

传统村落旅游空间的数字重构：特征、风险与协同路径

——以湘西墨戎苗寨为例

刘馥瑄, 李 丹*

湖南科技大学建筑与设计学院, 湖南 湘潭

收稿日期: 2026年8月3日; 录用日期: 2026年9月1日; 发布日期: 2026年9月8日

摘 要

在数字技术与乡村振兴深度融合的背景下, 以短视频为代表的数字媒介通过算法逻辑, 选择性建构并传播了传统村落以视觉符号为核心的文化意象, 深刻影响了游客的空间行为与村落的空间结构。本研究以湘西墨戎苗寨为例, 综合运用UGC文本挖掘、游客时空轨迹分析及地理空间叠加方法, 系统揭示了数字技术驱动下传统村落旅游发展中“文化-空间”关系的复杂机理。研究发现: 数字媒介通过放大“银饰”“苗鼓”等表演性符号, 塑造了消费导向的线上意象; 该意象精准引导线下游客行为, 形成高度集聚与同质化的“打卡”式空间实践, 导致“文化-空间”出现结构性失衡——表层符号被过度消费, 而深层文化实践及其承载空间则被系统性边缘化。这一过程本质上是旅游绅士化风险在数字时代的新型表现, 其核心在于文化意义的商品化剥离、社区网络的功能性解构与居民主体性的渐进消解。为实现可持续发展, 研究进一步提出了从“迎合流量发展”转向“主动协调治理”的范式, 并建议通过多维数字叙事、社区融合体验及空间织补规划等路径, 推动传统村落实现文化保护与旅游发展的良性协同。本研究为理解数字时代传统村落的变迁提供了整合性分析框架, 并为规避旅游绅士化风险、促进村落振兴提供了理论依据与实践参考。

关键词

数字技术, 旅游绅士化, 文化-空间协同, 传统村落, UGC分析, 墨戎苗寨

Digital Reconstruction of Traditional Village Tourism Space: Characteristics, Risks and Synergistic Paths

—Taking the Morong Miao Village in Xiangxi as an Example

*通讯作者。

文章引用: 刘馥瑄, 李丹. 传统村落旅游空间的数字重构: 特征、风险与协同路径[J]. 可持续发展, 2026, 16(9): 1-15.
DOI: 10.12677/sd.2026.169311

Fuxuan Liu, Dan Li*

School of Architecture and Design, Hunan University of Science and Technology, Xiangtan Hunan

Received: August 3, 2026; accepted: September 1, 2026; published: September 8, 2026

Abstract

Against the backdrop of deep integration between digital technology and rural revitalization, digital media represented by short videos selectively construct and disseminate cultural imagery of traditional villages centered on visual symbols through algorithmic logic, profoundly influencing tourists' spatial behaviors and village spatial structures. Using the Morong Miao Village in Xiangxi as a case study, this research employs a comprehensive approach integrating UGC text mining, tourist spatio-temporal trajectory analysis, and geographic spatial overlay methods to systematically elucidate the complex mechanisms underlying the "culture-space" relationship in the tourism development of traditional villages driven by digital technologies. The study finds that digital media amplifies performative symbols like "silver ornaments" and "Miao drums" to shape consumer-oriented online imagery. This imagery precisely guides offline tourist behavior, forming highly concentrated and homogenized "check-in" style spatial practices, leading to structural imbalance in "culture-space"—superficial symbols are over-consumed while deep cultural practices and their supporting spaces are systematically marginalized. This process essentially represents a new manifestation of tourism gentrification risks in the digital era, with its core lying in the commodification stripping of cultural significance, functional deconstruction of community networks, and gradual erosion of residents' subjectivity. To achieve sustainable development, the study further proposes a paradigm shift from "adapting to traffic-driven growth" to "active coordinated governance," suggesting pathways such as multidimensional digital storytelling, community-integrated experiences, and spatial patchwork planning to promote virtuous synergy between cultural preservation and tourism development in traditional villages. This study provides an integrated analytical framework for understanding the transformation of traditional villages in the digital era, and offers theoretical and practical references for avoiding the risks of tourism gentrification and promoting inclusive revitalization of villages.

Keywords

Digital Technology, Tourism Gentrification, Culture-Space Synergy, Traditional Villages, UGC Analysis, Morong Miao 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. 引言

在数字中国与乡村振兴的双重驱动下,以短视频、社交媒体为代表的数字技术正深刻重构传统村落的发展路径[1]。用户生成内容(UGC)不仅成为游客感知形象的主要媒介[2],更通过算法推荐催生了大量的“网红”村落,实现了流量向经济价值的快速转化[3]。然而,这种由数字技术驱动的旅游发展模式,在带来机遇的同时,也潜藏着不容忽视的旅游绅士化风险。要理解并应对这一风险,关键在于揭示数字媒介、游客行为与物理空间三者间的复杂互动关系。

