

从体验到应验的跨越：文旅融合视域下的乡村综艺节目研究

曹文婷

重庆邮电大学传媒艺术学院，重庆

收稿日期：2025年10月14日；录用日期：2025年11月6日；发布日期：2025年11月14日

摘要

乡村综艺多以乡村自然与人文资源为基底，聚焦田园风光、民俗文化等场景，通过镜头语言构建“可看、可感”的乡村生活图谱，而在文旅融合与乡村振兴协同发展的时代语境下，节目制作逻辑从“展示乡村”升级为“运营乡村”，通过提炼地域文化符号打造IP，将乡村场景转化为可参与的旅游产品，乡村综艺也完成了从“体验呈现”到“价值应验”的关键跨越，达成“以文促旅、以旅兴农”的互哺共生。

关键词

乡村题材，乡村振兴，文旅融合

From Experience to Validation: Rural Variety Shows in Cultural-Tourism Integration View

Wenting Cao

School of Media and Art, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing

Received: October 14, 2025; accepted: November 6, 2025; published: November 14, 2025

Abstract

Rural variety shows are mostly based on rural natural and humanistic resources, focusing on scenes such as idyllic scenery and folk culture, and constructing a “visible and perceptible” map of rural life through lens language. In the context of the coordinated development of the integration of culture and tourism and rural revitalization, the program production logic has upgraded from “displaying the countryside” to “operating the countryside”. By extracting regional cultural symbols to create IPs and transforming rural scenes into participatory tourism products, rural variety shows

have also achieved a key leap from “experience presentation” to “value validation”, realizing the mutually beneficial coexistence of “promoting tourism through culture and boosting agriculture through tourism”.

Keywords

Rural Themes, Rural Revitalization, Integration of Culture and Tourism

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

随着影视媒介与地域文化的深度交融，乡村类影视作品凭借其独特的场景叙事与在地化表达，成为当下文化传播与产业赋能的新焦点，这类作品将创作视角聚焦于乡村，在乡村实地取景，与当地文化旅游资源紧密结合，借助影视媒介的传播优势，为乡村经济发展注入活力，不仅提升了乡村的知名度和美誉度，还在传承和弘扬乡村优秀传统文化方面发挥着重要作用，既拉动了乡村文旅产业的市场消费规模，也提升了作品的收视率与口碑。

2. 文旅协同：文化展演与传承拓新

以前的乡村综艺节目更多将乡村作为娱乐叙事的“背景板”，这类节目所呈现出的乡村空间，是经过改造、重组之后具有“异质性”的媒介化空间，乡村被化作一个遥远的、抽象的符号，并不具有表征性[1]。新媒体时代到来后，乡村综艺节目融合了乡村文化与现代娱乐元素，为乡村文化的传承与发展开拓了新的途径，节目中呈现的田园生活场景、特色民俗活动，激发了观众对乡村的向往，许多节目拍摄地借此契机，深度挖掘本地文旅资源，将节目 IP 与乡村旅游有机结合，打造出“打卡式”文旅新热点，实现了文化传承与经济的双赢。

2.1. 乡村文化宝藏的全方位呈现

费孝通先生在其著作《乡土中国》中指出：“中国社会是乡土性的。”[2]中国作为农业生产大国，其发展离不开土地，中国人民也不能脱离土地。乡村综艺节目的兴起，让那些曾经被忽略的乡村角落再度进入大众视野，节目制作方一般会用心挑选有地域特色以及文化代表性的乡村作为拍摄地点，依靠节目组成员与当地村民之间多方面的互动，全面呈现乡村居民的日常生活画面以及世代传承的传统习俗，引发观众对乡村文化的关注与思考。

在这样的时代背景下，以乡土文化传播为核心的乡村文旅综艺《种地吧》借助多方面的创新实践，构建起农耕文明沉浸式的展演空间。制作方选取杭州三墩镇有广袤农田资源又有典型江南风貌的村落作为拍摄地，搭建起包含 200 亩耕地、标准化农业设施以及完整生活场景的立体化摄制空间，为全景式呈现现代农业实践与当代乡村图景奠定物质基础，节目采用了“沉浸式”的拍摄模式，完整记录了十位青年艺人 190 天完整的农事周期，解构了都市青年对农耕劳作“田园牧歌”的浪漫化想象，还以具身认知方式填补了数字原住民在农业生产经验层面的结构性缺失。乡村综艺作为承载乡土记忆的媒介文本，正如阿莱达·阿斯曼(aleidaassmann)对“文本”的定义所言，是“建立在”回忆、流传和再接受“基础之上的语言表达”。乡村综艺也正是在传统与时代的双重话语下为我们建构起关于乡村的记忆[3]。

