客也将自身的生活经验回馈给乡土景观,从而完成“景观—现实—新景观”的循环生产。

除了网络游客因视频内容而生发的感慨外,创作者的入局也使得媒介互动有了现实接入点,也为乡土景观提供了新的文本生产路径。如“潘姥姥”的《美食心愿》系列视频,抽取评论区的美食心愿,创作者进入网络游客的生活空间或者网络游客进入创作者的生活拍摄空间,共同建构短视频的新内容。如网名“啊啊啊休”的观众留言:“我老婆是从重庆嫁到杭州的,因为工作和生宝宝已经三年没回过家了,最近一直嚷着想吃川菜,又怕做不好,能不能麻烦姥姥来杭州做一顿川菜呀。”后续视频呈现了“潘姥姥”到杭州为“啊啊啊休”的妻子做辣拌鱼腥草等美食的情况。通过媒介协商,观众的凝视进入景观生产系统,观众个体成为景观的外延。新媒体使乡土景观脱离了传统物理乡土的再生产路径,开辟了以媒介再现为核心、以受众参与为动力的景观生产新路。

当下,媒体互动已深度嵌入乡村日常,媒介逻辑重组乡土社会的交往方式与文化肌理,建构出新型的数字乡村生活形态。大量乡村视频号粉丝群的日常互动以其高活跃度、高组织度,成为乡土景观不可忽视的部分。乡村短视频的内容在媒介实践中迁移为线下空间的物质性重构,它不仅是乡土景观的映射,更是建构的模具。优质内容推动良性建构,低质内容可能加剧本真性危机,甚至遭遇文化殖民。在平台自查与净化机制尚不健全的情况下,亟须建立健全内容治理体系,以健康有序的媒介生态反哺现实乡村。

五、结语:凝视的生产性价值

旅游凝视的早期理论强调,主客关系具有非对称权力的性质,游客通常被视为优势权力者^[34]。但在后续发展中,凝视逐渐超越了传统的压迫性解读,凸显出视觉权力催生新社会关系与主体位置的能力。以短视频平台为场景,网络游客、创作者协商建构乡村图景,景观与现实产生联系,推动乡村媒介化进程。多元主体的协商建构削弱了规训意味,凝视重塑了人们观看、互动与再现乡村的方式,表现出生产性价值。具体而言,旅游凝视视域下的生产性价值体现为三个方面:

其一是符号的创造性转化。短视频技术提纯了乡土美学,接合城乡两套符号系统,使地方性知识升华为流通的文化资本。系统化的符号体系是旅游凝视的基础条件,推动乡村短视频对乡土景观的数字化转译。新型符号系统成为乡土景观的现代化表达,既保证乡村在媒介化时代的持续在场,又为其注入适应现代语境的进化潜能。

其二是权力的动态协商。多维主体的参与打破城市中心主义的刻板印象,在平台的即时互动中重构文化阐释权。网络游客的凝视偏好通过数据形成软性规训,乡村创作者运用反凝视策略解构其影响,平台作为技术仲裁者通过流量调节二者的博弈,使游客凝视与创作者反凝视维持在可控的张力中。多主体的动态协商推动凝视从压迫性监控转化为生成性对话,有助于乡土景观实现自我书写。

其三是物质空间的生产。社会媒介化进程加速,视觉权力转化为建设性生产力量,游客凝视保

证了乡土景观的存续,对内容开展的二创更延续了乡土景观的互联网影响力。表征的空间是静态凝固的,具体的实践空间却是高度流动与变化的^[35],乡土景观最终只有背靠现实才能具备长久的生命力。对乡村短视频的凝视反哺线下乡村的振兴,而现实乡村的发展又孕育着媒介乡土的多元意象。

