

# 平台治理与乡村电商振兴：抖音“乡村守护人计划”的场域重构机制

查慧雯

南京林业大学人文社会科学学院、生态文明传播学院，江苏 南京

收稿日期：2026年3月5日；录用日期：2026年3月17日；发布日期：2026年4月16日

## 摘要

在数字乡村战略持续推进的背景下，短视频平台日益成为乡村电商发展的重要组织力量。本文以抖音“乡村守护人计划”为研究对象，结合媒介场域理论与结构洞理论，分析平台项目化机制如何重塑乡村电商子场域的关系结构。研究发现，该计划通过身份认证、流量支持、电商工具嵌入与能力培训等制度安排，连接政策体系、地方产业与全国市场，促进象征资本、流量资本与经济资本之间的转化与整合。在弥合结构性断裂的同时，平台逐渐由传播媒介转向资源组织与关系配置的制度性中介，进一步指出，资本重组与行动惯习的调整虽拓展了乡村主体的发展空间，但也可能带来新的依赖关系与层级分化。

## 关键词

平台治理，乡村电商，媒介场域，结构洞，资本重组

## Platform Governance and Rural E-Commerce Revitalisation: Douyin's "Rural Guardian Programme" and Its Mechanism for Reconfiguring the Field

Huiwen Zha

Faculty of Humanities and Social Sciences, School of Ecological Civilization Communication, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: March 5, 2026; accepted: March 17, 2026; published: April 16, 2026

## Abstract

Against the backdrop of China's digital rural development strategy, short-video platforms have

文章引用：查慧雯. 平台治理与乡村电商振兴：抖音“乡村守护人计划”的场域重构机制[J]. 电子商务评论, 2026, 15(4): 658-666. DOI: 10.12677/ecl.2026.154442

increasingly become key organizational actors in rural e-commerce. Taking Douyin's "Rural Guardian Programme" as a case, this paper draws on field theory and structural hole theory to explore how project-based platform mechanisms reshape the relational structure of the rural e-commerce subfield. The study finds that through institutional arrangements such as identity certification, traffic support, e-commerce tool integration, and capacity building, the programme connects policy systems, local industries, and national markets, facilitating the conversion and integration of symbolic, traffic, and economic capital. While bridging structural disconnections, the platform has gradually shifted from a communication intermediary to a resource organizer and institutional broker. The paper further argues that although capital recombination and habitus adjustment expand development opportunities for rural actors, they may also generate new forms of dependency and hierarchical differentiation.

## Keywords

Platform Governance, Rural E-Commerce, Media Field, Structural Holes, Capital Recombination

Copyright © 2026 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

在数字乡村战略持续推进的背景下，数字平台正深度嵌入乡村社会与产业结构之中。短视频与直播电商的兴起，使平台逐渐成为农产品上行与乡村品牌塑造的重要基础设施。乡村不再仅仅是被传播的对象，而成为平台经济体系中的生产主体。平台通过算法分发、电商工具与流量扶持，将内容传播与商品交易嵌合在同一系统之中，重塑了乡村经济的运行方式。近年来，抖音陆续推出“新农人计划”“‘三农’合伙人计划”“乡村守护人”计划等项目，试图通过认证、流量倾斜、培训支持与电商工具整合等方式，系统性扶持乡村创作者与产业主体。这类项目并非单一内容活动，而是一种制度化的平台治理机制。通过主题化与项目化运作，平台将地方政府、主流媒体、乡村创作者与商家纳入同一协作框架，在政策、流量与市场之间搭建连接通道，从而强化乡村电商的组织能力。随着平台经济的快速发展，短视频平台新农人逐渐成为推进乡村振兴和推动数字乡村建设的重要主体力量[1]。返乡青年作为乡村振兴的关键一环，是乡村建设的中坚力量，他们以“短视频 + 直播”为切入点，积极投身乡村发展，通过参与叙事、乡村景观包装重塑、直播电商在线销售等方式不断探索乡村振兴的新模式[2]。

