Journalism and Communications 新闻传播科学, 2026, 14(11), 19-29
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/jc
https://doi.org/10.12677/jc.2026.1411282

Hans汉斯

数字时代乡村叙事中的“新乡人”传播实践与主体性协商

——以“酉田花开”民宿为例

周雪怡

同济大学艺术与传媒学院，上海

收稿日期：2026年9月29日；录用日期：2026年10月28日；发布日期：2026年11月9日

摘　要

数字媒介已经深度嵌入乡村社会，这使得乡村叙事的生产主体和传播方式发生了不小变化。乡村不再只是一个被动等待呈现的地理空间，而是慢慢成为被书写、展示、传播和体验的对象本身。“新乡人”作为进入乡村的外来建设者、经营者和传播者，一边参与乡村形象的塑造，一边也在自己的传播实践中不断调整着自身的主体位置。本文选取浙江省松阳县酉田村“酉田花开”民宿作为案例，借助深度访谈和参与式观察，考察了数字时代乡村叙事里“新乡人”的传播实践，以及他们在这个过程中如何进行主体性协商。研究发现，“新乡人”把民宿空间改造、文化活动策划、新媒体传播和游客互动综合起来，将乡村生活空间转化成一个既有审美价值又便于传播的叙事空间。与此同时，他们也在“外来者”“经营者”“建设者”和“乡村叙述者”这几种身份之间展开持续的角色调适。本文认为，数字时代的乡村叙事不单单是在传播地方形象，更是“新乡人”在城乡关系、媒介逻辑与地方实践之间进行的一场持续协商。

关键词

数字时代，乡村叙事，新乡人，传播实践，主体性协商

Communication Practices and the Negotiation of Subjectivity among “New Rural Residents” in Digital-Age Rural Narratives

—A Case Study of the “Youtian Huakai” Homestay

Xueyi Zhou

College of Arts and Media, Tongji University, Shanghai

文章引用: 周雪怡. 数字时代乡村叙事中的“新乡人”传播实践与主体性协商[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(11): 19-29.
DOI: 10.12677/jc.2026.1411282

Received: September 29, 2026; accepted: October 28, 2026; published: November 9, 2026

Abstract

Digital media have become deeply embedded in rural society, substantially changing both the subjects producing rural narratives and the ways in which they are communicated. The countryside is no longer merely a geographical space waiting passively to be represented; it has gradually become an object that is written about, displayed, circulated, and experienced. As external builders, operators, and communicators entering the countryside, "new rural residents" participate in shaping rural images while continuously adjusting their own subject positions through their communication practices. This study takes the "Youtian Huakai" Homestay in Youtian Village, Songyang County, Zhejiang Province, as a case study and, drawing on in-depth interviews and participant observation, examines the communication practices of "new rural residents" in digital-age rural narratives and how they negotiate their subjectivity in this process. The study finds that these new rural residents integrate homestay space renovation, cultural event planning, new media communication, and tourist interaction, transforming rural living space into a narrative space that has aesthetic value and lends itself to circulation. At the same time, they engage in continuous role adjustment among identities such as "outsider," "operator," "builder," and "rural narrator." This study argues that rural narrative in the digital age is not merely the communication of a local image but also an ongoing negotiation undertaken by "new rural residents" among urban-rural relations, media logic, and local practice.

Keywords

Digital Age, Rural Narratives, New Rural Residents, Communication Practices, Negotiation of Subjectivity

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

1.1. 研究背景与意义

中国乡村正经历着深刻的社会、经济与文化转型。伴随城乡融合的不断深入，乡村不再只是一个搞农业生产、过日子的小天地，它也在逐渐变成城乡关系重构、文化资源转化以及社会想象更新的重要场所。与此同时，数字媒介的快速发展也在很大程度上改变了乡村社会的传播格局。短视频、直播、微信公众号、民宿平台还有主流媒体的报道等，让乡村生活、自然风景、老建筑和地方文化有机会跨越地理界限，进入更大范围的公共视野。这样一来，乡村不再仅仅是地方社会内部的生活空间，它还慢慢成为被观看、被书写、被传播和被体验的叙事对象。数字媒介既给乡村带来了新的表达通道，也重塑了乡村形象的生产方式和传播路径。

在这样的转变中，乡村叙事的主体结构同样发生了变化。过去，乡村往往是由地方政府、主流媒体或者外面的研究者来讲述的；而到了数字时代，返乡青年、乡村博主、民宿经营者、游客乃至平台机制，都在不同程度上参与了乡村形象和地方意义的塑造。这里面，“新乡人”作为从城市或外部社会进入乡村的建设者、经营者和传播者，特别值得关注。他们既不同于世代生活在这里的“原乡人”，也不同于

匆匆来去的游客，而是在乡村建设、文化传播和城乡连接中充当着中介的角色。

近年来，浙江省松阳县积极探索“三乡人”协同共治共富的机制，用乡情乡愁作为纽带，引导“归乡人”回来、招引“新乡人”进来、激励“原乡人”动起来，推动人才之间、资源之间的碰撞和互动，最终实现多方联结和共同发展。这当中，“新乡人”指的就是那些因为创业、文化传播或者资源整合等原因，从城市来到乡村的外来者。他们不仅带来了新的资源、理念和技术，还通过多样的传播实践，参与到乡村形象建构和地方文化再生产的进程中。