2.2. 以文化为魂的旅游体验塑造

乡村空间是中华文明的重要空间载体。从文化延续角度看,乡村文化的影响力和影响范围远远超出乡村空间本身[4]。近些年来,随着文化旅游产业的发展以及观众审美需求发生转变,越来越多以文旅题材为主的综艺节目将镜头对准农村生活,给予观众全新的感受。

《民宿里的中国》就是以乡村文化为内核打造的典型例子,该节目把拍摄地点确定为分布在全国各地乡村的特色民宿,这些民宿大多位于有深厚历史文化底蕴或者独特自然风光的乡村地区,依靠镜头语言,观众可欣赏精美的民宿建筑外观,还可以深入了解其背后所承载的乡村文化内涵。在嘉宾与游客于民宿的生活体验环节里,节目安排了采摘茶叶、制作传统糕点等农事活动体验,嘉宾可亲身感受乡村生活的节奏与韵味。

这种以文化为驱动的旅游体验塑造模式,丰富了乡村文旅综艺节目的文化内涵,也对乡村旅游产业发展起到了积极的促进作用,推动乡村旅游从传统的观光型向深度文化体验型转变,实现乡村文化与旅游产业的深度融合与可持续发展,为乡村振兴战略的实施提供了文化与经济协同发展的新途径。

3. “体验”视角:情景锚定与情感谐振

在乡村文旅类综艺节目里,达成观众从视觉符号感知向情感价值内化的层级提升,是节目传播效能达至最大化的核心逻辑所在,情感纽带的构建充当着连接文本生产与受众接受的关键中介变量角色,借由影像文本的具象化呈现,促使受众达成从“他者凝视”的被动观察者转变为“自我代入”的主动参与者,此过程推动了乡村文化符号的现代性转译,还帮助了其在情感层面的社会化再生产,最终达成乡村文化价值的创造性转化与创新性发展。

3.1. 乡村特色主题的精准抉择

党的十九大报告首次提出实施乡村振兴战略,强调坚持农业农村优先发展,加快推进农业农村现代化[5]。在此背景下,乡村题材综艺通过具象化呈现农耕文明与现代乡建实践,构建起青年群体认知乡土中国的文化路径。通过展现真实乡村生活的细节和挑战,年轻观众得以近距离接触和理解我国悠久的农耕文明和乡村文化,唤醒了其对乡村与国家的深厚情感联系和身份认同[6]。

乡村形象属于复合型文化符号系统,它包含了自然地理景观、生产生活方式、生态价值体系以及传统文化等多个层面,乡村文旅综艺节目借助影像化叙事方式,顺应不同地区独特的自然景观以及乡村风俗,把地域性自然景观与民俗文化资源进行创造性的转变,形成有传播效果的文化产品,切实推动了乡村文化传播以及区域经济协同发展。

以纪实类农业综艺《种地吧》为例,该节目突破了传统综艺的娱乐化模式,运用沉浸式拍摄手法记录十位青年艺人在浙江杭州乡村的190天完整农事周期,在这190天里,十位青年参与了从播种、灌溉、施肥一直到收割的整个过程,这种对农业生产的重点关注,填补了综艺市场在农业生产领域的内容空白,还为观众搭建了认知现代农业的媒介桥梁。《向往的生活》采用了差异化定位策略,每一季都挑选有地域代表性的乡村作为拍摄地点,在这些乡村中,嘉宾们参与农事活动,感受乡村生活的质朴与宁静,节目借助接待不同的访客,呈现乡村人际交往的温暖与和谐,营造出一种充满诗意的田园生活氛围。

3.2. 节目中情感纽带的巧妙编织

德国学者扬·阿斯曼认为,物是承载记忆的有效媒介,是通往回忆的有效路径,这种路径不仅可以从书籍、博物馆、建筑等实物中去实现,也可以从节日民俗、口头祖训等非实物中去呈现[7]。

在现代都市人普遍焦虑和快节奏生活的背景下,乡村综艺题材的节目通过塑造“异托邦”式的乡村

怀旧空间引发情感共鸣，容纳现代人的精神寄托[8]，在节目里，文化符号所打造的回忆空间是呈现情感的关键途径，节目制作者把乡村风光、旅游资源等元素当作传播与审美建构的对象来开展影视实践，在综艺《种地吧》中，农舍、仓库等乡村建筑并非单纯的建筑物，而是别具一格的乡村生活文化符号，蕴含着乡村的生活气息与文化内涵。就以农舍来说，其质朴的外观留存着乡村的原始韵味，传统的建筑结构是对乡村历史与建造智慧的传承，再配上周围广袤的田园风光，共同营造出宁静、祥和且极具归属感的乡村居住环境，节目在镜头语言运用方面十分细腻，详细展示了农舍内部的布置，比如屋内摆放的简单实用的家具，它们没有过多华丽装饰，却处处彰显着乡村居民对生活的务实态度，以及张贴在墙上的农事日历，这一小小的物件记录着农时，是乡村生活节奏的直观呈现，全面地勾勒出乡村生活最真实的模样。

