

抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现研究

刘雨晴, 刘宏玮, 邓雨薇

武汉理工大学法学与人文社会院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年2月20日; 录用日期: 2025年4月4日; 发布日期: 2025年4月16日

摘要

近年来, 短视频行业的兴起为个体提供了自我表达、社交互动和信息获取的新途径。抖音“苦瓜大队”作为其中的代表群体, 其自我媒介再现主要受到自我期待驱动、休闲娱乐需求、身份认同渴望以及经济利益引诱的影响。该群体的自我媒介再现特征包括虚拟化、自我化和多样化。然而, 内容同质化严重、过度依赖剧本和表演、隐私泄露风险以及商业化过度等问题也逐渐显现。针对这些问题, 文章从自身、平台和政府三个角度提出了突围策略。成员们应寻求内容创新, 减少剧本依赖, 保护个人隐私; 平台应加强内容审核和监管, 推出多样化内容推荐机制, 完善隐私保护机制和商业合作规范; 政府应制定和完善相关法律法规, 打击不正当竞争行为, 保护个人隐私和信息安全, 加强对网络平台的监管。

关键词

自我媒介再现, 苦瓜大队, 抖音

A Study on the Self-Media Reproduction of Douyin's "Miserable Women"

Yuqing Liu, Hongwei Liu, Yuwei Deng

School of Law, Humanities and Sociology, Wuhan University of Technology, Wuhan Hubei

Received: Feb. 20th, 2025; accepted: Apr. 4th, 2025; published: Apr. 16th, 2025

Abstract

In recent years, the rise of the short video industry has provided individuals with new avenues for self-expression, social interaction, and information acquisition. The "Bitter Gourd Squad" on Douyin, as a representative group within this industry, is primarily influenced by self-expectation, recreational needs, the desire for identity recognition, and the lure of economic benefits in their self-media representation. The characteristics of this group's self-media representation include virtualization, self-orientation, and diversification. However, issues such as severe content homogenization,

over-reliance on scripts and performances, privacy leakage risks, and excessive commercialization have gradually emerged. In response to these problems, this article proposes breakthrough strategies from the perspectives of individuals, platforms, and the government. Members should seek content innovation, reduce dependence on scripts, and protect personal privacy. Platforms should strengthen content review and supervision, introduce diversified content recommendation mechanisms, improve privacy protection mechanisms and commercial cooperation norms. The government should formulate and improve relevant laws and regulations, crack down on unfair competition, protect personal privacy and information security, and strengthen supervision of online platforms.

Keywords

Self-Media Representation, Miserable Women, Douyin

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来，短视频行业在技术赋权、政策的有力支持、资本的积极涌入以及多元化用户需求的共同推动下，已经迅速崛起并成为一种普遍且重要的传播方式。媒介技术的飞速进步与广泛普及，特别是智能手机的普及，使得手机等媒介工具日益成为个人实现自我塑造、社交互动以及信息获取的关键途径。短视频的兴起不仅为人们开辟了一个可以自由表达个性、展现创意的空间，还让人们得以更深入地认识自我、展现自我，并在这一过程中实现自我形象的媒介重构。鉴于此，本文选取抖音平台内“苦瓜大队”群体为研究对象，探究这一群体的自我媒介再现动因、特征、以及存在的问题。最后对抖音“苦瓜大队”这一群体的自我媒介进行批判性反思，从自身、平台、政府角度出发探寻突围策略，为其他群体在新媒体环境下的自我表达提供参考和启示。

2. 概念界定

2.1. 媒介再现

从字面上来看，“再现”(representation)指的是“再次呈现”(re-presentation)通常用来描述把不同的符号放在一起，从而使得抽象、复杂的概念变得更容易、更有意义的过程，选择和组合符号的过程实质上就是意义建构的过程，媒体通过对符号意义的建构形成规范，反映文化意义，塑造社会共识[1]。本文所阐述的媒介再现概念根植于“社会建构理论”的土壤之中，其探讨的范畴超越了单纯的语言层面意义生成，而是深入到更广泛的社会领域，聚焦于掌握核心话语权个体与其他社会实体间复杂的权力动态关系[2]。通过对既有文献的系统梳理，本文将媒介再现过程阐释为：在特定历史时期，拥有媒介主导权的组织或个人，通过媒介对特定社会群体、事件或形象进行策略性选择与呈现，这一过程深刻地塑造并影响了公众对这些对象的认知框架。历史上，大众传媒作为媒介话语的权威掌握者，常将社会群体以“再现”的形式呈现为被动的他者形象。然而，近年来，随着网络影像平台的蓬勃兴起，这一格局发生了显著变化。普通社会群体不仅获得了媒介的访问与使用权限，更在某些平台上占据了话语的主导地位。这一转变标志着媒介使用主体的根本性转换，使得媒介再现成为社会群体利用新兴网络平台进行个性化表达和社会互动的一种创新实践。