拿浙江省松阳县酉田村“酉田花开”民宿来说，它正是由“新乡人”参与建设和运营的。他们通过建筑改造、空间设计、文化活动、新媒体传播和跟游客的互动，把这个乡村生活空间转化成了一种兼具审美价值与传播价值的叙事空间。在这个过程中，“新乡人”不仅推动了乡村的文化和经济发展，也在传播实践中不断去调适自己跟乡村社会之间的关系，慢慢完成从“外来者”到“经营者”“建设者”，再到“乡村叙述者”的角色转换。正因如此，本文没有仅仅把“酉田花开”当成一个乡村振兴的成功例子来看，而是把它放在数字时代乡村叙事的整体语境中来审视。本文关心的是：在数字媒介和城乡流动的双重作用下，“新乡人”到底是怎么通过传播实践参与乡村叙事的？他们是怎么在乡村社会中找到自己的主体位置的？而这种主体性，又是怎样在外来者身份、经营实践、媒介传播和地方关系之间持续协商的？

1.2. 研究问题与目标

本文想要探讨的是数字时代乡村叙事里“新乡人”的传播实践与主体性协商。“新乡人”作为外来建设者和乡村传播的参与者，承担着经济经营、文化转译还有城乡连接等多重角色。他们的传播实践不光塑造了外界对乡村的认知，也反过来影响到自己在乡村社会里的角色定位。沿着这个思路，本文把目光聚焦在几个相互关联的问题上：“新乡人”在进入乡村、经营民宿、参与地方实践的过程中，是怎样一步步形成自身主体位置的？他们通过哪些具体的传播实践参与乡村叙事建构，并塑造出“酉田花开”和酉田村的地方形象？而他们的传播实践与主体性协商之间，到底是一种什么样的互动关系？

通过回答这些问题，文章在理论上想丰富对数字时代乡村叙事主体的理解，揭示“新乡人”不只是单纯的外来资源输入者，而是一个在乡村空间、媒介传播和城乡关系之间不断进行角色调适的传播实践主体。在实践层面，文章也想借助“酉田花开”这个具体案例，去呈现“新乡人”是怎么通过传播实践参与乡村文化再生产的，并为理解当下乡村传播和乡村文旅实践提供一些经验上的参照。

2. 文献综述

2.1. “新乡人”身份认同与主体性研究

身份认同是社会学与文化研究里一个核心议题，带有很强的跨学科特征。Hall 提出的身份认同动态建构论强调，身份认同并不是什么固定的内在本质，而是在社会互动与话语实践中不断形成、不断重塑的[1]。Tajfel 和 Turner 从社会心理学的视角切入，解释了社会分类和群体归属对于身份认同形成的重要作用[2]。Couldry 和 Hepp 则进一步从社会建构论出发，讨论了媒介如何通过多层次的实践来塑造个体和群体的社会认同[3]。Castells 从身份与权力关系的角度指出，身份不仅是社会文化的一部分，也可能成为个体和群体回应社会结构、建构文化意义的重要资源[4]。

在国内研究里，身份认同被广泛用来解释社会转型中不同群体的自我定位问题。在乡村语境下，相关研究主要关注返乡青年、乡村教师、乡村中老年群体等，讨论他们如何在乡村振兴、媒介发展和地方社会变迁中重新理解自己的角色[5]。比如，有研究借助农村题材电视剧，去分析返乡青年如何通过情感连接和社会实践来建构“复兴者”身份[6]；也有研究探讨短视频平台怎么给乡村群体提供新的文化表达

和互动机制，从而推动身份认同的生成[7]。

不过，跟返乡青年或者本土村民比起来，“新乡人”这个特殊群体的身份认同与主体性问题，仍然有很多可以深入的空间。“新乡人”并不是传统意义上的乡村内部成员，而是带着城市经验、专业能力、审美趣味和媒介资源进入乡村的外来者。他们既要去面对乡村熟人社会里那种“外来者”的处境，也需要通过具体的实践去赢得村庄和外部受众的认可。所以，对“新乡人”的研究不能只停留在身份认同这个层面，还得进一步去关注他们是如何通过传播实践来获得主体位置的，以及怎样在城乡关系、地方文化和媒介传播之间进行协商。

2.2. 数字时代乡村传播与乡村叙事研究

传播实践作为社会实践的重要构成，是通过特定的行为和媒介形式去构建社会意义、传递文化内涵的一个动态过程。Schatzki 提出，实践不只是一连串行动的集合，更是意义生产的重要形式[8]。在传播实践里，信息传递和社会关系建构往往是交织在一起的，这就体现出传播行为在社会互动中的双重作用。Servaes 的参与式传播理论认为，传播实践不只是一项技术手段，更是地方群体表达需求、实现文化赋权的重要路径[9] [10]。Smith 围绕地方化知识和文化表达的讨论，也提醒我们在理解乡村传播时，要尽量避免由外部主体单方面地去定义和塑造边缘化群体的文化[11]。

