

电商技术嵌入下乡村情感传播的共同体建构研究

——以南街村景区官方号为例

李苏航*, 冯广圣

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年3月6日; 录用日期: 2026年3月19日; 发布日期: 2026年5月19日

摘要

面临乡村共同体转型危机, 如何重构具有凝聚力的乡村共同体成为现代乡村治理的核心议题之一。本文突破传统以利益要素为核心的治理范式, 从电商技术嵌入与情感传播的交叉融合视角出发, 以南街村景区官方抖音号为个案进行研究, 探讨数智时代新媒介技术如何参与治理共同体的重建。通过案例研究发现, 电商直播技术、短视频技术、互动功能技术通过营造仪式在场、浓缩集体符号和激活情感反馈, 系统性地组织了以红色怀旧、集体自豪和家园温情为主导的情感传播实践。该研究将情感传播作为乡村治理共同体的粘合剂, 为数智时代通过情感动员实现乡村治理共同体再造提供了新的启发和思考。

关键词

电商技术嵌入, 情感传播, 乡村共同体, 南街村

Research on Community Construction of Rural Emotional Communication Embedded in E-Commerce Technology

—A Case Study of the Official Account of Nanjie Village Scenic Area

Suhang Li*, Guangsheng Feng

Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: March 6, 2026; accepted: March 19, 2026; published: May 19, 2026

*通讯作者。

Abstract

Faced with the crisis of rural community transformation, how to reconstruct a cohesive rural community has become one of the core issues in modern rural governance. Breaking away from the traditional governance paradigm centered on interest factors, this paper adopts an integrated perspective of e-commerce technology embeddedness and emotional communication. Taking the official Douyin account of Nanjie Village Scenic Area as a case study, it explores how new media technologies in the digital intelligence era participate in the reconstruction of the governance community. The case study finds that e-commerce live streaming, short-video technologies and interactive functions systematically organize emotional communication practices dominated by red nostalgia, collective pride and hometown warmth by constructing ritual presence, condensing collective symbols and activating emotional feedback. This study regards emotional communication as the adhesive of the rural governance community, providing new insights and reflections for the reconstruction of rural governance communities through emotional mobilization in the digital intelligence era.

Keywords

E-Commerce Technology Embeddedness, Emotional Communication, Rural Community, Nanjie Village

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. 绪论

(一) 研究背景与核心问题

乡村共同体作为承载中国数千年农耕文化与社会结构的基本单元, 正经历着现代化、城镇化浪潮下的深刻变迁。传统基于地缘、血缘和共同文化记忆所形成的“机械式团结”共同体难以为继, 乡村社会面临着社会关系削弱、公共精神衰落与文化认同危机的普遍困境。在此背景下, 重建乡村共同体已从学术议题层面上升为国家治理层面亟待解决的现实课题。随着数字技术向乡村社会的深度渗透, 社交媒体平台已经演化为重塑社会关系、培育集体记忆与构建文化认同的关键场域, 其技术逻辑作为一种新型的嵌入性结构力量, 正深刻影响着乡村的交往方式和情感联结模式。

基于此, 本研究聚焦于以下问题: 拥有独特集体记忆符号的南街村, 电商技术以何种嵌入方式重塑了其情感传播模式? 这种被中介化的情感传播, 生成了何种情感认同价值符号? 上述过程如何具体催生一种新型的“情感共同体”? 这一探讨旨在为数智时代乡村共同体复兴提供新的理论视角。

(二) 研究方法与案例选择

为深入探讨技术嵌入、情感传播与共同体建构三者之间的复杂关系, 本研究采用质性研究取向下的个案研究法, 用于回答本文的核心问题, 即南街村如何通过具体的技术嵌入形式, 实现有效的情感传播, 从而参与乡村治理共同体的重建。案例选择上, 本研究以南街村景区官方抖音账号为核心分析对象, 其典型性在于南街村作为中国乡村集体主义的标志性样本, 其内生的红色文化、集体认同与家园温情为研究情感传播提供了范本, 此外, 其抖音官方账号在数字平台的活跃实践, 也使其成为观察技术嵌入如何作用于乡村共同体重构的重要窗口。