景观通常囿于真实性和异化的窠臼,然而生产性凝视为乡村景观建构提供了新路径。凝视不再是一种被动反映或扭曲真实的视觉行为,其本身已成为一种创造真实的实践。在持续的目光投射、符号互动与意义协商中,一种具有社会建构意义的“真实”被不断生产出来,并持续介入物质空间的塑造。凝视激发情感、承载记忆、引导实践,构成了数百万用户共同参与、共同感知的数字乡土现实,已无法用传统意义上的“真假”二元标准来衡量,它本身就是一种具有社会和文化效力的真实。

如何赋予乡村可见性?新媒体技术曾经为传播学者提供了畅想的乌托邦,技术可供性赋予了创作者书写乡村视角的权力,他们能够借助短视频生产的自主权在意义争夺中占据优势并建构真实性,撬动城乡二元格局中城市的统治秩序。随着短视频创作的蓬勃发展,更多短视频创作者能够在凝视与反凝视间破除乡村的“他者”地位,清除城市中心主义植入乡土景观的傲慢与偏见,让原初的乡土形象回归大众视野。个体与景观的互构也提醒着网络游客必须学会保持必要的反思距离——在借助乡村短视频满足自我心理诉求的同时,不能忽略媒介对于真实乡村的过度美化和选择性遮蔽,唯有在这种辩证张力中,旅游凝视才能真正升华为对话的路径。

参考文献:

- [1] CORBIN A. Travelling through cinema space: the film spectator as tourist. *Continuum*, 2014, 28(3): 314-329.
- [2] 韩磊,王安琦,谢双玉,等. 荧幕旅游:基于媒介仪式的本体论视角. *旅游学刊*, 2020(7): 49-60.
- [3] 上海文旅产业研究院. 数字传播平台如何助力乡村文旅新发展. (2024-04-18) [2025-06-29]. https://www.sh-act.org/index.php?r=article/Content/index&content_id=1638.
- [4] 黄昕珮. 论乡土景观——《Discovering Vernacular Landscape》与乡土景观概念. *中国园林*, 2008(7): 87-91.
- [5] 德波. 景观社会. 王昭风,译. 南京:南京大学出版社, 2006.
- [6] 张一兵. 颠倒再颠倒的景观世界——德波《景观社会》的文本学解读. *南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学版)*, 2006(1): 5-17.
- [7] 潘佼佼. 都市中产阶级对乡村空间的想象与改造. *文化纵横*, 2016(6): 98-103.
- [8] 樊友猛,谢彦君. 记忆、展示与凝视:乡村文化遗产保护与旅游发展协同研究. *旅游科学*, 2015(1): 11-24+87.
- [9] 李琦,刘也铃. 乡村田园景观的影像建构及其产业赋能. *中国电视*, 2023(12): 78-84.
- [10] 任凯,阳建强. 基于空间生产—生态辩证关系的乡村景观建构——基于晋西北传统村镇的观察. *现代城市研究*, 2019(9): 26-33.
- [11] 罗敏. 中介化乡愁:返乡青年短视频实践的意义展演与情感实现. *中国青年研究*, 2025(3): 66-74+91.
- [12] 梁君健,孙虹. 从视听交往到社会缝合:纪实类短视频的视听话语形态. *南京社会科学*, 2021(9): 120-129.
- [13] 方芳. 从反日常到日常:当代旅游实践的还原和再认识. *旅游学刊*, 2022(1): 44-55.
- [14] 刘丹萍. 旅游凝视:从福柯到厄里. *旅游学刊*, 2007(6): 91-95.
- [15] 吴茂英. 旅游凝视:评述与展望. *旅游学刊*, 2012(3): 107-112.
- [16] 朱晓兰. 文化研究关键词:凝视. 南京:南京大学出版社, 2013.
- [17] 吴琼. 视觉性与视觉文化:视觉文化研究的谱系. *文艺研究*, 2006(1): 84-96+159.
- [18] 刘淑秀. 福柯权力批判中的“凝视”概念. *西部学刊*, 2023(1): 156-159.
- [19] 李拉扬. 旅游凝视:反思与重构. *旅游学刊*, 2015(2): 118-126.
- [20] 傅才武. 论文化和旅游融合的内在逻辑. *武汉大学学报(哲学社会科学版)*, 2020(2): 89-100.
- [21] 孙九霞. 旅游循环凝视与乡村文化修复. *旅游学刊*, 2019(6): 1-4.
- [22] 程绍文,梁玥琳,李艳,等. 国内外旅游凝视研究进展综述. *旅游论坛*, 2017(3): 24-34.
- [23] 索杰. 第三空间:去往洛杉矶和其他真实和想象地方的旅程. 陆扬,等译. 上海:上海教育出版社, 2005.
- [24] 张林. “第三空间”下的旅游音乐表演. *中央音乐学院学报*, 2023(3): 45-55+67.
- [25] 厄里,拉森. 游客的凝视. 3版. 黄宛瑜,译. 上海:格致出版社, 2016.