在国内，乡村传播实践研究跟乡村振兴紧紧扣在一起[12]。短视频、直播等新媒体技术的普及，给乡村传播带来了前所未有的可能。相关研究指出，短视频通过可视化的方式重塑了乡村生活的“可见性”，不仅打破了外界对乡村的那些刻板印象，也给了乡村居民和乡村实践者更多的表达机会[13]。也有研究关注返乡青年和乡村博主，看他们怎么通过数字劳动、短视频生产和直播助农来参与乡村传播，推动乡村经济结构和地方形象的改变[14] [15]。

不过，数字时代的乡村传播并不只是一个技术赋权的问题，还牵涉到乡村是怎么被叙述的、由谁来叙述，以及怎么被外部社会理解的问题。乡村叙事并不是对乡村现实的简单复刻，而是对乡村空间、文化符号、生活方式和地方关系的选择性组织。在民宿、文旅和新媒体共同起作用的场景里，乡村常常被转化成一种可以观看、可以体验、可以消费的媒介景观[16]。因此，研究数字时代的乡村叙事，既要关注传播实践是怎么生产乡村形象的，也需要分析不同主体在叙事过程中各自处在什么位置，扮演什么角色。

2.3. 理论框架与研究缺口

在理论资源上，本文主要借用了身份认同理论、传播实践视角以及乡村叙事研究的相关讨论。身份认同理论强调，身份不是固定不变的内在本质，而是在社会互动和话语实践里不断被塑造、被重构的。这个理论对理解“新乡人”如何在“外来者”“经营者”“建设者”和“乡村叙述者”这多重角色之间进行调适很有帮助。传播实践视角则强调，传播不仅是信息传递的工具，更是一种嵌入社会关系、空间实践和文化意义生产的行动方式。放到乡村传播这个语境里来看，民宿设计、文化活动、媒体报道和游客互动，都可以被理解为乡村叙事的具体实践。

此外，本文把“乡村叙事”作为一个连接传播实践与主体性协商的重要概念。这里说的乡村叙事，不单是指关于乡村的文字记述或媒介报道，更是指乡村形象、地方意义和空间经验被组织、表达和传播的一整套过程。对于“新乡人”来说，参与乡村叙事，既意味着对乡村文化资源进行重新呈现，也意味着在传播实践里找到自己的主体位置。所以，本文打算从“新乡人”的实践入手，去看他们如何通过民宿空间、新媒体传播和游客互动参与乡村叙事的建构，并在其中展开主体性协商。

现有的关于身份认同、乡村传播和乡村叙事的研究，给本文提供了不少理论资源。但总体上，还是存在几个可以继续推进的地方。关于“新乡人”的研究本身就有不少可以开拓的空间。现有的乡村主体

研究，比较多地集中在返乡青年、乡村本土居民或者乡村干部身上，而对“新乡人”这一外来建设者群体的传播实践与主体性协商，讨论得还不够充分。“新乡人”既不同于原有村民，也不同于短期游客，他们通过创业、民宿经营、文化传播和资源整合等方式嵌入乡村社会，其身份位置显得更为复杂[17]。与此同时，已有的乡村传播研究，更多是关注数字媒介对乡村振兴的工具性价值，比如农产品销售、乡村文旅推广和地方形象传播这些方面，而对传播实践怎么参与乡村叙事建构的讨论还不够。尤其在民宿空间里，建筑设计、空间陈设、文化活动、主理人叙述和游客体验，这些东西共同构成了乡村叙事的生产过程。这样一种空间化、具身化和媒介化的叙事机制，还需要进一步去分析[18]。

还有一个值得注意的面向是，关于主体性的研究需要跟具体的传播实践结合起来。对“新乡人”来说，主体性不是天然就有的，而是在进入乡村、经营民宿、组织传播和连接外部受众的过程中慢慢生成的。他们一方面通过传播实践，在乡村叙事里取得了主体位置，另一方面又得不断回应外来者身份、地方关系和媒介逻辑所带来的张力。因此，本文以“酉田花开”作为案例，去考察“新乡人”是怎么通过传播实践参与乡村叙事建构，并在这个过程中展开主体性协商的。文章想通过这个具体案例，进一步去理解数字时代乡村叙事里，外来建设者的实践逻辑和社会文化意义。

3. 研究设计与方法

3.1. 案例选择

本文选取浙江省松阳县酉田村“酉田花开”民宿作为研究案例，主要基于三方面的考虑。其一，案例的典型性。“酉田花开”由“新乡人”参与建设和运营，其发展历程完整呈现了“新乡人”从进入乡村、经营民宿到参与地方文化传播的全过程，能够为考察“新乡人”的传播实践与主体性协商提供充分的经验材料。其二，案例情境的代表性。松阳县近年来积极探索“三乡人”协同共治共富机制，“新乡人”是其中的重要主体，酉田村的实践正是嵌合在这一政策与制度情境之中展开的，具有一定的区域代表性。其三，资料的可及性。研究者能够进入案例现场开展深度访谈与参与式观察，并与几位主理人建立了良好的信任关系，保证了资料收集的深度和连续性。