在具体研究方法上, 本研究主要通过网络民族志进行资料收集, 笔者通过持续地追踪与调查, 系统分析其在抖音平台上发布的视频图文及对应的互动数据。分析过程聚焦于技术形式、情感叙事和互动实践三个维度, 用以解读直播、短视频、大数据等电商技术如何策略性运用于视频内容的情感符号建构路径, 并考察用户评论区的情感反馈机制。

2. 理论与文献综述

(一) 技术嵌入: 从结构背景到建构力量的转变

嵌入性概念最早被学者卡尔·波兰尼(Karl Polanyi)用于描述经济主体的社会嵌入性对经济发展的影响, 并认为“市场嵌入社会是人类历史的本质和普遍逻辑”[1]。该理论指出组织或个人的任何行动都源于特殊的社会结构和关系之中。沃尔科夫则进一步提出技术嵌入这一概念, 主要强调技术如何嵌入组织之中并对组织产生影响[2], 这一概念为理解数智时代下直播、短视频、大数据等电商技术嵌入乡村社会并重构情感共同体提供了底层的分析视角。

现有研究指出, 在乡村治理场域中, 数字技术在提升治理效率、增强管理透明度等方面具有显著优势[3], 最终能够有效提升乡村治理效能。随着平台社会的崛起, 社交媒体平台的特定技术逻辑深度介入乡村发展成为新的研究热点。微信、抖音等新媒介技术嵌入乡村治理结构, 其不仅作为微治理的结构性力量参与乡村治理环节, 也为乡村治理增添了多元化主体[4], 技术力量作为一种结构性背景与赋能机制, 深刻影响了乡村共同体的情感表达与认同建构路径。

(二) 情感传播: 从个人情感到集体认同的纽带

哈布瓦赫认为, 记忆是身份认知的核心, 记忆能够识别自我认同[5], 在乡村社会中, 共享个体在地化的情感构成成员之间集体的记忆符号, 成为凝聚向心力、加强认同感、形成共同体的核心力量。在我国的具体语境下, 构建乡村情感治理共同体, 不仅有利于重构乡村社区的治理秩序和文化资本[6], 还有助于增进乡村集体之间的情感共鸣和地方认同。

业界有学者指出, 新型乡村共同体构建要关注基层社会主体的积极性、治理规则的包容性, 强调共同体是在情感、依恋、内心倾向等自然感情一致基础上形成联系密切的有机体[7], 这揭示出乡村共同体的建构要重视情感传播元素的实际运用。在自媒体情境中, 一些乡土影像遵循乡土记忆唤起、乡土特色互动、乡土情怀共鸣、乡土现代期待的逻辑完成情感传播的过程[8], 这条路径阐释了乡村电商短视频中特定情感内容的传播能够有效激发乡愁。本文语境下, 情感共同体并非单纯线上社群, 而是电商技术中介下线情感联结与线下乡村实体深度联动的复合型共同体。线上情感共鸣需依托线下乡村的文化基底、实体体验完成落地, 而线下社会资本转化仍会受到村民数字素养差异、线上线下场景割裂、情感认同向行动转化的动力不足等现实障碍制约。

3. 案例分析: 南街村景区官方号的情感传播实践

(一) 基础赋能: 技术嵌入的三种形式

(1) 电商直播技术营造“仪式在场”: 集体记忆的实时唤醒

哈布瓦赫是集体记忆理论的开创者, 他认为“集体记忆”是“一个特定社会群体之成员共享往事的过程和结果”, 随后美国社会学家保罗·康纳顿在《社会如何记忆》[9]中重提集体记忆, 他认为集体记忆是连续的, 并通过“纪念仪式”和“身体实践”来实施。随着媒介技术的发展, 直播、VR、AR等新媒体的广泛应用创新了媒介记忆的渠道, 也使得受众成为建构记忆的主体, 书写着民间受众的媒介记忆[10], 同样, 南街村的电商直播技术也塑造了村干部和民众之间新型的集体记忆体验方式。