现有研究已从不同维度对此进行了探索。首先,在数字媒介与传统村落旅游互动层面,学者们普遍认为 UGC 短视频通过场景化叙事与视觉化呈现,打破了传统村落的传播壁垒,将分散的文化资源整合为可感知的旅游符号。然而,这种整合过程并非中立。刘瑞瑞等(2024) [4]提出的“景观基因投射”理论明确指出,游客感知意象是地方文化基因与媒介选择性放大共同作用的结果,这解释了为何线上呈现的意象常与村落的真实文化肌理存在显著偏差——算法偏好聚焦于视觉冲击力强的“表演性”符号,而忽略了内生于日常生活的“生产性”文化实践。在此机制下,传统村落的建筑景观[5]-[7]、民俗文化[5]与饮食符号[8]等成为 UGC 传播的核心符号,如墨戎苗寨的银饰锻造技艺、苗族鼓舞等通过短视频传播成为核心吸引物[4]。具体案例研究进一步印证了这一模式:田玉泉(2024) [8]与王志鹏等(2025) [5]分别从传播学与网络文本角度揭示了墨戎苗寨的符号化传播特征;肖文志(2023) [2]在芙蓉镇的研究中证实了 UGC 数据能有效捕捉游客感知形象的动态演变;李芳芳(2022) [3]以禾木村为例,指出 UGC 通过“视觉符号 + 生活场景”的组合构建网红意象,算法推荐进一步放大热门打卡点的传播效应,推动旅游热度爆发式增长,但同时也存在“强观光性、弱文化性”的局限,视觉符号和生活场景多聚焦自然景观与表层体验,未深入传统村落的历史文化内核;周筱真(2025) [1]则通过抖音“乡村守护人”计划的案例分析,证实了数字媒介降低了村落旅游营销成本,搭建起原住民与游客的直接沟通渠道。因此,尽管数字媒介显著提升了传统村落的可见度与经济收益,但现有研究多聚焦于传播效应与经济价值[9],对由此引发的空间重构与社会结构变迁关注不足。

其次,在游客行为模式层面,多源时空数据为精准刻画游客活动提供了可能。钟晓林(2019) [10]利用“两步路”轨迹数据,揭示了武陵源景区游客的时空分布规律与景观偏好;阎晓娜(2024) [11]则通过数字足迹,详细描绘了旅游休闲街区内部的旅游流空间特征。这些研究共同证实,游客的实际空间行为具有高度的集聚性,往往集中于少数核心“打卡点”。张诗琪等(2024) [7]在唐模村的研究中,尝试将空间感知与 POI 数据结合,初步探索了行为与设施的关联。然而,此类研究多停留在空间分布描述,未能深入探究行为背后的文化动因及其与特定文化节点的匹配度。

上述两个维度的未有效关联,导致对二者如何共同驱动物理空间重构的理解不足,从而难以深入揭示旅游绅士化及其引发的“文化 - 空间”协同困境的内在机制。在旅游绅士化层面,学者们已揭示其核心是村落空间从“生产生活空间”向“消费空间”的转型。汪徽(2025) [12]系统阐释了“文旅型绅士化”的生成逻辑,明确指出文化资本的商品化是驱动空间重构与社会排斥的核心动力;郭斯琪(2024) [13]以汉王村为例,基于实证分析了绅士化如何导致乡村空间的功能置换;许玉慧(2025) [14]基于场域理论,认为绅士化是资本、权力与地方文化的博弈过程。此外,这一空间重构过程往往伴随着文化内涵的稀释与异化,直接导致“文化 - 空间”的协同断裂。当文化被简化为可消费的符号(如银饰、苗鼓),其赖以生存的日常生活场所(如祭祀空间、手工作坊、邻里交往空间等)便可能被商业设施取代或边缘化。袁培双(2024) [15]从景观叙事视角探讨了墨戎苗寨环境优化的设计方法,隐含了对文化真实性与空间体验割裂的深切忧虑;顾大治等(2024) [16]则从正面证实了“文 - 旅”空间耦合协同度能显著正向影响游客的文化遗产保护行为,凸显了协同的价值。这表明,旅游绅士化不仅是一个空间与社会问题,更是一个深刻的文化危机。

综上所述,尽管现有研究在数字意象、游客行为及绅士化等方面取得了丰硕成果,但仍存在不足:其一,研究视角割裂,多单独分析某一要素作用,缺乏将数字媒介中的文化意象、游客的真实空间行为与村落的物理文化节点进行三者间耦合分析的整合性框架;其二,对数字技术介入与绅士化风险的内在关联机制探讨不足,未能清晰阐明数字媒介作为中介变量,如何通过游客行为这一桥梁,最终作用于物理空间的重构过程;其三,实证研究多依赖单一数据来源,缺乏对 UGC 文本、游客轨迹、POI 及情感数据的综合运用,难以实现主客观互证。因此,本文以湘西墨戎苗寨为例,融合 UGC 文本挖掘与两步路游

客轨迹数据分析,旨在系统回答“数字媒介如何选择性地建构并传播墨戎苗寨的文化意象?游客的实际空间行为呈现出何种空间分异格局?以及文化意象、空间行为与标志性文化节点之间是否存在协同或错位?其背后又隐含着怎样的绅士化风险?”这几个核心问题。并在此基础上进一步探究传统村落实现“文化-空间”协同振兴的内在机理与可行路径,以期能为数字时代下传统村落的旅游发展提供科学依据与决策支持。