3.2. 资料收集

本研究的资料收集于 2024 年 7 月在浙江省松阳县完成，采用深度访谈与参与式观察相结合的方式。深度访谈方面，研究者对与“酉田花开”相关的三位“新乡人”——林森、唐庆和朱一涵——进行了线下面对面访谈：对林森和唐庆各进行了一次访谈，每次时长约一小时；对朱一涵先后进行了两次访谈，第一次围绕入乡经历与经营实践展开，第二次就日常互动、经营规划等话题作了补充交流。访谈围绕个人背景、入乡经历、经营实践、传播方式与角色认知等主题展开，采用半结构式的提问方式，并根据受访者的叙述灵活调整追问方向。所有受访者均在知情同意的前提下参与研究，研究者在访谈结束后及时对访谈内容进行了整理。本文第四部分所引用的受访者话语，均出自访谈转写稿；引用时在保持原意的前提下，仅对口语表达作了最低限度的书面化整理，并以省略号标示节略。

参与式观察方面，研究者对三位受访者分别进行了不同时长的田野观察。对唐庆的观察为期一天，主要观察其民宿的日常经营管理与客户联络等运营实践；对林森的观察为期一天，研究者前往其正在参与的民宿建筑项目施工现场，听他讲述建筑设计想法、对乡村的情感以及项目进展；对朱一涵的观察为期三天，研究者跟随并参与其日常生活，包括民宿运营管理、餐厅运营，以及泡咖啡、阅读、慢跑、与村民互动等乡间日常，从具体情境中记录民宿空间、传播行为与身份表达之间的关系。在观察过程中，研究者以田野笔记的形式对所见所闻进行了记录。

此外，研究者还收集了与案例相关的媒体报道以及民宿的线上传播内容，作为访谈与观察资料的补

充。多种来源的资料相互印证，有助于提升研究的可信度。

3.3. 资料分析

在资料分析上，本研究采用归纳式主题分析的方法。分析从反复研读访谈记录与田野笔记开始：研究者首先对全部材料进行开放式阅读，标记其中与身份认同、传播实践和乡村叙事相关的表述；在此基础上，通过反复比较与归纳，提炼出“主体性协商”“传播实践的叙事功能”“主体性与传播实践的协同”等核心主题，并围绕主题对材料进行归类与细化；最后，在各主题之间建立关联，形成对“新乡人”传播实践与主体性协商过程的整体解释。分析过程中，研究者不断在主题、原始材料与相关理论文献之间进行对照，以保证解释的可靠性。

4. 研究发现

4.1. “新乡人”的主体性协商：从外来者到乡村叙述者

“新乡人”的主体性并不是一进入乡村就自然拥有的，而是在跟乡村社会的持续互动中逐渐形成的。这个过程贯穿了他们从“外来者”到“经营者”“建设者”，再到“乡村叙述者”的角色转换。从林森、唐庆和朱一涵的实践路径里，能大致看到“新乡人”的主体性协商经历了初步适应、角色塑造和文化嵌入这三个阶段。

初步适应阶段，是“新乡人”跟乡村社会建立联系的起步期。在这一阶段，他们通过观察、学习和互动，慢慢摸清乡村社会的运行逻辑，并结下初步的地方关系。林森到酉田村之后，通过跟村干部和村民打交道，去调研村子的资源分布和历史文脉，逐渐把民宿的设计方向定了下来。这个过程不光帮他理解了乡村社会的熟人网络和地方文化，也为后续的民宿建设打下了底子。谈起当年往返城乡的那段经历，林森回忆道：“那时候还没离职，我都是星期五下班，5 点钟马上开车开到酉田，到村口看到那片竹林，就感觉心里很舒服……但是就是乐此不疲。”唐庆则是通过参与松庄村的公共事务，跟村民频繁互动，很快融进了村庄的社交圈层。用唐庆的话来说：“我们尽量去融入他们，而不要老是想着去改变他们……不要把城市思维逻辑带到乡村来，那是走不通的。”这个阶段的“新乡人”，身上还带着挺明显的外来者痕迹，但靠着主动去适应，他们开始拿到了参与乡村事务和乡村叙事的基本位置。

角色塑造阶段，是主体性协商最核心的一个环节。在这个阶段，“新乡人”靠着具体实践，在乡村社会里确立起自己的功能定位，一步步获得了社区和外面受众的认可。唐庆在桃野民宿运营中，主动去整合村庄的经济资源，不光雇佣本地劳动力，还用自己的媒体资源帮村民解决桃子滞销的问题，把村庄的农业资源跟外界的消费市场对接了起来。“今年是我们第七年帮他们卖桃子。”唐庆说，“先有卖桃子，最后才有的民宿。我们所有认识的人，就叫大家帮忙发朋友圈，朋友再找朋友的朋友帮忙发。”这种经济上的支持和传播上的实践，让他的角色不再只是民宿经营者，而是慢慢转向了乡村资源连接者和乡村文化传播者。朱一涵则通过“酉田花开”的精细化经营，把乡村生活资源跟外来游客的需求结合起来，推动乡村空间的再利用和地方形象的再呈现。朱一涵也把这份经营的责任看得很实在：“没办法，我走了这些人怎么办……毕竟要对这一帮子人负责。”可见，“新乡人”的主体性并不是靠声明身份得来的，而是在经营、传播和地方互动中被不断确认的。