2.2. 苦瓜大队

“苦瓜大队”作为2022年后逐渐兴起的网络流行语，指代的是在抖音等短视频平台上活跃的一类特殊群体——记录农村日常生活的已婚女性。这些女性主要居住于中国西部偏远农村地区，普遍受教育程度较低，且往往在二十岁左右即步入婚姻，并早育。她们的生活条件相对艰苦，不仅需要承担繁重的家务劳动和农业生产任务，部分女性还面临着丈夫的不负责任乃至家庭暴力的困境。因此，网友们形象地将其生活状态比喻为比苦瓜更为苦涩，这一表述随后在网络上广泛传播，形成了“苦瓜大队”这一特定称谓。

“苦瓜大队”的视频作品以其高度的真实性，深刻且生动地展现了偏远农村地区贫困家庭的生活现状。这些视频不仅让观众仿佛置身于这些家庭的日常之中，更使观众能够深切感受到他们所面临的种种艰辛与挑战。“苦瓜大队”们在家庭内部独自承担了几乎所有的家务劳动和农业生产任务，同时还要负责子女的抚养以及应对配偶的不务正业等问题。这一生活状态在广大观众中引发了强烈的共鸣与深入的学术探讨，为理解农村女性生活提供了宝贵的视角与素材。

3. 抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现的动因分析

3.1. 自我期待的驱动

自我形象是理想自我与现实自我的结合。理想自我代表完美状态，现实自我则具有局限性。塑造自我形象时，个体会融入理想元素，力求接近理想状态一个积极、正面的自我形象能够赢得他人的尊重和喜爱，从而增强个体的社会归属感和自我价值感。因此，人们塑造自我形象的一个重要动机，就是为了赢得外界的认可与肯定^[3]。抖音“苦瓜大队”的成员们内心深处往往怀揣着对自我实现的渴望。他们渴望在这个平台上展示自己的生活状态、才艺或独特观点，以此获得他人的认可和赞赏。小英作为“苦瓜大队”的明星成员，她的经历就是最好的证明。她的视频记录了她在艰苦环境中的乐观生活，每一次面对困境的微笑都深深触动了观众的心弦。这种积极向上的生活态度不仅让她赢得了大量粉丝的关注和喜爱，更让她在短视频领域找到了属于自己的舞台和价值定位。通过自我媒介再现，成员们得以在虚拟世界中实现自我价值的最大化，这种自我期待的驱动成为他们不断创作和分享的动力源泉。

3.2. 休闲娱乐的需求

短视频内容作为草根文化的代表，以其通俗易懂的特点，恰好契合了当前社会日益世俗化的审美倾向。从某种程度上讲，短视频的兴起，为长期缺乏现代化文化娱乐活动的普通民众，带来了精神上的慰藉与满足^[4]。在快节奏的生活中，“苦瓜大队”的成员们也需要寻找一种释放压力、增进情感交流的方式。短视频创作和分享恰好满足了他们的这一需求。他们通过制作和观看短视频，不仅释放了生活压力，还享受到了创作带来的乐趣。“苦瓜大队”会分享自己的日常琐事、家乡风景或特色文化习俗，这些内容让观众能虚拟世界中感受到了生活的多样性。这种休闲娱乐的方式不仅拓宽了他们的精神世界，也让她们与观众之间建立了深厚的情感羁绊。

3.3. 身份认同的渴望

个人身份认同的形成，主要依赖于个体对外界环境信息的接纳与评估。通过接收外部环境传递的信息，个体能够清晰地认识到自己所属的群体，进而在群体中确定并定位自己的身份角色，最终实现自我身份的认同^[5]。“苦瓜大队”的成员们通过共同的兴趣爱好、价值观或生活方式形成了一种独特的身份认同。他们渴望通过自我媒介再现来展示群体特有的文化符号、行为规范和价值观念，以此强化群体内

部的凝聚力和认同感。小英等“苦瓜大队”的视频中自身的农村背景、家庭状况和生活经历尽数在视频中呈现，这些内容不仅让观众更加了解他们的生活方式和价值观，也让“苦瓜大队”感受到了来自互联网上其他人的支持和认同。这种身份认同的展现不仅增强了他们的信心和归属感，也让“苦瓜大队”这个农村在短视频平台上的自我媒介再现更加鲜明和独特。

3.4. 经济利益的引诱

经济利益无疑是驱动“苦瓜大队”成员进行自我媒介再现的重要因素之一。随着短视频行业的蓬勃发展，越来越多的创作者通过平台获得了可观的经济收益。小英等成员通过发布高质量的内容吸引了大量粉丝和流量，进而实现了商业化变现。他们通过直播带货、广告合作等方式获得了经济收益，这不仅极大地改善了他们的生活条件，也为他们提供了更多的创作动力和资源。经济利益的引诱让成员们看到了自我媒介再现的潜在价值，也激发了他们不断创作和分享的热情。