根据南街村景区官方号过去的几场直播, 可以发现该账号的直播内容以凸显当地红色文化风土人情

和电商营销为主, 账号运营者在直播过程中多机位、多镜头展现出南街村文化园、东方红广场等在地化和独特性的乡土奇观, 利用“直播”这样一种仪式凝聚了群众的集体认同。直播评论中用户对于南街村景区的向往已经形成独具特色的“情感文本”, 参与者通过点赞和跟评完成情感能量的转化, 主播通过积极反馈评论互动加强情感累积, 共同塑造一方“直播”互动下的仪式化场域。

同样, 直播中的实时视觉叙事能够将抽象的政策理念转化为可感知的集体符号, 在南街村景区官方号的电商直播中, 镜头通过实时回应群众关切, 展现当地“做好人、做好事、做好产品”的企业文化理念和标准化餐饮分配, 将集体主义制度融合进具象化的感官体验中, 从而促进当地旅游事业和餐饮营销的发展。一些乡村地区在“评论区”“弹幕”中与网友实时互动, 形成了“习俗-价值观-民族情感”的话语体系, 凝聚了集体共识[11], 这样一种电商直播技术能够深度嵌入乡村共同体的构建之中, 以凝聚仪式性消费, 转化可变现资本。

(2) 短视频技术实现“符号浓缩”: 乡土生活的视觉叙事

截止至 2025 年 12 月 1 日, 南街村景区官方号在抖音短视频平台共发布 325 条作品, 涵盖诸多符号类型。这些符号作为直观的集体记忆载体, 起着场景“唤起”与情感“激发”的作用。短视频场域里多个符号共同构建了乡土生活景观, 通过符号“嫁接”记忆[12], 将个体层面的乡愁情感凝结为对集体主义传统气息的怀旧与认同。

在具体的视觉叙事实践中, 账号运营者深谙短视频平台和电商营销的传播逻辑与内容架构。南街村景区官方号的作品可以提炼为八大合集, 这些合集将南街村的独特性和集体性用视觉化的符号语言进行直观呈现。这种视觉叙事策略的成功, 还体现其对平台算法逻辑的掌控。账号运营者通过使用#怀旧情怀、#乡村旅游景点等标签, 使乡土生活的内容精准触达对这些符号具有情感共鸣的用户群体, 这种基于算法推荐实现的情感分众传播, 与算法分发系统塑造平台内容流通网络, 使相关用户产生愉悦的情感体验和持续的消费需求不谋而合[13]。

(3) 互动功能促进“情感反馈”: 共同体的持续化维系

南街村景区官方号对平台互动功能的深层次运用, 构建了一个持续运转的情感反馈循环系统, 使得乡村情感共同体的维系从偶发的内容消费转变为常态的社交实践行为。这种规范化的互动管理, 能够通过情感策略和消费结构回应群众差异化的需求, 利用感性视角观察其背后的情感因素[14], 最终塑造符合乡村共同体价值的情感表达秩序。

马克思·韦伯将社会行动取向界定为价值理性、工具理性、情感以及传统, 并认为如果社会是基于主观情感而发生行动, 这种社会关系即可被视为共同体[15], 因此共同体面向的是共同情感和共同行动。更为深层的是, 平台互动机制与南街村的集体主义文化形成了结构性共鸣, 该账号巧妙将 UGC 的生产逻辑转化为集体主义的动员技术, 当用户通过定位南街村景区, 分享个人故事和照片参与相关话题时, 他们不仅在完成一次个体化的内容生产, 更是一种“数字化集体情感劳动”的践行。南街村景区官方号通过系统性的互动管理, 使得每一次点赞, 每一条评论都成为情感共同体持续再生产的微观实践, 从而实现线上线下社会联结的有机统一。

(二) 核心提炼: 主导情感类型与符号建构

(1) 红色情感的仪式化传播

南街村景区官方号的情感传播实践, 核心在于对乡村历史的“红色情感”进行系统性、仪式化的编码与传播。账号内容中, 象征“红色情感”的标志性建筑穿插在短视频叙事中, 这样一种视觉编排设计强调了一种“新媒体技术赋能下的象征性诠释”, 它发挥出短视频中符号象征作为文化意义创造和再生产的工具特性[16], 借助技术手段和互动性赋予符号新的活力, 使得观众在几秒内沉浸于一个被“红色情感”所定义的符号环境之中。