文化嵌入阶段，意味着“新乡人”主体性的进一步深化。到这个阶段，“新乡人”不再只是利用乡村资源来做经营，而是通过文化表达和情感连接，参与到乡村叙事的生产里去。唐庆在桃野民宿的文化实践中，花了力气去保护和传播松庄村的历史文化资源，通过策划艺术展览和文化活动，把村子转变成一个带有文化地标意义的空间。谈及策划这些文化活动的初衷，唐庆表示：“我们做这些事情最大的出发点，就是希望能让乡村给更多人看到……希望更多年轻人多回到乡村。”林森通过“酉田花开”的设

计实践，把传统建筑元素跟现代美学融合起来，用空间叙事的方式去重塑村庄的文化符号。“盖回去的瓦片，还都是用旧的瓦片，就是修旧如旧。”林森说，“乡村不是一个试验田，乡村就是乡村。”朱一涵则在民宿运营的情感劳动里，跟游客和地方社会建立起更紧密的互动关系，并在持续经营中不断强化自己作为乡村生活讲述者的角色。“我最热衷的，还是蛮喜欢跟一些聊得来的客人……听听他们的故事，这是我为什么喜欢做这一行比较重要的一点。”朱一涵说。

从这些可以看到，“新乡人”的主体性协商并不是一次简单的身份转变，而是在地方实践中不断生成的一个过程。他们既要去处理自己身上的外来者位置，也要通过民宿建设、文化表达和传播实践，把自己嵌入到乡村叙事当中。也就是在这个过程中，“新乡人”才逐渐从乡村发展的外部参与者，变成了乡村叙事的实践主体。

从身份认同理论的角度来看，这一过程正好印证了霍尔所强调的观点：身份并非某种固定不变的内在本质，而是在社会互动与话语实践中被持续建构和协商的产物[1]。“新乡人”从“外来者”到“经营者”“建设者”再到“乡村叙述者”的角色转换，并不是一个提前设计好的剧本，而是在具体的经营实践、文化表达和传播互动中被一次次重新确认和调整的。Tajfel 和 Turner 的社会认同理论也提示我们，个体会通过社会分类和社会比较来获得群体身份的意义[2]。“新乡人”一方面借助与乡村社区的协作和贡献，去争取“自己人”的位置；另一方面又通过与城市游客、外部受众的连接，保持自身作为文化中介的独特角色。可以说，主体性协商的过程，就是他们在不同群体归属之间不断寻找平衡、并由此生成新的身份意义的过程。

4.2. 传播实践的叙事功能：空间、媒介与情感连接

传播实践在“新乡人”参与乡村叙事的过程中扮演着十分关键的角色。它不只是向外推广乡村资源的一个工具，更构成了乡村形象被生产、组织和传播的一整套过程。在“酉田花开”这个案例里，“新乡人”的传播实践围绕着空间叙事、媒介呈现和情感连接这几个维度展开，而且彼此之间是相互缠绕的。

民宿空间本身就构成了乡村叙事的一个重要媒介。林森在“酉田花开”的建设中，特别留意在设计中融入乡村的历史记忆和自然风貌，让民宿空间不只是个住宿的地方，而成为能够呈现地方文化的叙事空间。“我以前是做文物保护出身的，比较保守，我喜欢协调，不会在古村落里面做一些标新立异的东西。”在林森的设计理念里，在地文化很重要，“就是还是要去挖掘的”。酉田花开由好几个空间区块组成，不同的区块既保留着原有村庄建筑的历史痕迹，又被赋予了新的功能和审美意义。通过把传统建筑元素和现代生活方式结合起来，乡村空间被重新组织为可以观看、可以体验、可以传播的对象。游客踏进民宿的时候，其实也就走进了一个被设计和讲述过的乡村故事里。

跳出实体空间来看，新媒体和主流媒体的报道，又大大拓展了乡村叙事在外部世界的可见度。酉田花开因为自己独特的设计和古村落保护方面的实践，吸引了包括央视在内不少媒体的报道。这些报道把民宿的建筑特色跟乡村文化内涵放在一块儿讲，让酉田村的地方形象进入到更广阔的传播网络里。据林森回忆，酉田花开最火的时候，“在百度上面有上千万的信息量，各种媒体、各种公众号都找过来，我都慌了，有时候都躲起来”。与此同时，唐庆通过微信公众号和朋友圈，持续发布跟民宿运营、乡村文化和地方生活相关的内容，把村庄故事、民宿经营和个人实践串了起来。这种传播实践，并不只是在推广一家民宿，更是在持续生产一种关于乡村生活方式和地方文化价值的叙事。

如果借助库尔德利与赫普的媒介化视角来理解，这种叙事实践的意义就更加清晰了。在他们看来，媒介化并不是简单的信息传递过程，而是媒介逻辑逐渐嵌入并重塑社会文化实践的过程[3]。唐庆通过微信公众号和朋友圈的持续书写，实际上是把媒介逻辑带进了乡村的日常生活：哪些内容值得记录、什么样的乡村形象能够被看见、以什么样的方式讲述才更容易被接受，这些判断都体现了媒介逻辑与地方实