既有研究多从乡村短视频内容生产或叙事转型角度展开，指出乡村传播呈现出多主体协作与 PUGC 融合趋势[3]。也有学者从媒介场域理论出发，强调媒介空间是由资本分布与制度规则构成的竞争性关系网络[4][5]，不同主体在场域中占据差异化位置，决定其可见性与行动能力。同时，互联网时代的媒介场域呈现出分割与嵌套特征[6]，不同主体虽同处平台，却未必形成稳定连接。在 UGC 模式赋能乡村振兴的具体实践中，存在着田园滤镜、数字鸿沟、流量依赖等困境[7]，部分短视频平台新农人在助力乡村振兴的过程中，面临内容创作过度“剧本化”、信任流失风险、消极示范效应、团队成员利益冲突等多重现实困境[1]。这些困境的存在，提示我们需要超越对单一主体或内容形态的关注，转向对平台如何组织多主体协作、如何配置资源与关系的结构性考察。

从社会网络视角来看，乡村电商发展过程中长期存在结构性断裂：政策与农户之间的信息不对称，地方产业与全国市场之间的渠道隔离，以及乡村个体与主流传播体系之间的流量壁垒。结构洞理论指出，处于断裂位置的中介节点能够通过桥接关系获取资源优势[8]。当平台以项目化方式主动承担桥接角色时，

其已不再是单纯传播媒介，而成为组织资源与配置关系的制度性中介。短视频内容营销以极强的流量变现能力成为助力经济发展的新引擎，但其演进历程经历了从“内容为王”到“用户为王”、从“自然流量”到“付费流量”的转变，面临着商业利益驱使下的低质内容频出、算法黑箱操纵下的流量倾斜等困境[9]。这些平台经济的内在逻辑，深刻影响着乡村电商子场域的资本分配与关系结构。

因此，本文以“乡村守护人”计划为研究对象，在媒介场域与结构洞理论框架下，探讨平台项目化机制如何重构乡村电商子场域的关系结构：其如何整合不同类型资本，弥合场域内部结构洞，并在连接政策、流量与市场的过程中形成新的中介位置。通过对计划运行机制与实践案例的分析，本文旨在揭示平台在乡村振兴进程中从传播工具向产业组织者转型的结构逻辑，为理解平台化乡村电商的发展路径提供理论视角。

## 2. 理论基础

### 2.1. 媒介场域理论与平台化乡村电商空间

布尔迪厄将“场域”界定为由不同行动者及其所占据位置构成的客观关系网络，并强调场域具有相对自主的运行逻辑与资本分配规则。在这一框架下，媒介场域被理解为围绕象征资本、文化资本与制度资本展开竞争的特殊社会空间[4][5]。场域内部的行动者并非平等存在，而是根据其资本占有状况与结构位置差异，形成层级分化与权力分布。在平台化传播环境下，媒介场域呈现出新的形态。互联网技术的嵌入使媒介场域出现分割化与多层嵌套趋势，不同议题与群体在平台内部形成若干子场域[6]。乡村电商正是在这一背景下形成的一个平台型子场域。围绕农产品销售、乡村品牌传播与新农人培育，平台内部逐渐聚合起政府机构、主流媒体、乡村创作者、地方商家与消费者等多元主体。不同主体在流量资源、制度背书与市场能力方面占有差异化资本，从而在场域内部形成结构性分层。

媒介场域理论强调，资本的有效性取决于其能否在场域规则中被识别与转化[10]。在传统乡村传播体系中，政策资本与媒体资本往往占据优势地位，而乡村个体的经验资本与生产资本则难以直接转化为广泛可见的象征资本。平台机制的引入改变了这一格局。算法推荐、电商工具与项目化扶持，使部分原本处于边缘位置的乡村主体获得进入核心传播空间的可能性。但这种进入并非自然流动，而是在平台规则框架内被制度化安排。因此，理解“乡村守护人”计划的运作逻辑，需要将其置于媒介场域结构之中加以考察。