2. 研究区概况及数据来源

2.1. 研究区概况

墨戎苗寨(又称“龙鼻嘴村”),“墨戎”是苗语,意思是“有龙的地方”,位于吉首、古丈、保靖三县交界处,全村由13个苗寨组成,占地面积11.8平方公里,有户籍人口1018户,共计5568人。获得“中国民间文化艺术之乡”“中国少数民族特色村寨”“中国传统村落”和“国家3A级旅游景区”等称号。村落依山傍水,呈典型的山地聚落格局,保留了四方鼓舞、银饰锻造技艺等丰富的非物质文化遗产,是湘西苗族文化的重要载体与展示窗口。

近年来,在数字乡村与文旅融合政策推动下,墨戎苗寨借助抖音、小红书等短视频平台实现快速“出圈”。以盛装银饰、吊脚楼背景下的苗族歌舞表演为核心视觉符号,通过算法推荐迅速形成高流量传播效应,成为湘西地区最具代表性的“网红传统村落”之一。据地方文旅部门统计,2023年墨戎苗寨全年接待游客量突破100万人次,通过门票销售、特色茶叶销售、餐饮服务以及接待团队游等多元化经营,累计实现经济收益逾4亿元,有力地推动了乡村经济的蓬勃发展,为当地居民带来了实实在在的福祉。

2.2. 数据来源与处理

(1) UGC文本数据:通过Python网络爬虫从网页版抖音和微博两大平台采集以“墨戎苗寨”为关键词的短视频评论数据,去除重复、特殊符号、表情包、非中文字符、网址链接等,得到清洗后的有效文本评论8774条,该数据主要用于挖掘游客对墨戎苗寨的文化认知焦点、情感倾向及符号化意象建构特征。

(2) 游客实地轨迹数据:依托“两步路”APP,以“墨戎苗寨”为关键词对轨迹进行查找,按下载量从高到低排序,获取研究区内的有效轨迹共计18条,每条轨迹包含时间、速度、经纬度、高度等信息,再导入ArcGIS提取所有轨迹坐标点,用以分析游客轨迹核密度,精准还原游客在村内的实际游憩路径、停留热点及时空分布规律。

(3) POI数据:结合高德地图API与文献资料提取研究区内的POI数据,标注28个核心POI,用于空间行为与文化载体的匹配分析。

3. 分析方法

为系统解析数字媒介对墨戎苗寨文化意象的建构机制及其与游客实际空间行为的匹配关系,本研究采用“文本语义挖掘+多源空间叠加”相结合的混合分析方法。文本分析依托ROST CM6软件,从词频、语义网络与情感三个维度解构游客线上认知;空间分析则基于高德地图POI、OpenStreetMap路网及“两步路”轨迹数据,通过核密度估计与多图层叠加,揭示游客线下行为的空间集聚特征与文化节点利用状况。

3.1. 文本分析

对从抖音和微博采集的UGC评论文本进行清洗与结构化处理后,导入ROST CM6软件开展以下三类分析:

- (1) 词频统计与词云可视化：基于《哈工大停用词表》剔除无意义词汇后，统计高频名词、动词及形容词，提取前 100 个关键词生成词频表，并生成可视化词云图，直观呈现游客关注的核心文化要素。
- (2) 语义网络分析：利用 ROST CM6 构建语义共现网络，识别核心语义簇，揭示游客如何将不同文化符号进行意义关联，进而理解媒介叙事下的意象组合逻辑。
- (3) 情感倾向分析：依据 ROST CM6 内置的中文情感词典(含积极/消极词库)，对清洗后的评论文本进行自动情感判别，统计积极、中性、消极三类情感占比，评估整体情感基调及潜在不满焦点。

3.2. 空间分析

- 将采集到的 POI 和轨迹数据导入 ArcGIS 进行以下三类分析，聚焦“行为 - 文化节点”的空间关系，有效支撑“游客实际空间行为格局”及“文化意象与物理空间是否协同”等核心问题的实证检验。
- (1) 标志性文化旅游点核密度分析：基于高德地图 API 和文献资料，筛选出具有文化代表性的节点 28 处，对其空间分布进行核密度估计，生成“文化资源密度图”，反映墨戎苗寨内部文化载体的空间集聚格局。
- (2) 游客轨迹点核密度与标志性文化旅游点叠加分析：对“两步路”轨迹转换的轨迹点进行核密度分析，生成游客活动强度热力图，随后将该热力图与上述 28 个标志性文化旅游点进行空间叠加，直观对比“游客实际到访热点”与“文化资源分布”的空间匹配度，识别高热度但低文化关联区域或高文化价值但低到访区域。
- (3) 轨迹数据可视化：将 18 条完整游客轨迹叠加于卫星影像图上，通过目视解译分析游客在村内的移动路径、停留位置与周边环境特征，辅助判断旅游活动的空间渗透深度与文化接触的真实性。