践之间的相互渗透。也正是在这种相互渗透中，乡村叙事不再只是关于乡村的报道，而成为媒介逻辑、个体表达和地方文化在互动中共同生产的成果。

再往日常经营的细微处看，游客互动和面对面交流，又构成了乡村叙事里一条更情感化的路径。朱一涵在酉田花开的运营里，并没有完全依赖新媒体平台，而是靠日常经营中的细节和跟游客的直接互动，去建立情感上的联系。他通过讲述酉田村的生活故事，介绍民宿空间和地方文化，拉近了游客跟乡村之间的心理距离。“有次我出去散步，刚好碰到我们的客人，他们就向我发起邀请，问我要不要去徒步，我就带着他们一块出去溜达。”朱一涵说，“这个过程我自己也蛮喜欢，我也蛮喜欢跟客人交流。”这种传播方式看上去比较传统，但它的意义不容小看。它靠的不是平台流量去实现大范围传播，而是在具体的身体在场和情感交流中完成乡村叙事，使得游客对乡村的理解，不再停留在外部的观看，而是进入到一种体验式的关系里。这种情感连接并不局限于游客。朱一涵回忆道：“有老奶奶来店里跟我说了一大串松阳话，想邀请我到她家里坐一下……这种情况在城市里是比较难出现的，我们在小区里面，连自己楼上楼下住的是谁都可能不知道。”总体来看，“酉田花开”的传播实践并不是某种单一的媒介发布行为，而是一个由空间设计、媒体呈现和人际互动共同构成的复合过程。民宿空间提供了叙事的基础，媒体传播把它的可见性放大了，游客互动则强化了乡村叙事里的情感连接。几股力量一起起作用，让“新乡人”能够通过传播实践，真正参与到乡村形象和地方意义的建构当中。

4.3. 主体性与传播实践的动态协同机制

“新乡人”的主体性协商跟传播实践之间，并不是谁决定谁的单向关系，而是在互动中形成了一个动态的协同机制。传播实践帮着“新乡人”在乡村叙事中拿到主体位置，而他们主体位置的变化，又反过来去影响传播内容、传播方式和传播目标。

传播实践对主体性的强化作用在一些细节里体现得很清楚。通过传播实践，“新乡人”不光把自己的角色外化成一种可见的社会认知，也借着外界反馈去进一步确认自己的价值。比如唐庆在桃野民宿的微信公众号传播中，一开始是以民宿运营和设计为主，重点去展示松庄村的传统文化特色。后来，随着受众对村庄整体发展的关注度慢慢变高，他的传播内容就从单一的民宿经营，扩展到了村庄的经济文化活动。这个变化很能说明问题：传播实践让他的角色从经营者，逐渐扩展成了乡村文化推动者和地方叙述者。“有时候他们说，是我们带动了村子，但我觉得有的时候也是村子帮助我们，就是相辅相成的。”唐庆的这句感慨，恰好道出了传播实践与主体位置之间的相互构成关系。反过来看，主体性认知的变化，同样会驱动传播实践做出调整。“新乡人”对自己角色的理解，会直接影响他们怎么选择传播内容、怎么组织乡村叙事。林森作为一个乡村建设者，在酉田花开的建筑改造里，着重强调传统建筑元素和现代美学的结合。这种身份定位，促使他在设计实践中更加重视乡村的历史和文化独特性，也让媒体报道更容易把他的建筑设计和乡村复兴、古村保护这类主题联系起来。虽然林森不一定直接参与所有的传播行为，但他的空间设计本身就已经构成了传播内容的一个重要来源。“因为我经营过，我更了解那个东西，知道之前有哪些弊端，这次通过设计把它改回来。”谈及再度主持酉田花开的提升改造，林森说，“农村这个东西很脆弱，建筑也脆弱，景观也脆弱……邻里关系都是要去协调的。”

这种协同在日常经营和情感互动中也有所呈现。朱一涵在酉田花开的运营过程里，逐渐从服务提供者变成了乡村生活叙述者。他通过跟游客面对面聊天，用非常个人化的方式去呈现酉田村的文化价值。这种传播实践，不仅拉近了乡村跟城市游客之间的关系，也进一步巩固了他自己作为乡村叙述者的身份。“我们并不单单希望把酉田花开这家民宿经营好，还是希望围绕着整个村子去做提升。”从朱一涵对经营方向的这一表述可以看出，他对自身角色的理解，已经从一家民宿的经营者，扩展为整个村庄叙事的参与者。传播实践推动主体性生成，主体性的变化又促使传播实践不断调整，两者之间就是这么一种相

互塑造的关系。这样看来，“新乡人”在数字时代乡村叙事中的位置，并不是由外部身份预先给定的，而是在持续的传播实践中逐渐形成的。传播实践既是他们参与乡村叙事的方式，也是他们进行主体性协商的过程。借助空间、媒介和情感连接，“新乡人”持续地调适着自己与乡村、游客以及外部社会之间的关系，由此形成一种动态的主体性生成机制。