### 2.2. 结构洞理论与制度化桥接机制

如果说媒介场域理论揭示的是结构分层与资本分布问题，那么结构洞理论则进一步解释了行动者如何在关系断裂中获取优势。结构洞概念由社会网络学者提出，用以指称社会网络中不同群体之间缺乏直接联系而形成的空隙位置。处于结构洞位置的行动者通过“搭桥”连接原本断裂的群体，从而获得信息与控制优势[8]。

在乡村电商发展过程中，结构洞表现为多重断裂：一是政策制定者与基层农户之间的信息壁垒；二是地方特色产业与全国消费市场之间的渠道隔离；三是乡村个体创作者与主流传播体系之间的流量差距。这些断裂导致资源难以高效流动，也限制了乡村电商规模化发展的可能性。平台在此情境中可能扮演关键中介角色。当平台通过项目化计划整合多方主体时，实际上是在制度层面承担“桥接者”功能。与个体行动者的偶发性连接不同，平台的桥接具有规则化与持续性特征。其通过认证机制、流量分配与工具支持，将不同主体纳入可识别的协作结构之中，使原本松散的弱关系连接转化为可复制的制度安排。这种制度化桥接不仅提升了资源流动效率，也强化了平台自身在场域中的核心位置。

然而，结构洞的弥合并不意味着权力关系的消解。桥接者在连接不同群体的同时，也可能通过控制

信息流动与资源入口获得更高层级的支配能力[9]。因此,分析“乡村守护人”计划时,既要关注其弥合断裂的功能,也需考察其是否在更高层级上重构新的依赖结构。

### 2.3. 资本整合与行动惯习调整

在媒介化社会背景下,资本形态的转换呈现出更加复杂的特征。胡翼青等指出,媒介化机制改变了新闻生产与社会运行的逻辑,使资本必须经过媒介机制转化方能获得有效性[11]。这一观点同样适用于平台化乡村电商场域。政策资本、地方资源资本与乡村生产资本,只有在平台规则框架下被转译为可传播、可交易的形式,才能实现价值放大。当平台通过项目化机制对主体进行认证与扶持时,不同类型资本在同一叙事与交易结构中被整合:政府主体提供制度合法性,媒体主体提供象征背书,乡村创作者提供在地经验与情感表达,商家主体承担商品供给功能。这种资本整合并非简单叠加,而是在算法分发与流量逻辑中被重组为新的象征资本与经济资本。

资本结构的变化进一步影响行动者的实践惯习。布尔迪厄认为,惯习是在场域结构中逐渐内化的行动倾向[4]。当乡村主体持续参与平台项目并适应其规则时,其表达方式与经营策略也会发生调整。例如,更加注重身份标识、强化电商转化意识、主动嵌入平台主题叙事等。这种惯习调整意味着平台不仅重构了关系结构,也在潜移默化中影响乡村电商实践逻辑。

综上,在媒介场域与结构洞理论的综合框架下,可以将“乡村守护人”计划理解为一种嵌入平台规则之中的制度化桥接机制。它通过整合资本、搭建连接与重塑惯习,在乡村电商子场域内部产生结构性影响。基于这一理论基础,本文将进一步分析该计划在实践层面的具体运行机制及其对乡村电商振兴的结构性作用。