4. 结果与分析

4.1. 数字媒介中的文化意象构建

词频统计与词云可视化是解析文化意象核心符号的基础，通过对 8774 条有效 UGC 评论文本进行分词处理与频数统计，形成了墨戎苗寨文化意象的核心符号集群(表 1)。词频统计表显示，“墨戎苗寨”以 2075 次的高频位居第一，成为意象构建的核心标识，紧随其后的“湘西”“湖南”“默戎”“古丈”等地理类词汇，为文化意象锚定了明确的空间坐标，强化了“湘西苗族聚居地”的地域属性。文化类符号中，“文化”(164 次)、“风情”(149 次)、“苗族”(114 次)、“银饰”(90 次)、“非遗”(52 次)构成核心，凸显了非遗技艺与民族风情在意象中的核心地位；体验类词汇“旅游”(335 次)、“体验”(222 次)、“旅行”(137 次)、“打卡”(130 次)频次较高，反映出意象构建中“参与式消费”的导向；情感类词汇“赞过”(181 次)、“喜欢”(176 次)、“不错”(132 次)、“好看”(84 次)则传递出正面感知的主导性。

Table 1. High-frequency terms in online reviews of Morong Miao Village (top 100)
表 1. 墨戎苗寨网络评论文本高频词统计(前 100)

序号	高频词(频数)	词性	序号	高频词(频数)	词性
1	墨戎苗寨(2075)	名词	51	配套(93)	名词
2	湘西(1314)	名词	52	神秘(91)	形容词
3	湖南(502)	名词	53	公司(91)	名词
4	推荐(427)	动词	54	银饰(90)	名词
5	旅游(335)	名词	55	去过(90)	动词
6	景区(326)	名词	56	希望(89)	动词

续表

7	街道(297)	名词	57	最新(89)	形容词
8	默戎(288)	名词	58	欣赏(88)	动词
9	古丈(278)	名词	59	瀑布(87)	名词
10	苗寨(223)	名词	60	好看(84)	形容词
11	体验(222)	动词	61	土苗(84)	名词
12	生活(190)	名词	62	美丽(83)	形容词
13	锦绣(183)	形容词	63	门票(83)	名词
14	赞过(181)	动词	64	古镇(79)	名词
15	喜欢(176)	动词	65	土家族(77)	名词
16	墨戎(166)	名词	66	示范(74)	名词
17	文化(164)	名词	67	鼓镇(72)	名词
18	傣族(157)	名词	68	世纪(72)	名词
19	彩衣(150)	名词	69	节目(69)	名词
20	风情(149)	名词	70	夜景(66)	名词
21	景颇(146)	名词	71	生态(65)	名词
22	经济(142)	名词	72	愉快(65)	形容词
23	特色(141)	名词	73	开心(60)	形容词
24	自治州(137)	名词	74	建议(60)	动词
25	旅行(137)	名词	75	你好(60)	形容词
26	做好(135)	动词	76	加油(59)	动词
27	不错(132)	形容词	77	值得(58)	形容词
28	游客(132)	名词	78	世界(55)	名词
29	打卡(130)	动词	79	国内(55)	名词
30	轨迹(130)	名词	80	名胜(55)	名词
31	双桥(126)	名词	81	卖场(55)	名词
32	桑田(126)	名词	82	旅游团(54)	名词
33	森林公园(125)	名词	83	美女(54)	名词
34	花园(124)	名词	84	非遗(52)	名词
35	优品(123)	名词	85	土司(52)	名词
36	魅力(117)	名词	86	周末(52)	名词
37	感受(116)	动词	87	请问(52)	动词
38	风景(116)	名词	88	民族(51)	名词
39	苗族(114)	名词	89	前往(51)	动词
40	墨寨(114)	名词	90	游戏(51)	名词
41	中国(105)	名词	91	习惯(51)	动词
42	影民(104)	名词	92	本土(51)	形容词