这一发现也与实践理论的主张相呼应。沙茨基指出，实践是由活动、物质安排与意义理解共同构成的有组织的开放整体，主体正是在参与实践的过程中获得自身的位置与身份[8]。“新乡人”的主体性并非先于实践而存在，而是在空间改造、文化策划、媒介书写和人际互动这些具体实践中逐步生成的。这也解释了为什么“新乡人”的身份总是呈现出流动性和过程性的特征——因为实践本身就在不断展开和调整，附着于实践之上的主体位置，自然也处于持续的协商之中。

5. 讨论与启示

5.1. “新乡人”参与乡村叙事的复杂性

“新乡人”参与乡村叙事的过程具有复杂性。这种复杂很大程度上源于他们身份位置的双重性。“新乡人”一方面是外来者，是带着城市经验、专业能力、审美资源和媒介意识进到乡村的；另一方面，他们又通过长期经营、空间建设和文化传播，参与到乡村社会的发展当中，慢慢变成地方实践的一部分。所以，“新乡人”既不是完全站在外部的观察者，也不是传统意义上的乡村内部成员，而是处在城乡之间、内外之间的一种中介位置上。但恰恰是这种中介位置，让“新乡人”有能力给乡村叙事带去一些新的可能。他们往往更懂城市游客的审美需求，更熟悉媒介传播的逻辑，也更擅长把乡村资源转化成能够传播的内容。林森对传统建筑元素与现代美学的结合，唐庆在文化活动与媒体资源上的整合，朱一涵对游客体验和情感互动的重视，都反映出“新乡人”在乡村叙事里极具主观能动性。他们可以把地方文化转化成一种好理解、能观看、可体验的叙事内容，从而提升乡村形象在外部的可见度。

但与此同时，“新乡人”的主体性也始终处在不断协商的状态里。他们虽然参与了乡村叙事，却并不能完全代表乡村本身；他们虽然推动着乡村形象的传播，却也必须面对自己外来者身份所带来的那条边界。换句话说，“新乡人”的乡村叙事，并不是对地方生活照单全收的完整呈现，而是一种基于自身经验、资源和经营目标而形成的有选择性的表达。所以，我们在肯定他们传播实践价值的同时，也需要看到这里面可能存在的张力。

不过，这种张力并不意味着“新乡人”的传播实践就没有价值，反倒说明数字时代的乡村叙事本身就是一个协商的过程。乡村形象并不是自然生长出来的，而是在经营者、游客、媒体和地方社会之间不断被组织、被调整的。“新乡人”的重要性，恰恰就在于他们揭示出今天的乡村叙事，已经不单是乡村内部的自我表达，也不单是外部媒体的单向报道，而是在城乡流动和媒介传播当中形成的复杂实践。

5.2. 数字时代乡村叙事的传播意义与现实张力

从传播意义来看，“新乡人”的实践提高了乡村的可见度，也拓宽了乡村文化的表达路径。通过民宿空间改造、文化活动策划、媒体报道和游客互动，西田村的地方资源被重新组织起来，进入了外部视野。传统建筑、自然环境和地方生活不再仅仅是村庄内部的日常存在，它们被转化成了具有审美价值和传播价值的乡村叙事。这种转化，有助于打破外界对乡村的单一的想象，也让乡村在城乡传播网络里获得了一个新的位置。“新乡人”的传播实践还推动着城乡关系的重新连接。民宿是一个很特殊的空间，它既扎根在乡村的地方场域里，又面向城市游客和外部的消费群体。游客在民宿里停留、体验和互动，让乡村不再只是一个被远距离观看的对象，而成了一个可以亲身走进、亲身感受的生活空间。朱一涵跟游客之间的面对面交流，唐庆通过媒介发布的乡村故事，林森通过建筑设计呈现的地方文化，都在不同

的层面上重新编织着乡村与城市之间的联系。

数字时代的乡村叙事同样存在现实的张力。乡村一旦进入媒介传播和文旅消费的逻辑，就可能被审美化、景观化和商品化。当乡村被叙述为“秘境”“诗意栖居”或者某种“理想生活方式”的时候，地方生活中那些复杂得多的现实就可能被弱化，乡村社会内部的日常经验也有可能被遮蔽。对“新乡人”来说，他们的传播实践一方面确实给乡村带来了新的可见性，另一方面也不可避免地会受到市场需求、游客期待和媒介传播逻辑的影响。所以，理解数字时代的乡村叙事，不能只满足于“乡村被看见了”这个积极面，还需要进一步去关心乡村到底是怎么被看见的、是透过谁的眼光被看见的，以及这种“被看见”是不是也改变了乡村的地方关系和文化表达。在“酉田花开”这个案例里，“新乡人”的传播实践并不是单纯的营销行为，而是乡村空间、城市审美、地方文化和主体性协商共同作用的结果。它既显现出数字媒介时代乡村传播的新的可能，也提醒我们，有必要对乡村叙事里那种选择性表达和现实张力保持一种自觉的反思。