这种仪式化传播的关键在于对“庄严场域与神圣时空”的媒介化生产, 账号尤为关注对于特定仪式时刻的直播, 如一条以“研学正当时”为题的短视频中, 画面记录莘莘学子前往南街村深度研学的成长旅程, 结合配乐和留言形成了一个“媒介仪式”场域。平台技术创造了虚拟的“共同在场”, 物理空间的研学仪式被转化为媒介事件, 而用户的点赞和评论则构成了数字空间中的仪式化参与。经由数字平台的外在赋权后, 这种具有仪式特征的社会活动升级转型为兼具“作为传播现象的仪式”和“作为仪式现象的传播”两种意涵的媒介仪式[17], 使得用户的理解与仪式传达的意义正向耦合, 持续唤醒并强化着受众基于历史记忆的归属情感与身份认同。

(2) 集体情感的日常化叙事

南街村景区官方号对集体情感的日常化叙事避开了较为传统的生硬说教, 而是聚焦于将集体主义以一种宏大的政策理念, 转化为可触摸、可体验的“生活质感”, 将镜头深入电商营销与共同富裕的肌理中, 从而激发集体自豪感与经济发展。在南街村短视频的传播过程中, 集体主义情感内容的创造与改编形成了一个动态的生活系统, 其所创造的虚拟情境能加深用户对集体主义情感的认知投入[18], 成功将集体情感锚定在“安全感”、“获得感”与“幸福感”等普世情愫上, 从而引发广泛的情感共鸣。

同时, 账号着力刻画出“集体分配”下的关爱美学, 在这种蕴含多种符号的日常景观中, 集体情感拥有包括游客和居民、官方和民间等多元性主体, 共享日常景观的主体在时空的“湍流”中能够在与南街村集体生活的互动中唤醒集体记忆[19]。通过这种日常化的叙事, 集体情感摆脱了意识形态的沉重外壳, 变得更加亲切和自然, 完成了从政治认同到生活认同的关键转化。

(3) 本土情感的审美化表达

除红色情感和集体情感之外, 南街村景区官方号还构建出了一套关于“本真性乡愁”的审美化表达体系, 旨在唤起一种基于地缘与自然的情感连接。这一维度超越了单纯的政治经济叙事, 为共同体情感的维系增添了文化厚度与诗意色彩。账号中有大量展现乡村自然景观、教育居民园区、传统技艺与民俗活动的内容, 其拍摄手法和剪辑风格明显偏向于和谐、舒缓、悠然的“花草田园”式审美。这种审美化表达的核心策略是将在地化符号进行浪漫式的提炼, 这种具有展演性的乡愁与自然叙事重构了新媒介空间, 实现了对“符号”“地方”“身份”的认知与重构[20], 激发了受众对本真性乡村自然美景的怀想与情感依恋。

南街村的独特性还在于将普遍性的乡愁与其集体主义模式进行了创造性嫁接。本土的自然之美与集体的人文秩序和谐相处, 共同指向一个“既传统又现代、既诗意又高产”的理想乡村图景, 并构建了一种“生态共同体”的想象。在这里, 以生态多样性描绘乡村美景, 展现生态治理成效能够为用户持续带来新奇体验[21], 这种审美化表达, 不仅吸引了外部游客对乡村田园的向往, 更深层强化了内部成员对“我们这个独特家园”的自豪与眷恋, 使本土情感成为维系乡村共同体的坚韧纽带。

(三) 目标建构: 从线上情感到共同体认同的转化

(1) 电商直播: 集体记忆的仪式凝聚

南街村景区官方号的电商直播, 超越了单纯的内容展示功能, 演变成为一种以技术作为中介的凝聚仪式, 以实现集体记忆的情感唤醒和农产品营销份额的扩张。过去账号直播的技术特性精准再造了一种互动仪式链, 并包含身体在场、局外人设定、共同关注的焦点、共同的情绪和情感体验等四个基本要素[22], 在直播仪式中, 用户通过发送评论、表情符号等简单的互动动作, 主动参与这场仪式的数字营销展演, 完成了从“观看者”到“参与者”的身份转换。