4. “应验”回响：多元印证与双向共鸣

美国学者派恩与吉尔摩合著的《体验经济》一书中指出，未来的经营者必须利用消费对于体验的渴求，将原本不需要消费者参与的生产或服务过程，按照体验付费的模式卖给消费者，未来的消费将从个体产品或服务的购买转变为以体验时间为单位的体验时段购买。他们还在书中指出了丰富的体验包含四种感受范围：娱乐性、教育性、逃避性、审美性[9]。“应验”则是乡村综艺在体验经济下形成的一种独特模式，是指以消费群体的体验诉求为核心，联动政府、制作团队、明星嘉宾以及观众等，使其大众消费欲望在内容生产以及传播过程中得到满足，同时融合乡村振兴、乡村生活、文化、产业等主题，最终实现内容价值、社会价值与产业价值落地的互动形态。

4.1. 多元参与主体间的协调与互动

拉斯韦尔在1948年发表的《传播在社会中的结构与功能》一文中将传播的基本社会功能概括为三个方面，其中之一是社会协调功能。而媒体作为传播主体，能够发挥资源链接者的作用，联络、沟通和协调社会关系，调动各方资源，促进多方合作[10]。

以《向往的生活》为例，节目组建立政府、明星嘉宾、村民等多元主体的合作机制，形成了紧密协作的生态闭环。政府在其中扮演着协调者与规划者的角色。为保障节目顺利拍摄，当地部门积极统筹土地、交通等资源，提供政策支持；同时将乡村文旅发展规划融入节目内容，借助其广泛传播力，将拍摄地打造成热门旅游目的地，实现文化资源向经济价值的转化。制作团队则是内容创作的核心。从前期调研开始，团队便深入乡村挖掘真实生活元素，将田园风光、农耕劳作与娱乐化表达相结合。拍摄时，通过专业镜头捕捉乡村的自然之美与生活烟火气；后期制作中，以巧妙的剪辑和叙事设计，让乡村生活兼具观赏性与感染力，吸引观众关注。当地村民既是乡村文化的承载者，也是节目内容的重要参与者。他们向嘉宾传授农事技巧、展示传统美食制作，还原真实的乡村生活图景；同时深度参与文旅产业开发，通过经营民宿、售卖农产品增加收入，也由此增强了对本土文化的认同感，自发加入乡村文化保护与传承。明星嘉宾凭借自身影响力带动拍摄地的旅游热潮，观众作为内容消费终端，通过社交媒体分享感受、提出建议，促使制作团队优化节目内容；许多观众受节目吸引前往乡村旅游，进一步推动餐饮、住宿等产业发展，形成节目与乡村文旅相互促进的良性循环，让乡村综艺节目不仅成为文化传播的载体，更转化为推动乡村振兴的实际力量。

4.2. 实地体验活动的开展与反馈

当前，旅游消费正从观光游向体验游、深度游转变，乡村综艺节目通过深入挖掘乡村的文化内涵和旅游资源，为游客提供了更加丰富、多元的旅游体验[11]，不少综艺节目推出实地体验活动，这一活动对促进观众积极参与、强化乡村文化传播效果以及推动乡村文旅产业发展意义重大，它能打破屏幕媒介的

限制,架起一座从虚拟节目通往现实乡村场景的桥梁,让观众真切地融入乡村生活,深入感受乡村文化,形成多维度且深层次的互动与反馈机制。

《向往的生活》凭借其营造的闲适乡村慢生活情境,推出了“向往的民宿”实地体验项目,为乡村旅游进一步迈向体验层次提供了发展新范式,带动了当地村民的收入来源和就业机会。例如作为《向往的生活》第六季“大海篇”拍摄地的沙鱼塘村,位于海南省昌江黎族自治县海尾镇南部,距离海尾镇政府所在地 10 km [12]。在节目播出后,沙鱼塘村的旅游关注度和热度直线上升,短视频相关曝光累计 6 亿次,累计互动量超 600 万次,吸引了众多岛外游客前来旅游。游客明显增多,日均打卡 200 人次。2023 年春节期间,日接待游客量突破千人[13]。