4. 抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现的特征

4.1. 虚拟化

大众媒介时代，传媒扮演着调配可见性的核心角色，“把关人”“拟态环境”“议程设置”等理论事实上都指出传媒赋予可见性的核心功能。互联网时代则带来新的可见性逻辑，大众媒介对可见性实践的垄断地位不再，网络新媒体为普通人赋权。抖音短视频平台带来的“可见性”以一种鲍曼所言之现代化的“流动性”转向解构了物理空间权力中的“反流动性”，固态的现实空间被消解、被液化，逐渐转为了流动的现实空间，即“传播发生在物理空间中，又形塑着全新的空间”^[6]。在抖音这一新兴平台上，“苦瓜大队”借助互联网技术参与社会互动，逐渐清晰地认识到自己的身份与定位，突破了传统空间的桎梏，展现出了属于自己的非凡力量与潜能。

4.2. 自我化

“话语”和“权力”相辅相成，权力通过话语的媒介作用，以及社会与国家机器的各种调控措施，深入影响着社会的各个层面。“争夺权力就是争夺话语，拥有话语便意味着权力的实现”^[7]。抖音平台使得“苦瓜大队”背后所代表的农村妇女群体能掌握话语权，自主书写自我的故事，所以抖音“苦瓜大队”自我媒介再现的另一显著特征就是自我化。在短视频创作中，她们往往以自我为中心，强调个人的独特性和差异性。他们通过分享自己的生活经历、情感经历、才艺展示等内容，来展现自己的个性和魅力。这种自我化的表达方式，不仅满足了“苦瓜大队”表达自我、寻求认同的需求，也让观众在观看视频的过程中，能够感受到来自创作者的真实情感和独特视角。此外，“苦瓜大队”的成员们还善于利用短视频平台与观众进行互动，通过评论、点赞、私信等方式，进一步加深与观众之间的联系，形成了一种独特的“粉丝经济”。

4.3. 多样化

抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现还呈现出多样化的特点。成员们的视频内容涵盖了生活日常、才艺展示、情感故事、家乡美景等多个方面，满足了不同观众群体的需求。他们不仅注重视频内容的多样性，还注重形式的创新。例如，采用Vlog、短剧、挑战等多种形式，来呈现自己的生活和才艺。这种多样化的表达方式，不仅丰富了观众的观看体验，也让“苦瓜大队”在短视频领域中保持了较高的活跃度和影响力。此外，成员们还善于结合时事热点和流行趋势，创作具有时效性和话题性的视频内容，进一步提升了自我媒介再现的传播效果。

5. 抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现的问题

5.1. 内容同质化严重

内容同质化已成为抖音“苦瓜大队”面临的一大挑战，它不仅局限于视频主题和情节的相似，更渗透到拍摄手法、剪辑风格乃至背景音乐的选择上。多个“苦瓜大队”都选择了相似的日常生活主题，采用三脚架固定拍摄加快速剪辑的手法，配以固定的背景音乐，使得视频在视觉上高度一致，缺乏个性。这种雷同的内容呈现方式让观众在观看过程中难以区分不同创作者的视频，降低了整体的观看体验。长期以往，观众容易因审美疲劳而减少观看时间和互动频率，进而影响到创作者的粉丝增长和商业合作机会。具体来说，原本期待看到多样化和创新性内容的观众可能会因为频繁遇到相似的视频而感到失望，转而寻找其他更具特色的创作者，这将对“苦瓜大队”的整体影响力和商业价值造成不利影响。

5.2. 过度依赖剧本和表演

为了追求视频效果，部分创作者往往过度依赖剧本和排练，导致视频内容显得过于刻意和生硬，缺乏真实感和自然流露的情感。例如，一些成员在拍摄日常生活或情感分享类视频时，可能会事先准备好详细的剧本，甚至多次排练以确保每个动作和台词都符合预期。然而，这种做法往往让观众觉得内容缺乏真诚和深度，像是在“演戏”而非真实生活。长此以往，观众会对创作者的信任感逐渐削弱，认为其内容不够真实和贴近人心，从而降低对创作者的好感度和忠诚度。这不仅会影响到粉丝的增长和互动频率，还可能损害创作者的个人品牌形象，使其在激烈的市场竞争中处于不利地位。