这种充满仪式感的直播盛宴, 其深层社会功能在于对集体记忆和特色农产品的情感激活与结构化再生产。电商直播中展现的独具特色的农业元素, 正是一种源于集体主义历史与现代乡村富裕生活的融合框架, 它使得“农产品营销”与“集体光荣”的联结, 不再是一种静态的口号, 而是转变为一种全体成员

共同见证的“鲜活传统”。但集体记忆的转化对于一些数字素养较为低下的群众而言具有一定的障碍,因此在利用数字技术强化情感凝聚的过程中必须做到差异化、普适化和个性化。

(2) 文本:“以我为主”的边界维护

对内而言,评论区大量充斥着“我们南街村”“我们当地特色农产品”“俺们村”等亲密排他性的发言,用户主动分享个体化的记忆片段和独具特色的农产品,借助电商直播的营销模式进行传播,这些微观叙事将个体的经营转化为可感知的整体村落发展,在相互呼应中完成了内部成员的身份确认与情感联结。

而对于外部的好奇与质疑,评论区则展现出一种兼具防御性和教育性的边界维护机制。当出现关于“南街村没有改革开放能发展起来”“农产品质量好不好”等外部视角的质疑时,除了官方账号的回应与解答,大量本土居民也会针对不当言论基于在地经验进行反击。但长此以往会造成外部群众对南街村线上线下场景认识的割裂,因此本土居民在日常的话语实践当中,必须要坚持真实性、准确性和先进性。

(3) 短视频:情感互动的能量积累

南街村景区官方号发布的单个短视频,作为离散的情感载体,真正力量在于其引发的互动行为和营销模式所构成的情感能量循环系统,每一次点赞,评论和分享,都是用户一次微小但确切的“情感与经营投资”,而平台的算法逻辑作为一个能量放大器,将这些分散的投资汇聚、展示并推荐,最终形成集体认同的可见性证据与强化型回路。经过短视频这样一种媒介可见性,许多被隐藏的微小符号有了被看见的可能^[23],这些公开累积的正面反馈构成了对共同体价值的认同和联结,为后续观看者提供了强大的心理共鸣与社会认同。

这种基于短视频互动的情感能量积累,遵循着一套自我强化的循环模式。首先南街村独特的内容本身唤起用户初始的情感共鸣,接着用户通过点赞、评论、转发等低门槛的互动行为释放情感信号,这些行为被平台记录并量化为可传播的热量,然后算法推荐机制识别并推广高热度内容,以吸引更多潜在认同者,最后更大规模的互动再次发生,并使得早期参与者在看到自身贡献的热量时获得“有效参与”的正向反馈,从而强化其自身情感的归属与认同感。但值得一提的是,短视频将线上情感认同向线下行动转化的动力有限,南街村官方仍需重视本土内核逻辑的传播和输出,增强自身的竞争力和外界的认同感。

4. 结论与讨论

本研究通过“电商技术嵌入-情感传播-共同体建构”的逻辑框架,以南街村景区官方号为个案,揭示了数智时代乡村治理共同体的重塑路径。研究发现,电商直播的仪式性嵌入、短视频的符号化浓缩与互动功能的情感性激活,结构性重塑了乡村情感传播实践,通过红色怀旧、集体自豪与本土温情的复合情感传播,催生出线上线下联动的乡村情感共同体,也为线上情感联结向线下社会资本转化提供了可能,如线上情感认同带动线下旅游消费、实地体验,实现情感联结到实体参与的转化。但这一转化仍面临村民之间数字素养差异、线上情感认同向线下行动转化动力不足、线上线下场景割裂等现实障碍。

需明确指出南街村案例具有其典型的特殊性,其成功依托于独特的红色符号资本、深厚的集体主义文化基底与政府层面的政策和资源支持,这些前提条件使南街村能快速激活集体情感、凝聚认同。因此本研究结论的适用范围应限定于拥有独特文化符号资本、红色旅游资源的“符号型村庄”或红色旅游地,如兼具红色记忆与集体主义符号的山西大寨村,这类乡村与普通乡村相比,具备可被媒介化的独特情感符号与集体记忆,更易通过电商技术实现情感传播与共同体建构。而普通乡村缺乏专属符号资本与集体认同基础,难以直接复制该路径,需结合自身乡土特质探索适配的情感传播与共同体建构方式。