农村题材综艺节目通过其广泛的受众基础和影响力,将节目的知名度与影响力转化为推动地方旅游发展的实际资源。节目内容中对乡村美景、特色文化、生态农业的展示,有效激发了大众对农村旅游的兴趣与向往,为培育新型旅游业态、促进地方经济可持续发展提供了有力支撑[14]。

5. 结语

在乡村综艺发展的早期阶段,乡村多作为一个背景要素存在,随着时代发展,在乡村振兴的政策导向下,乡村综艺成为联结乡村文化与文旅产业的媒介纽带,基于阿莱达·阿斯曼的文本理论视角,乡村综艺作为承载乡村土地记忆的重要媒介载体,能够通过具象化的影像表达实现对乡土记忆的传承与传播,构建起对乡土中国的认知文化路径,为乡土文化的代际传递奠定基础。在面对现代都市普遍的存在生存焦虑与快节奏生活困境,乡村综艺能够以“异托邦”式乡村怀旧空间为核心叙事支点,精准激发受众情感共鸣,有效承载大众的精神寄托,此外,依托拉斯韦尔传播理论中的社会协调功能,乡村综艺能够充分发挥媒介的资源链接与整合作用,推动政府、制作团队、当地村民等主体形成协同联动的发展格局,将自身媒介影响力转化为乡村旅游发展的实体动力,为旅游消费从观光型向体验型、深度型转型提供可持续的重要支撑,只有将乡村置于“媒介化生存”的多维场景中,通过内容创新、技术赋能与产业联动的协同推进,才能真正激活乡村文化的内生动力,实现从“文化展示”到“价值共创”的转变。同时本研究仍存在一定局限,具体表现在其所选取的数据未能覆盖不同地区,结论普适性有待验证;另一方面,对“应验”效果的演化也未能长期追踪。在数字化时代下,数字原住民对于乡村仍怀着美好的向往,相较于传统的地域羁绊,当下人们对乡愁的想象被乡村综艺等媒介重构,这种媒介化的乡愁想象如何影响其乡村文化认同,仍然是当代的一个重大课题。

参考文献

- [1] 王玉玮, 杨杉. 文旅题材综艺: 现代乡村空间的视听表征及价值重塑[J]. 中国电视, 2024(10): 51-57.
- [2] 费孝通. 乡土中国[M]. 长沙: 湖南人民出版社, 2025.
- [3] 卢修龙. 纪实化转向与时代话语表达: 基于乡村综艺的考察[J]. 传媒, 2025(11): 91-93.
- [4] 裴永忠. 乡村题材综艺节目的价值表达与传播实践[J]. 当代电视, 2025(5): 109-112.
- [5] 王艺璇. 乡村题材综艺节目的内容创作与价值内涵探究[J]. 新闻研究导刊, 2024(12): 132-135.
- [6] 张淦, 俞虹. 惯习拟合、日常生成与时空重构: 乡村题材综艺与 Z 世代青年的国家认同构建[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2025, 47(4): 99-108.
- [7] [德]扬·阿斯曼. 文化记忆: 早期高级文化中的文字、回忆和政治身份[M]. 金寿福, 黄晓晨, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015: 89.
- [8] 陈世华, 汤黎. 融媒体时代乡村题材综艺节目的叙事策略及其优化[J]. 新闻爱好者, 2025(3): 49-52.
- [9] 雷小红, 邵婧, 杨扬. 体验经济视角下文旅场景构建赋能乡村振兴研究——以浙江省丽水市莲都区古堰画乡为例[J]. 大众文艺, 2024(20): 218-222.

-
- [10] 许雅琴, 刘艳. 综艺节目助力乡村振兴的路径探索——以《云上的小店》为例[J]. 视听, 2024(5): 107-110.
- [11] 宋昊泽, 王一名, 李鑫宇. 文旅融合背景下乡村综艺节目的内容创新与价值重塑[J]. 国际公关, 2025(1): 140-142.
- [12] 梁振文. 昌江沙渔塘社区: 昔日渔村脏又乱如今“圆梦”奔小康[EB/OL].
http://hainan.china.com.cn/2020-10/14/content_41324699.html, 2020-10-14.
- [13] 石绿. 昌江沙渔塘社区凭借综艺节目“出圈”[EB/OL].
http://hnrh.hinews.cn/html/2023-01/27/content_58464_15739339.htm, 2023-01-27.
- [14] 李政华. 乡村振兴背景下“三农”题材综艺节目的形式创新[J]. 当代电视, 2025(7): 92-97.