DOI: 10.12677/sd.2026.169311

DOI: 10.12677/sd.2026.169311 7 可持续发展

DOI: 10.12677/sd.2026.169311 7 可持续发展



DOI: 10.12677/sd.2026.169311 7 可持续发展

DOI: 10.12677/sd.2026.169311 7 可持续发展

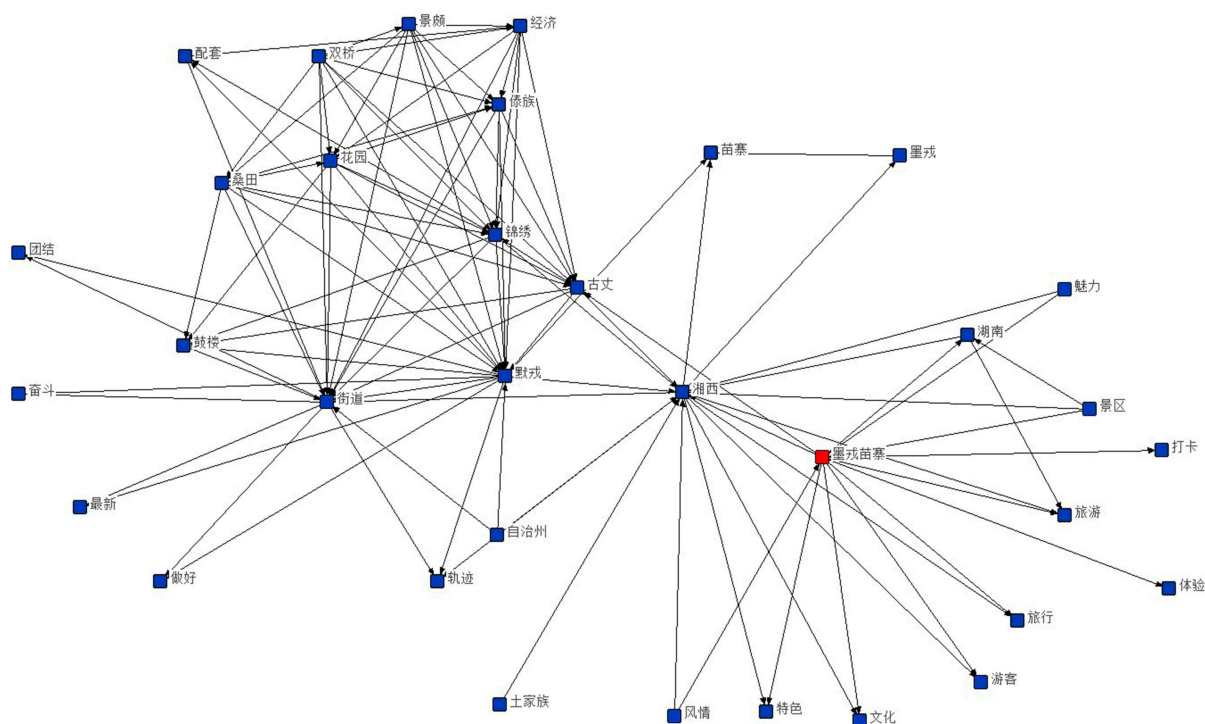


Figure 2. Semantic network of Morong Miao Village
图 2. 墨戎苗寨语义网络

情感倾向分析则直观反映了文化意象的传播效果与存在的矛盾，为意象构建的优化提供了依据(表2~4)。数据显示，数字媒介中墨戎苗寨的文化意象整体呈现正向主导特征，积极情绪占比 48.73%，其中 32.98%的一般积极情绪源于对核心文化符号的视觉认同与空间体验，10.90%的中度积极情绪来自非遗互动与民俗体验的情感共鸣，4.86%的高度积极情绪则指向文化符号与个人期待的高度契合，例如“银饰手工锻造震撼”“苗族风情浓郁真实”等评论，印证了“非遗 + 民俗”核心意象的传播成功。中性情绪占 30.18%，多为对旅游轨迹、空间场景的客观描述，构成意象的基础信息载体。但 21.09%的消极情绪也暴露了意象构建的短板：15.27%的一般消极情绪集中指向“符号过度商业化”，如“银饰店铺遍布，文化体验变购物”；3.65%的中度消极情绪抱怨“意象失真”，认为短视频中的民俗表演“刻意化、缺乏原生感”；1.09%的高度消极情绪则涉及“文化内涵浅表化”，反映出数字传播中核心符号多被简化为消费场景，深层文化价值(如银饰纹样寓意、苗族鼓舞历史渊源)未得到有效传递。这种情感分布表明，数字媒介构建的文化意象存在“重形式轻内涵、重消费轻传承”的矛盾，正面意象源于核心符号的视觉吸引力，而负面情绪则指向意象的商业化异化，这种矛盾性也成为后续旅游绅士化风险的潜在诱因。

Table 2. Emotional assessment
表 2. 情感评价

情感属性	数量/条	占比/%
积极情绪	4276	48.73%
中性情绪	2648	30.18%
消极情绪	1850	21.09%

Table 3. Segmental statistical results of positive emotions
表 3. 积极情绪分段统计结果

情感分段	数量/条	占比/%
一般(0~10)	2894	32.98%
中度(10~20)	956	10.90%
高度(20 以上)	426	4.86%

Table 4. Segmented statistical results of negative emotions
表 4. 消极情绪分段统计结果

情感分段	数量/条	占比/%
一般(-10~-0)	1340	15.27%
中度(-20~-10)	320	3.65%
高度(-20 以下)	96	1.09%

4.2. 游客实际空间行为格局

墨戎苗寨作为民族文化旅游目的地，其内部空间承载着丰富的文化功能与象征意义。通过对 28 个已标注的标志性文化旅游点进行地理编码与核密度估计分析，可清晰识别出文化资源的空间分布格局(图 3)。结果显示，这些文化节点高度集中于村落西北部区域，尤其以“一号苗族文化历史博物馆”“银饰锻造工坊”为核心，形成了高密度文化集群。相比之下，村落东部及南部传统民居片区虽保留完整的历史肌理，但文化节点稀疏，仅零星分布有一号长龙宴餐厅、白龙泉、朱砂卖场等生活性文化场所。这种非均衡的空间布局表明，地方文化资源的开发与呈现具有明确的选择性——只有具备视觉吸引力、可展示性与商业转化潜力的元素才被系统性地标识与推广，而嵌入日常生活的文化实践则被边缘化。这一结构性差异为后续游客行为的空间集聚提供了物质基础与认知前提。