## 3. 研究方法

本研究采用质性内容分析法,在媒介场域理论与结构洞理论的整合框架下,对抖音“乡村守护人”计划如何重构乡村电商子场域的关系结构展开系统探究。研究以“乡村守护人”计划为总体分析案例,原因在于该计划具备明确的制度设计、持续的运营周期与广泛的社会影响力,是观察平台从传播媒介转向产业组织者的理想窗口。资料收集依托三个渠道:一是平台官方发布的制度文本,包括项目介绍、年度报告及“乡村守护人”官方账号发布的内容;二是第三方媒体报道与行业分析报告,用于背景补充与三角验证;三是针对参与计划的核心内容样本进行系统抽样。抽样采用分层目的抽样法,依据账号主体类型(政务媒体、主流媒体、“三农”自媒体)和内容生产模式(权威叙事模式、政策转化模式、原生力量展示模式)两个维度,在“乡村守护人”官方话题页及关联账号中选取40个典型创作者账号,并从其于2022年至2025年间发布的相关视频中抽取60条具有代表性的内容样本作为核心分析单元(如表1)。分析过程包含两个阶段:首先,运用开放式编码与理论驱动编码相结合的方式,对制度文本和视频内容进行归类,提炼计划的制度构成要素(身份认证、流量支持、电商工具嵌入、能力培训)及其运作逻辑;其次,在媒介场域理论的资本概念与结构洞理论的桥接概念指导下,对样本视频中行动者的角色分工、资本呈现形式(象征资本、流量资本、经济资本)以及主体间的连接方式进行叙事层面的深度阐释,通过比较不同模式中主体配置与叙事结构的异同,归纳出平台通过项目化机制弥合结构性断裂、重组资本形态并重塑行动者惯习的具体路径,从而揭示平台在乡村电商振兴进程中所承担的制度化桥接功能及其结构性影响。

## 4. “乡村守护人”计划的制度构成

从整体运行方式来看,“乡村守护人”计划并非一次性的内容扶持活动,而是一项嵌入平台规则体系之中的制度化工程。依托抖音的算法分发系统与电商基础设施,该计划通过身份标识、流量配置、能力支持与交易工具整合等多重安排,将乡村主体纳入一个可识别、可持续运转的协作框架之中。媒介场

域理论指出，场域内部的权力结构取决于资本分布与制度规则[4]，平台通过制度设计界定进入路径与资源配置方式，实际上是在重新划分乡村电商子场域中的位置结构与行动边界。

**Table 1.** Overview of exemplary partnerships from the “rural guardian programme” (partial data)

**表 1.** “乡村守护人” 共创作品典型案例分析表(部分)

叙事模式	创作账号	叙事角色	粉丝量
权威叙事模式	乡村守护人 乡农阿改 农民日报 抖音“三农”	平台、主流媒体、“三农”博主	乡农阿改：355.4万 农民日报：1209.5万 抖音“三农”：10.7万
	乡村守护人 蔬菜卫士李宝聚 新华社“三农”	主流媒体、“三农”博主、平台	新华社“三农”：69.6万 蔬菜卫士李宝聚：36.3万
政策转化模式	乡村守护人 杨丽很忙 阜阳文旅体 界首发布	平台、地方政务媒体、“三农” 博主	杨丽很忙：109.5万 界首发布：7.5万 阜阳文旅体：21.4万
	乡村守护人 字节跳动公益 更济宁 山货上头条	平台、地方政务媒体	字节跳动公益：88.5万 更济宁：74.4万 山货上头条：127.8万
原生力量展示	乡村守护人 社牛家明	平台、“三农”自媒体博主	社牛家明：2.3万
	乡村守护人 不山不山	平台、“三农”自媒体博主	不山不山：92.0万

在这一制度框架中，身份认证构成基础性环节。“乡村守护人”标签不仅具有象征意义，更是一种制度确认，使个体表达获得平台主题语境的嵌入资格。象征资本的获得意味着行动者在场域中取得更高的合法性与代表性[5]。经由官方认证，部分乡村创作者被赋予“示范者”角色，其叙事从私人经验转化为具有公共价值的表达形式。身份标识因此既提升了乡村主体的可见度，也通过筛选标准形成新的进入门槛，显示出制度赋权与结构过滤并存的特征。