6. 结语

数字时代的乡村叙事，不再只是对乡村自然风光、地方文化或者发展成就的简单呈现，而是在多种主体、多种媒介和多种实践之间不断生成的一个过程。以“酉田花开”为例，“新乡人”通过民宿空间改造、文化活动策划、新媒体传播和游客互动，一起参与了乡村形象与地方意义的建构。他们不光是乡村的经营者，同时也是连接乡村与城市、地方与媒介、现实空间与叙事空间的重要中介。本文对“酉田花开”案例的分析发现，“新乡人”的传播实践与主体性协商之间存在着一种内在的关联。传播实践给“新乡人”提供了参与乡村叙事的具体路径，让他们能够从外来者逐步转变为经营者、建设者和乡村叙述者；而主体性位置的变化，又进一步影响到他们的传播内容、传播方式和地方关系。由此可以说，数字时代的乡村叙事并不是单向的信息传播，而是一个持续调适、持续互动和持续协商的过程。

当然，“新乡人”参与乡村叙事确实也存在着一定的张力。他们带来的资源、审美和媒介能力，确实有助于提升乡村的可见度，但他们的叙事也可能受到城市消费、文旅市场和媒介逻辑的牵引。因此，未来的乡村传播实践，在努力提高乡村可见度的同时，还要更加重视地方生活本身的复杂性和主体表达的多样性。对数字时代的乡村叙事来说，真正关键的也许不只是让乡村被看见，更是去理解乡村到底是怎么被叙述的、由谁来叙述，以及不同主体怎样在叙事过程中，形成一种更加开放、更加持续的协商关系。

当然，本研究还存在一些明显的局限。首先，本文只选取了“酉田花开”一个案例，虽然有助于深入呈现“新乡人”传播实践的细节，但单一案例所得出的结论，在推广到其他地域、其他经营类型的乡村场景时需要保持谨慎。其次，本研究主要关注“新乡人”主理人自身的视角，对村民、游客和基层管理者等其他相关主体的看法涉及较少，难以全面呈现乡村叙事中多方主体的互动关系。此外，田野工作的时间相对有限，对“新乡人”主体性协商的长期演变过程，本文只能提供一个阶段性的观察。

基于这些局限，未来研究可以在几个方向上继续推进。一是开展多案例比较研究，纳入不同地域、不同经营类型的“新乡人”案例，进一步检验和丰富本文所讨论的主体性协商机制。二是引入村民与受众的视角，考察乡村叙事在不同主体之间如何被接受、解读和再生产，从而更完整地呈现乡村叙事的多元协商过程。三是进行更长时段的追踪研究，结合平台数据和媒介环境的变迁，观察“新乡人”的主体性在数字环境演化中的动态变化。

参考文献

[1] Hall, S. (1996) Introduction: Who Needs “Identity”? In: Hall, S. and du Gay, P., Eds., *Questions of Cultural Identity*,

Sage, 1-17.

[2] Tajfel, H. and Turner, J.C. (1979) An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In: Austin, W.G. and Worchel, S., Eds., *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Brooks/Cole, 33-47.

[3] Couldry, N. and Hepp, A. (2018) The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press.

[4] Castells, M. (2010) The Power of Identity. Wiley-Blackwell.

[5] 耿方晖, 宋阳. 乡村教育振兴背景下乡村教师身份认同路径研究[J]. 潍坊工程职业学院学报, 2024, 37(6): 42-46.

[6] 杨杉, 王玉玮. 农村题材电视剧返乡青年身份认同建构[J]. 电视研究, 2024(7): 97-99.

[7] 董严, 吴玉玲. 乡村视域下中老年群体的身份认同与情感观照——以“一笑倾城”抖音号为个案[J]. 视听, 2024(6): 128-131.

[8] Schatzki, T.R. (1996) Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511527470

[9] Servaes, J. (1999) Communication for Development: One World, Multiple Cultures. Hampton Press.

[10] 公丕钰. 数字媒体环境下参与传播理论及实践价值的在地化探索——基于对清远市“乡村新闻官”制度的考察[J]. 当代传播, 2019(6): 70-74.

[11] Smith, L.T. (2012) Decolonizing Methodologies: Research and Indigenous Peoples. 2nd Edition, Zed Books.

[12] 郭建斌, 念鹏帆. 传播何以助力乡村振兴: 中国乡村传播研究述评(2017-2022) [J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 56(03): 101-112.

[13] 高美. 重塑情境: 乡村文化传播的媒介实践[J]. 中国出版, 2024(13): 54-57.

[14] 汤圣闻, 董薇, 赵洁, 等. 乡村振兴、故乡再嵌入与身份认同——基于返乡青年“直 + 短视频”助农媒介实践研究[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(14): 262-264, 278.

[15] 陈秀, 宗苒. 乡村振兴背景下返乡青年的数字劳动研究[J]. 池州学院学报, 2024, 38(4): 63-66.

[16] 齐骥, 陆梓欣. 青年视角下乡村旅游地的“乡村性”表达与场景建构[J]. 中国青年研究, 2024(4): 25-34.

[17] 孙健. 乡村社会关系结构与组织嵌入之媒体融合实践[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 45(8): 82-87, 130.

[18] 周孟杰. 乡村媒介化: 返乡青年媒介实践的三重逻辑与价值旨归[J]. 青年记者, 2023(10): 71-73.