5.3. 隐私泄露风险

在抖音平台上以“苦瓜大队”为标签的部分创作者中，一些成员在追求视频热度和关注度时，可能会不慎泄露个人或家庭成员的隐私信息，比如无意间在直播中暴露了家庭住址、电话号码，或是在直播中分享了私人聊天记录等敏感内容。这些隐私信息的泄露不仅会使成员的个人安全面临直接威胁，如遭受骚扰电话、恶意攻击等，还可能引发家庭内部的矛盾和纷争，破坏家庭和谐。更为严重的是，隐私泄露还可能触及法律红线，导致成员陷入法律纠纷，承担不必要的法律责任。这一系列后果将对创作者的声誉和形象造成不可逆转的损害，削弱其在观众心中的可信度和好感度，进而影响到粉丝关系的维护和商业合作的开展。

6. 抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现的突围策略

6.1. 创作者层面

抖音“苦瓜大队”的成员应积极主动地寻求内容创新，以打破日益严重的同质化困局。每位创作者都应深入挖掘并展现个人特色，勇于尝试多样化的视频主题、新颖的拍摄手法以及独特的剪辑风格，避免盲目跟风，从而打造出具有辨识度的个人品牌。同时，创作者们应减少对剧本和表演的过度依赖，更多地鼓励真实情感的自然流露，通过真诚的表达和深刻的洞察来增强内容的真实性和感染力。在追求热度和关注度的过程中，创作者们还需时刻保持对个人隐私的警觉，避免在视频中泄露敏感信息，以保护个人安全和家庭和谐，避免因一时疏忽而引发的潜在风险。

6.2. 平台层面

抖音平台作为内容发布和传播的重要渠道，应加强对“苦瓜大队”等创作者的内容审核和监管力度，及时发现并妥善处理同质化严重、过度依赖剧本和表演、隐私泄露以及商业化过度等问题。平台可以通过升级算法，推出更多样化的内容推荐机制，以激励创作者进行内容创新，打破同质化的僵局。同时，

平台应建立完善的隐私保护机制和商业合作规范，确保创作者在合法合规的前提下进行创作和商业活动，维护良好的网络生态。此外，平台还应加强对创作者的教育和培训，提升其媒介素养和自我保护意识，帮助他们更好地应对网络挑战，实现个人价值的最大化。

6.3. 政府层面

政府在网络内容监管中扮演着至关重要的角色，应制定和完善相关法律法规，加强对网络内容的监管和执法力度，为抖音“苦瓜大队”等创作者提供一个健康、有序的创作环境。政府可以出台相关政策，鼓励创作者进行内容创新，打击同质化、虚假内容等不正当竞争行为，维护网络空间的公平竞争。同时，政府应加强对个人隐私和信息安全的保护，对侵犯他人隐私的行为进行严厉打击，确保网络空间的和谐稳定。此外，政府还应加强对网络平台的监管，确保其履行好内容审核和管理职责，共同维护网络空间的清朗和诚信，为网络文化的繁荣发展奠定坚实基础。

7. 结语

抖音“苦瓜大队”的自我媒介再现不仅展现了农村女性的个性和才华，也为他们带来了经济收益和社会认可。然而，随着短视频行业的竞争加剧，该群体也面临着诸多挑战和问题。通过深入分析其动因、特征和存在的问题，我们发现内容创新、隐私保护和商业化平衡是未来发展的关键。成员们需要不断提升自身的创作能力和媒介素养，平台应加强对内容的审核和管理，政府则应完善相关法律法规，共同营造一个健康、有序的网络创作环境。只有这样，抖音“苦瓜大队”等创作者才能在短视频领域持续发光发热，为新媒体环境下的自我表达和文化传播贡献更多力量。同时，本文的研究也期为其他群体在新媒体环境下的自我表达提供相应的参考和启示，推动网络文化的繁荣发展。

基金项目

中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(武汉理工大学：104972024JYS0053)。

参考文献

- [1] 利萨·泰勒, 安德鲁·威利斯. 媒介研究: 文本、机构与受众[M]. 吴靖, 黄佩, 译. 北京: 北京大学出版社, 2005: 36.
- [2] 倪炎元. 再现的政治: 解读媒介对他者负面建构的策略[J]. 新闻学研究, 1999(58): 85-111.
- [3] 栾轶玫, 何雅妍. 技术赋能“她形象”——短视频中的女性媒介形象研究[J]. 视听界, 2019(6): 36-43.
- [4] 曹晋. 媒介与社会性别研究的理论建构[J]. 南京大学学报, 2008, 45(4): 50-59.
- [5] 雷梅. 社会认同与自我建构[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 湖北大学, 2011.
- [6] 张淑华, 徐婷婷. 当代乡村女性的网络空间生产与角色困境——以豫中乡村为例[J]. 新闻与传播研究, 2022, 29(11): 17-38, 126-127.
- [7] 米歇尔·福柯. 权力的眼睛: 福柯访谈录[M]. 严锋, 译. 上海: 上海人民出版社, 1997.