围绕可见性资源的配置，流量扶持机制成为制度运作的关键维度。在平台型场域中，流量本身是一种核心资本，其分配直接影响表达的传播范围与电商转化能力。通过专题聚合、推荐位倾斜与联合传播等方式，计划将部分乡村主体推向更高曝光层级，使其内容突破原有地域限制。相关研究指出，资本的有效性必须在媒介规则中被识别与转化[10]，流量倾斜正体现了这一转化逻辑。象征资本在高可见度环境中进一步叠加经济价值，内容影响力与商品销售能力由此形成联动关系。

制度运行的持续性还体现在能力支持与规则内化层面。围绕内容生产与电商运营展开的培训与指导，使乡村主体逐步掌握平台逻辑与市场转化机制。布尔迪厄认为，惯习是在场域结构中长期实践后形成的稳定倾向[4]。当乡村创作者在项目框架内持续参与生产与交易活动时，其表达方式与经营策略会逐渐向平台规则靠拢，强调主题契合度与转化效率。媒介化研究亦指出，社会行动需经过媒介机制的转译方能获得效力[11]，能力支持在此不仅是技术赋能，更是将乡村生产逻辑嵌入平台结构的过程。

更为重要的是，计划将传播行为与交易行为置于同一系统之中，使内容生产直接成为商品流通的入

口。电商工具的嵌入打破了媒介场域与市场场域之间的传统边界，乡村表达在获得象征意义的同时承担经济功能。传播资本、制度资本与经济资本在同一平台空间内交织运作，构成乡村电商子场域的新型结构。通过上述制度安排，“乡村守护人”计划不仅提供发展通道，也在更高层级上强化了平台在资源配置与关系组织中的中介地位。

## 5. 结构洞的制度化弥合机制

### 5.1. 政策体系与乡村主体之间的转译连接

乡村振兴政策具有宏观性与制度性特征，而基层农户与乡村经营者往往处于信息获取与理解能力相对不足的位置，政策与实践之间因此形成断裂。结构洞理论指出，处于断裂位置的桥接者能够通过连接不同群体获取优势[8]。在“乡村守护人”计划中，平台通过主题策划与案例呈现，将抽象政策目标转化为可视化、可操作的内容叙事，使政策语言被嵌入具体生产与经营场景之中。

这一转译过程具有双重功能。一方面，政策资源经由平台传播获得更高社会关注度；另一方面，乡村主体通过参与计划获得制度背书与发展方向指引。媒介场域理论强调，资本的有效性依赖其在规则框架中的转化能力[10]，政策资本在平台机制中被重新编码为象征资本与市场机会，从而缩短政策体系与基层实践之间的距离。平台在此不仅是传播渠道，更成为政策资源流动的中介节点。

### 5.2. 地方产业与全国市场之间的渠道整合

地方农产品与特色产业长期受限于区域性流通网络，难以突破空间边界进入更广阔市场。生产端与消费端之间的隔离，构成乡村电商发展的典型结构洞。依托算法推荐系统与电商工具体系，抖音为地方产业提供跨区域传播与交易通道，使乡村产品在内容展示与直播带货中获得全国性曝光。

这种整合并非单纯流量叠加，而是在制度安排下形成持续连接。专题聚合与身份认证强化了地方产品的可信度，电商工具嵌入则完成从观看到购买的路径闭合。媒介场域与市场场域在此发生交叉，传播资本被直接转化为经济资本。结构洞被弥合的同时，生产者与消费者之间建立起稳定的互动关系，乡村电商子场域的网络密度因此得到提升。

### 5.3. 乡村创作者与主流传播体系之间的协作重组

在传统传播结构中，乡村个体往往处于边缘位置，其表达难以进入主流话语空间。即便在平台环境下，多数创作者仍面临流量竞争与资源不足问题。通过身份认证与联合传播机制，计划将乡村创作者与政务账号、媒体机构等主体纳入同一叙事单元，形成协作结构。这种协作并不完全依赖个体关系，而是在平台规则下实现制度化对接。