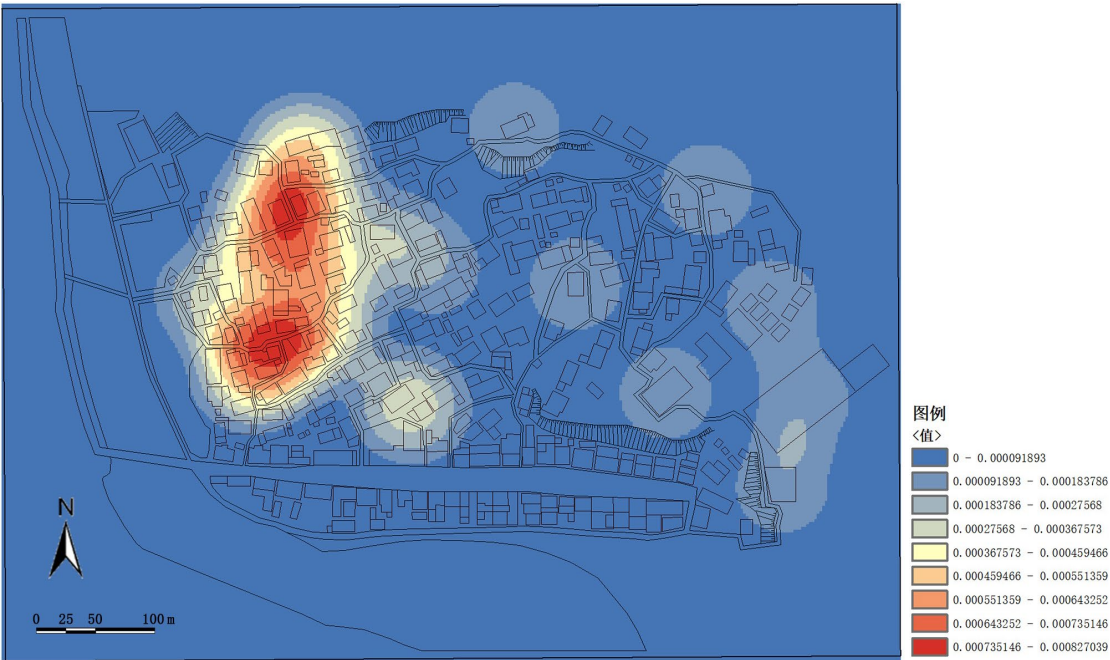


Figure 3. Core density of iconic cultural tourism sites
图 3. 标志性文化旅游点核密度

为进一步探究游客活动与文化资源配置之间的关系，将 18 条游客轨迹所转化的轨迹点进行核密度分析，并与 28 个标志性文化旅游点叠加显示(图 4)。分析结果揭示出强烈的正相关性：游客活动强度最高的区域除位于西部墨戎苗寨游客服务中心外，则主要分布于文化节点密集区、风情街及道路交汇处，形成了多个热力峰值。“风雨桥”成为次级热点，吸引大量游客驻足拍照与观看演出。值得注意的是，尽管部分文化节点如“茶叶博物馆”“一号巫傩堂”“四号乖乖楼”等已被正式命名并标注，但其周围几乎无轨迹聚集，说明这些“潜在文化资源”并未转化为实际游览目标。此外，游客轨迹普遍集中在村内主干道与开放广场，极少深入狭窄巷弄或私人院落，反映出一种“可见即可游”的认知逻辑，即游客更倾向于访问那些已被媒介强化、易于识别且安全可控的空间。

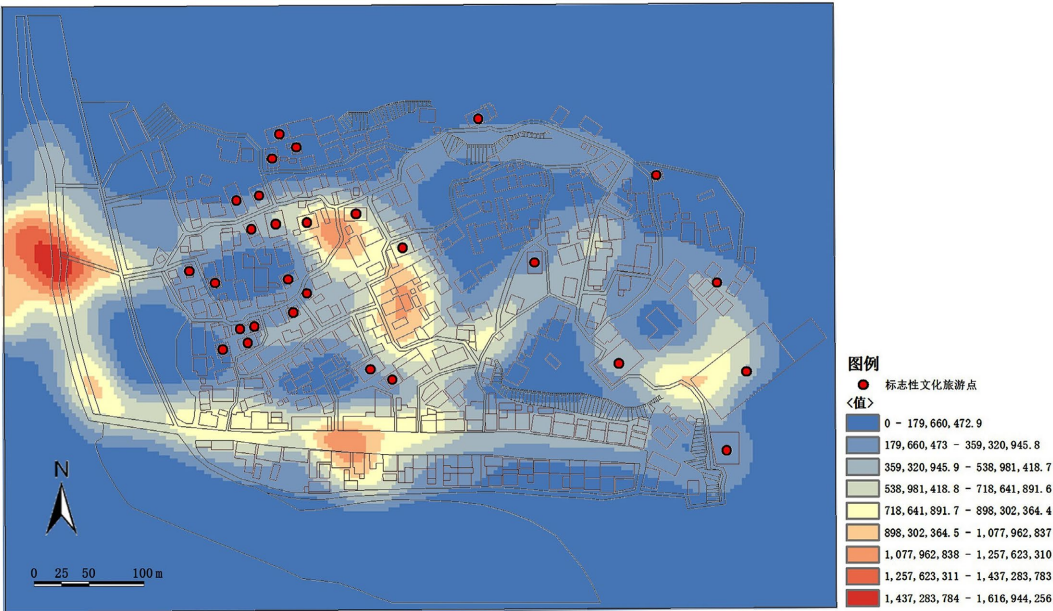


Figure 4. Overlay analysis of kernel density of track points and landmark cultural tourism sites
图 4. 轨迹点核密度与标志性文化旅游点叠加分析