- [26] 35 斗. 数据解读抖音新农人 Top20,除了带货,“三农”短视频还能如何变现? (2022-05-06) [2026-05-29]. <https://www.36kr.com/p/1729271340578052>.
- [27] 陈文敏,杨瑾. 俗雅之间:乡村短视频叙事的三重景观及其文化生态. 传媒观察,2023(4):97-105.
- [28] 高月,许明星,夏亮. 田园短视频的记忆修补功能探析. 当代电视,2022(9):76-80.
- [29] 刘国强,牟柳樾. 影像化的现代桃源:论李子柒视频的文化意象与田园想象. 新闻爱好者,2022(1):54-59.
- [30] 顾明敏. 城乡接合部的文化表征:土味美学及土味文化再思考. 新闻爱好者,2020(5):58-62.
- [31] 翟向坤,郭凌,张晓,等. 旅游空间生产语境下的乡村文化景观失忆与重构研究——以成都市红砂村乡村旅游发展为例. 湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2017(2):101-105.
- [32] 张衡,吴嗣钧,钟雨,等. 从景观展面、景观刺点到景观张力——自然场景中的刺点景观建构及刺感生成机制. 旅游学刊. (2025-06-16) [2025-06-29]. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2025.00.017>.
- [33] 黄凯悦. 全球化背景下“三农”短视频文化认同构建路径探析. 经济与社会发展,2019(5):75-80.
- [34] 赵锦源,孙九霞,王思雅. 乡村旅游场域非对称权力关系下的东道主凝视. 旅游学刊,2024(8):28-39.
- [35] 徐璐,褚传弘. 制造亚丁:乡村振兴中的空间生产与想象. 西南民族大学学报(人文社会科学版),2021(5):43-53.

Research on the Reshaping of Rural Landscapes in Short-Video Media Practices: A Case Study of Douyin

Yang Man, Tian Tian, Liu Yuankun (Wuhan University)

Abstract: The emergence of rural landscape content on short-video platforms in China has become an important channel for rural self-expression. The theory of the tourist gaze, which emphasizes the departure from everyday life during travel and the negotiated gaze among subjects, offers a new research perspective for examining short-video media practices and the reshaping of rural landscapes. This study adopts an online ethnographic approach, combining participant observation and in-depth interviews, focusing on representative rural short-video accounts and their active users, to explore a new analytical perspective on the construction of rural landscapes. The findings reveal that multiple actors—including online tourists, video creators, and platforms—negotiate and participate in the construction of rural landscapes under the relational mode of intersubjectivity. Through artistic purification and the juxtaposition of elements, they produce a composite space with unique aesthetic value, achieve a mediatized reconstruction of rural landscapes, and drive the spatial production and everyday performances of offline villages. Driven by two-way visual power, the spaces of imagination and reality gradually merge, while rural landscapes in this process become increasingly staged and routinized. This profoundly reflects the productive value of the gaze.

Key words: rural landscape; short videos; tourist gaze; productive power

■ 收稿日期: 2025-09-08

■ 作者单位: 杨 曼, 武汉大学新闻与传播学院; 湖北武汉 430072

田 甜, 武汉大学新闻与传播学院

刘元锴, 武汉大学新闻与传播学院

■ 责任编辑: 肖劲草