媒介场域内部的分层结构因此发生调整。象征资本与制度资本在共现结构中叠加，使乡村表达获得更高合法性与公共性。同时，弱关系网络被强化，不同层级主体之间形成更频繁互动。根据场域理论，结构变化将影响行动位置与资源流向[10]，协作重组不仅提升乡村创作者的可见性，也使平台在连接不同主体时占据核心中介地位。

整体来看，“乡村守护人”计划通过制度化安排对多重结构洞进行桥接，使政策、产业与传播体系之间的断裂得到阶段性缓解。这种桥接提升了资源流动效率，也强化了平台在乡村电商场域中的组织功能。与此同时，桥接权力集中于平台节点，结构洞的弥合过程亦可能伴随新的依赖关系生成，为后续资本重组与场域变迁奠定基础。

## 6. 资本重组与行动惯习的结构调整

结构洞的制度化弥合并未终结场域内部的竞争逻辑，相反，它为资本形态的重新组合提供了条件。

在媒介场域框架下，资本并非静态资源，而是在规则结构中不断转换与再分配的力量。当“乡村守护人”计划将多方主体纳入同一制度框架后，象征资本、流量资本与经济资本开始发生新的耦合关系，进而影响行动者的实践方式与位置结构。

### 6.1. 象征资本与制度资本的叠加效应

“乡村守护人”身份标识使部分乡村主体获得制度确认，其表达因此带有公共性与代表性意义。象征资本的获得意味着行动者在场域中拥有更高合法性[4]，而当这种合法性与政府部门、主流媒体等主体的制度资本叠加时，便形成新的权威结构。乡村创作者在共现与协作结构中不再只是个体叙事者，而成为“被认可的乡村代表”。

这种叠加效应改变了场域内部的可见性分布。部分主体因获得认证与背书而向核心位置移动，原有的边缘—中心结构出现松动。然而，资本叠加并非普遍发生，而是建立在平台筛选机制之上，体现出制度赋权与结构分层并存的特征。媒介场域的层级差异因此未被消解，而是在新的规则下被重新排列[12]。

### 6.2. 流量资本向经济资本的转化路径

在平台型乡村电商子场域中，流量本身具有高度可转化性。可见性资源一旦通过算法推荐与专题聚合被集中释放，便可能迅速转化为交易能力。相关研究指出，资本的有效性依赖其在媒介机制中的转换路径[11]，流量支持使乡村内容获得高曝光度，并借助电商工具完成销售闭环。

这一转化路径重塑了资本结构。原本分散于地方社会中的生产资本，在平台规则中被重新编码为可展示、可购买的商品形态；象征资本在直播与短视频场景中强化消费者信任，进一步推动交易完成。经济资本的生成不再单纯依赖传统渠道，而是通过传播机制实现。乡村电商因此呈现出“传播即交易”的结构特征，媒介场域与市场场域在平台空间内高度重叠。

### 6.3. 行动惯习的内化与结构张力

资本结构的变化逐步影响行动者的实践逻辑。布尔迪厄认为，惯习是在场域长期运作中内化形成的行动倾向[4]。当乡村主体持续参与项目并适应其规则时，其内容生产与经营方式会趋向平台逻辑，例如强化身份标识、围绕主题策划内容、重视转化效率与数据反馈。这种调整并非外在强制，而是在制度环境中逐渐形成的策略选择。

媒介化研究表明，社会行动必须经过媒介机制的转译方能获得更广泛效力[11]。乡村生产与生活经验在此被重新包装为适合平台传播的叙事形态，原生表达在保持在地特征的同时，也被纳入更具展示性与可消费性的框架。行动惯习的内化提升了乡村主体在平台中的适应能力，却也可能带来表达同质化与主题趋同问题。