为直观呈现游客空间行为的动态特征，对 18 条原始轨迹进行可视化处理(图 5)。整体来看，游客路径呈现出高度同质化的趋势：绝大多数行程始于“墨戎苗寨景区”入口，沿 G352 国道旁主路进入村落，随后向东或南方向延伸，最终经由相同出口离开，形成典型的“环式”动线。此外，大多数轨迹均未覆盖村落南部及龙鼻河东岸的居民生活区，暴露出旅游开发中的空间隔离问题，游客只看到“被展示的文化”，却无法触及“正在生活的社区”。

4.3. “文化 - 空间” 协同诊断与绅士化风险识别

数字媒介所建构的文化意象与游客实际的空间行为并非彼此孤立，而是通过“认知 - 行动”的反馈机制形成动态耦合。在墨戎苗寨的研究中，这种“文化 - 空间”关系呈现出高度选择性协同与结构性错位并存的复杂关系：一方面，媒介对特定文化符号的放大有效引导了游客向核心区域集聚，实现了文化吸引力向空间流量的转化；另一方面，这种集聚式开发也导致大量未被“网红化”的生活空间被系统性忽视，形成明显的空间分化格局。这种分化不仅体现在游客流量的分布上，更深刻影响了社区的文化与社会结构。被媒介强化的文化符号区域成为旅游热点，吸引了大量游客与商业资本，推动了当地经济的短期繁荣；然而，那些未被纳入媒介叙事框架的生活空间，则逐渐边缘化，面临着文化活力衰退、社区凝聚力弱化的风险。长此以往，这种“文化 - 空间”的不均衡发展可能加剧社区内部的阶层分化，甚至

引发社会矛盾，对墨戎苗寨的可持续发展构成潜在威胁。本节基于前文分析，对二者协同机制进行诊断，并进一步识别潜在的旅游绅士化风险。

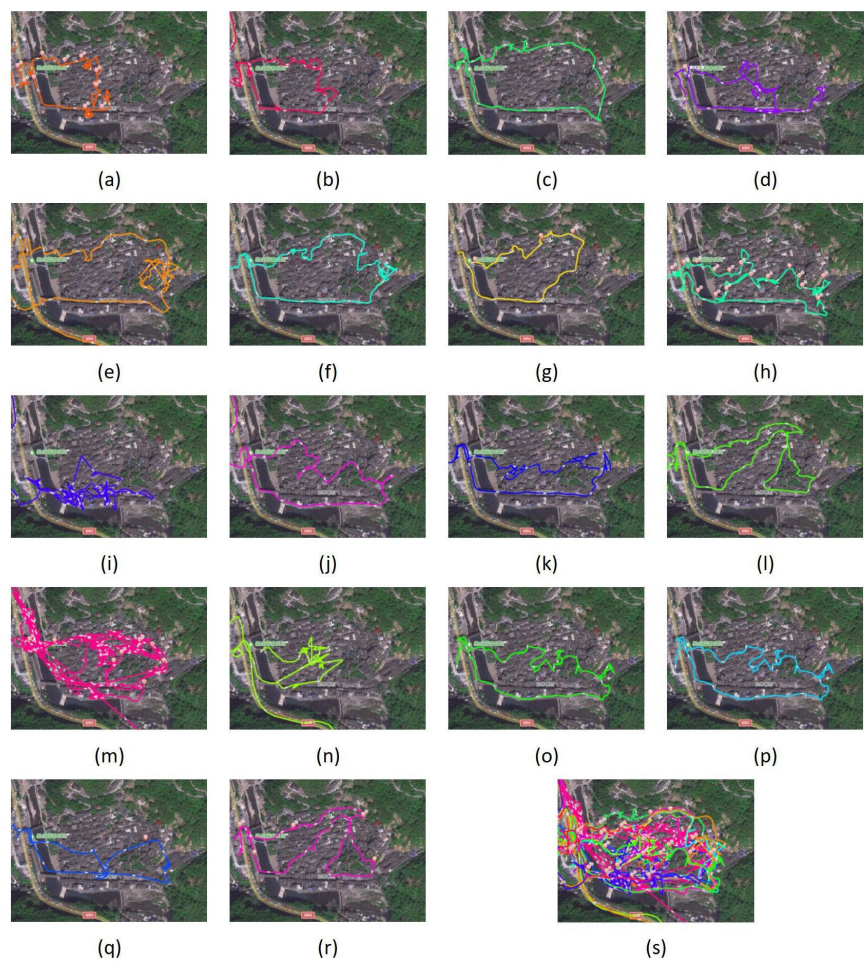


Figure 5. Trajectory data visualization (a~s)
图 5. 轨迹数据可视化(a~s)

从协同性来看，线上文化意象与线下空间行为在“核心文化节点”层面高度一致。词频分析显示，“鼓楼”“双桥”“银饰”等视觉性强、可表演化的符号构成媒介叙事的主干；语义网络进一步表明，这些符号与“打卡”“推荐”“体验”等消费行为紧密绑定。这一逻辑在线下得到充分验证：游客轨迹核密度图清晰显示，活动热点几乎完全覆盖银饰锻造工坊、风雨桥等高曝光文化节点，形成“媒介推什么 - 游客看什么 - 空间聚哪里”的闭环。这种协同提升了文化传播效率与旅游经济效益，短期内强化了地方认同的外部可见度。然而，这种协同本质上是窄化且单向的，它仅作用于已被商品化的文化，而将涉及信仰、技艺传承、邻里互动等生活排除在外。因此，所谓的“协同”实则是对文化整体性的切割，使空间利用服务于媒介逻辑而非社区需求。