基金项目

江苏省高校哲学社会科学研究重大项目: 媒介可供性视角下返乡青年“城乡两栖”适应路径研究(2024SJZD143)。

参考文献

- [1] 卡尔·波兰尼. 大转型: 我们时代的政治与经济崛起[M]. 冯刚, 等, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2007: 26.
- [2] Volkoff, O., Strong, D.M. and Elmes, M.B. (2007) Technological Embeddedness and Organizational Change. *Organization Science*, 18, 832-848. <https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0288>
- [3] 王梦凡, 陈新华. 数字经济赋能乡村振兴的逻辑机理与实践路径[J]. 时代经贸, 2025, 22(12): 187-189.
- [4] 周孟杰, 刘子璠, 燕道成. 返乡青年参与农村基层微治理的短视频实践研究[J]. 中国青年研究, 2024(10): 49-57+11.
- [5] 哈布瓦赫. 论集体记忆[M]. 毕然, 郭金华, 译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 10.
- [6] 李全利, 郑李. 情感共生: 乡村社区情感治理共同体的实践逻辑[J]. 学习与实践, 2025(7): 117-128.
- [7] 朱浩. 情感治理的场景实践与新型乡村共同体的构建——基于 S 市农村睦邻场景的类型化分析[J]. 探索, 2024(3): 77-94.
- [8] 刘韬, 郑海昊. 自媒体情境下乡土影像的情感传播与身份认同[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2023(3): 149-157.
- [9] 保罗·康纳顿. 社会如何记忆[M]. 纳日碧力戈, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000.
- [10] 李依霖. 新媒体语境下央视春晚的受众媒介记忆建构研究[D]: [硕士学位论文]. 烟台: 烟台大学, 2023.
- [11] 宁德鹏, 谢思琪. 乡村振兴背景下“短视频+直播”助力乡村文化振兴的路径分析[J]. 贵州社会科学, 2025(6): 145-152.
- [12] 王豫阳, 谢素军. 短视频对青年乡土记忆的建构路径[J]. 中国青年研究, 2023(9): 42-50.
- [13] 别君华, 曾钰婷. 算法想象的平台参与及情感网络——基于“小红书”的用户分析[J]. 中国青年研究, 2024(2): 15-23.
- [14] 韩宁, 任维德. 民族互嵌式社区“包容-情感”耦合互动的治理逻辑与行动框架——基于 H 市一个民族互嵌式社区案例[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2025, 47(2): 84-92.
- [15] 马克思·韦伯. 经济与社会(第一卷) [M]. 阎克文, 译. 上海: 上海人民出版社, 2009.
- [16] 潘丽文. 短视频中的文化记忆建构: 符号象征、叙事策略与主体互动[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2024, 41(5): 141-150.
- [17] 毛嘉琪, 张新. 媒介仪式: 数字时代铸牢中华民族共同体意识具象化的载体和场域[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 44(10): 21-29.
- [18] 邱月. 具身性·生成性·情境性: 短视频传播中的具身认知特征及问题[J]. 内蒙古社会科学, 2025, 46(3): 199-206.
- [19] 何银春, 施晓莉, 曾斌丹, 王金伟. 旅游情境下传统节庆的集体记忆与地方认同建构——基于“原真性”视角[J]. 旅游科学, 2024, 38(9): 20-36.
- [20] 胡嘉欣, 邓天白. 基于媒介化互型的数字乡愁媒介实践及其文化治理路径[J]. 三明学院学报, 2025, 42(4): 31-39.
- [21] 曾祥敏, 杨丽萍. 话语建构与融合传播: 生态文明的中国表达[J]. 中国电视, 2024(10): 5-12.
- [22] 柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君, 等, 译. 北京: 商务印书馆, 2009.
- [23] 邓元兵, 段智慧. 可见的赛博城市: 海外短视频平台中重庆城市空间的呈现与遮蔽[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2025, 47(7): 128-138.