因此，资本重组与惯习调整构成乡村电商子场域结构变迁的关键环节。制度化桥接不仅提升资源流动效率，也在更深层面改变行动者的实践方式。与此同时，平台在资本转换路径中的核心地位进一步巩固，使乡村电商的发展在更大程度上依赖平台规则与算法逻辑。

## 7. 平台化桥接的边界与结构性张力

通过前述分析可以看到，“乡村守护人”计划在制度层面整合了身份认证、流量配置与电商工具，将原本分散于不同位置的主体纳入同一运作框架，在一定程度上弥合了乡村电商子场域中的结构洞[8]。政策资源、地方产业与市场网络之间的断裂被阶段性连接，象征资本、流量资本与经济资本得以在平台规则中完成转化[10]。从媒介场域视角看，这一机制确实推动了乡村主体在场域中的位置上移，拓展了其行动空间。然而，结构洞的弥合并并不意味着结构性不平等的消失。桥接权力集中于平台节点，使资源流

动路径高度依赖平台规则。结构洞理论指出,处于中介位置的行动者往往因控制连接而获得更高层级优势[8]。在“乡村守护者”计划中,平台不仅承担连接功能,也通过认证标准与流量分配机制决定哪些主体能够被纳入核心网络。这种选择性连接意味着部分乡村个体仍处于外围位置,新的结构边界在更高层级被重新构建。

具体而言,从抽样分析的40个创作者账号及60条共创视频来看,平台的选择性连接呈现出清晰的资本偏好。在原生力量展示模式中,被纳入“乡村守护者”共创体系的“三农”博主多为已具备显著流量基础的账号,如“不山不山”(92.0万粉)、“大路回村记”(71.7万粉)、“欧家长姐”(83.7万粉)等,其本身已积累可观的象征资本与粉丝基础,而大量粉丝量在万人以下的中小创作者则难以获得与官方账号共创的机会。这意味着平台的“赋能”在实践层面首先体现为“筛选”——只有那些经过市场检验、内容风格契合平台调性的创作者,才有资格获得“乡村守护者”这一身份标签的制度加持。与此同时,资本叠加效应进一步强化了场域内部的头部集中趋势。在权威叙事模式与政策转化模式中,高频出现的共创者多为场域内的强势主体,如“农民日报”(1209.5万粉)、“新华社‘三农’”(69.6万粉)、“字节跳动公益”(88.5万粉)、“山货上头条”(127.8万粉)等,平台通过与其“强强联合”进一步放大这些头部主体的象征资本与可见性,而普通创作者与地方中小账号则更多处于被代表的边缘位置。这种以平台为核心、由头部创作者与官方机构主导的“中心圈层”,与大量中尾部创作者构成的“外围圈层”之间,正在形成新的层级分化。结构洞在部分主体之间被弥合的同时,一种新的依赖结构也在悄然生成:乡村创作者对平台的流量倾斜与认证背书形成路径依赖,地方产业对平台的电商入口与IP资源形成渠道依附,而平台则凭借其在中介位置的控制权,在赋能乡村的同时也巩固了自身作为资源“守门人”的权力地位。

媒介场域理论强调,场域内部的层级结构由资本分布决定[4][5]。当象征资本与制度资本通过认证机制叠加时,部分主体获得更强代表性,而未进入制度框架的表达则可能难以获得同等可见度。流量倾斜与专题聚合虽提升了示范性个体的曝光度,却也可能强化头部集中趋势,使资源进一步向少数主体聚拢。这种分化并非简单市场竞争结果,而是在制度设计中逐渐形成的结构效应。与此同时,资本转化路径的高度平台化,也在潜移默化中重塑乡村主体的实践逻辑。惯习是在场域规则中逐渐内化的行动倾向,当内容生产与交易能力日益依赖平台算法与工具系统时,乡村电商的发展便在更大程度上嵌入平台结构。媒介化研究指出,社会行动需要经过媒介机制转译方能获得效力[11],但这种转译同时意味着表达方式与生产逻辑向平台规范靠拢。原生乡村经验在被展示与转化的过程中,可能趋向主题化与标准化,形成相对稳定却也有限的表达范式。

因此,“乡村守护者”计划在推动乡村电商振兴的同时,也展现出平台化治理的双重特征。一方面,它通过制度化桥接提升了资源流动效率,重构了乡村电商子场域的关系结构;另一方面,它强化了平台在资本分配与连接路径中的核心地位,使乡村电商的发展更加依赖单一中介节点。结构洞被弥合的同时,新的依赖结构与层级秩序正在生成。如何在发挥平台组织能力的同时,避免过度集中与表达同质化,成为平台化乡村振兴实践中值得持续关注的问题。

算法的流量分配机制是形塑乡村电商场域结构的关键变量,其运作逻辑对乡村创作者而言仍是一个难以深入探测的“黑箱”。未来研究可进一步探究算法推荐机制对不同乡村叙事类型的隐性筛选,以及创作者如何通过“算法想象”调整内容策略,从而揭示算法权力在乡村电商场域中的微观运作。同时,乡村创作者在享受平台赋能的过程中所形成的平台依附关系值得进一步关注,通过对不同层级“乡村守护者”的深入研究,可以探究他们如何感知与应对流量依赖、劳动强度变化与创作自主性的让渡,理解其在平台化生存中的挣扎、协商与主体性重塑。此外,比较案例研究的引入有助于拓展研究的外部效度,可将抖音“乡村守护者”计划与快手“幸福乡村带头人”等同类项目进行比较,或选取不同地域乡村进行对比分析,探

讨平台类型、地方政策、产业基础等变量如何调节平台化桥接的效应与边界。与此同时,对“乡村守护人”计划进行长期效果追踪研究同样必要,通过历时性数据评估其对地方产业、农民收入和乡村社会结构的持续影响,有助于判断这种平台驱动的振兴模式是可持续的发展路径,还是阶段性的、依赖流量红利的“盆景式”繁荣,从而为数字时代的乡村振兴实践提供更具前瞻性的理论指引与政策参考。

## 参考文献

- [1] 袁宇阳. 短视频平台新农人助力乡村振兴的实践探索、现实困境与推进路径[J]. 电子政务, 2023(10): 71-83.
- [2] 曾凡忠. “短视频 + 直播”: 返乡青年参与乡村振兴的新模式[J]. 传媒, 2023(15): 65-66+68.
- [3] 陈瑜, 肖燕怜. 乡村短视频的多元主体共建研究[J]. 新闻世界, 2022(3): 46-49.
- [4] 丁莉. 媒介场域: 从概念到理论的建构[J]. 社科纵横, 2009, 24(8): 104-106.
- [5] 丁莉. 媒介场域: 社会中的一个特殊场域[J]. 青年记者, 2009(16): 65-66.
- [6] 陈世华, 黄盛泉. 分割社会: 互联网时代的媒介场域研究[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2015, 46(5): 111-115.
- [7] 周筱真. 短视频平台 UGC 模式对乡村振兴的赋能作用——以抖音“乡村守护人”计划为例[J]. 传媒, 2025(20): 51-53.
- [8] 陈婷婷. 结构洞: 关系的制胜点[J]. 三峡大学学报(人文社会科学版), 2007(S1): 31-32.
- [9] 陈莹秋. 流量破局: 平台经济下短视频内容营销策略[J]. 商洛学院学报, 2025, 39(5): 58-63.
- [10] 王学琛. 媒介场域理论: 媒介研究的新范式[J]. 传播与版权, 2017(10): 5-7.
- [11] 胡翼青, 王聪. 超越“框架”与“场域”: 媒介化社会的新闻生产研究[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2019(4): 138-144.
- [12] 胡怡凡. “抖音”短视频中的乡村叙事研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 陕西师范大学, 2021.