此外，文化表征与空间实践之间存在显著的结构错位。一方面，28 个标志性文化旅游点中，近二分之一(如乖乖楼、寨老居等)虽具有文化真实性，却因缺乏视觉奇观性或商业转化潜力，在 UGC 中鲜有提及，导致其在线下亦无人问津，陷入“有标识无流量”的困境；另一方面，部分非文化属性的公共空间(如村口广场、停车场周边等)因人流交汇而成为事实上的聚集区，反而获得远超其文化价值的关注度。这

种“高文化价值 - 低访问频率”与“低文化价值 - 高使用强度”的倒挂现象, 暴露出当前发展模式对文化本真性的背离。更为关键的是, 游客轨迹普遍回避村落南部及龙鼻河东岸的传统居住区, 即便这些区域保存着完整的吊脚楼群与日常交往空间。这种“空间回避”并非偶然, 而是源于媒介意象中对“购物”“神秘”“美丽”场景的偏好, 使得杂乱但真实的生活被视为“不值得展示”的负面空间。于是, 文化被简化为几个可拍照的符号, 空间则被划分为“展演区”与“生活区”, 二者之间的割裂日益加深。

这种选择性的文化呈现与空间使用模式, 实质上是旅游绅士化风险的显性表达。绅士化不仅体现为物质空间的功能置换, 如生活场所转为商业店铺, 更深刻表现为文化意义的剥离与社会关系的重构。在墨戎苗寨, 数字媒介通过算法推荐强化了银饰、苗鼓等符号的消费价值, 使其脱离原有的社会文化语境, 成为可批量复制的旅游商品。与之相应, 游客行为被导向这些符号化的节点, 形成空间上的“文化消费孤岛”。而原本承载祭祀、议事、手工制作等深层文化实践的场所, 因无法在短视频中快速转化为视觉刺激, 逐渐被边缘化甚至被商业空间取代。这种“文化 - 空间”的脱钩, 不仅削弱了地方文化的完整性与传承力, 也可能引发社区内部的空间权益失衡: 部分居民因位于旅游热区而获益, 另一部分则因生活在“隐形”区域而被迫承受旅游带来的干扰却未享其利。长此以往, 村落可能从有机的生活共同体演变为舞台化的消费场景, 居民的主体性与文化话语权在资本与流量的双重挤压下逐渐消解, 这正是旅游绅士化在数字时代的内在危机。

5. 协同振兴的内在机理与路径

5.1. 机理提炼: 从“迎合流量”到“主动协调”

当前墨戎苗寨的“文化 - 空间”协同模式本质上是一种“迎合流量”机制: 数字媒介通过算法筛选并放大视觉性强、易传播的文化符号(如银饰、苗鼓), 构建出单薄的网红意象; 游客据此形成消费期待并集中涌入对应空间; 地方发展则为迎合流量进一步强化这些节点的商业化运营, 形成“媒介推送 - 游客打卡 - 空间变现”的闭合循环。这种机制虽在短期内带来经济效益, 却导致文化被简化为可消费的符号, 深层生活实践与相关空间被持续边缘化, 加速了旅游绅士化风险, 即文化意义剥离、社区结构失衡、空间权利分异。要打破这一循环, 必须转向“主动协同”范式, 其核心是以文化真实性与社区整体性为本位, 重构数字叙事、游客行为与物理空间三者间的良性互动关系。具体而言, 需在认知层构建多元、深度的文化传播内容, 完整呈现非遗技艺与其生活语境; 在行为层通过社区融合的体验设计与智慧导览, 引导游客超越打卡逻辑, 深入真实的文化场景; 在空间层则通过规划干预, 提升边缘文化节点的活力与链接, 推动形成“文化网络”与“生活网络”有机交织的村落肌理, 从而实现从“被流量驱动”到“以文化引领”的根本转变(图 6)。

5.2. 振兴路径建议

为实现上述“主动协同”, 墨戎苗寨的振兴路径应聚焦于以下三方面协同推进。其一, 实施多维度文化叙事与数字技术介入, 联合社区、学者与创作者, 利用短视频、AR、数字地图等技术, 系统构建并传播涵盖工艺流程、节庆内涵、生活故事的全景式文化意象, 从源头突破算法对文化符号的窄化筛选, 塑造虚实融合的深度认知环境。其二, 设计“深度体验与社区融合”的行为引导体系, 推出由原住民主导的非遗工作坊、社区导游、节庆参与等活动, 并借助预约分流与智慧动线规划, 引导游客流量在时空上合理扩散, 促进主客之间的有意义互动与文化共情。其三, 推进空间织补与功能共生的微更新规划, 重点改善生活片区的环境品质与步行连接, 将闲置民居等空间转化为小微文化驿站或体验点; 同时对已过度商业化的核心区进行业态引导与风貌管控, 保障其文化展示与仪式功能, 最终塑造一个展演、生活与服务功能相互渗透、文化传承与旅游发展相互支撑的可持续村落共同体。

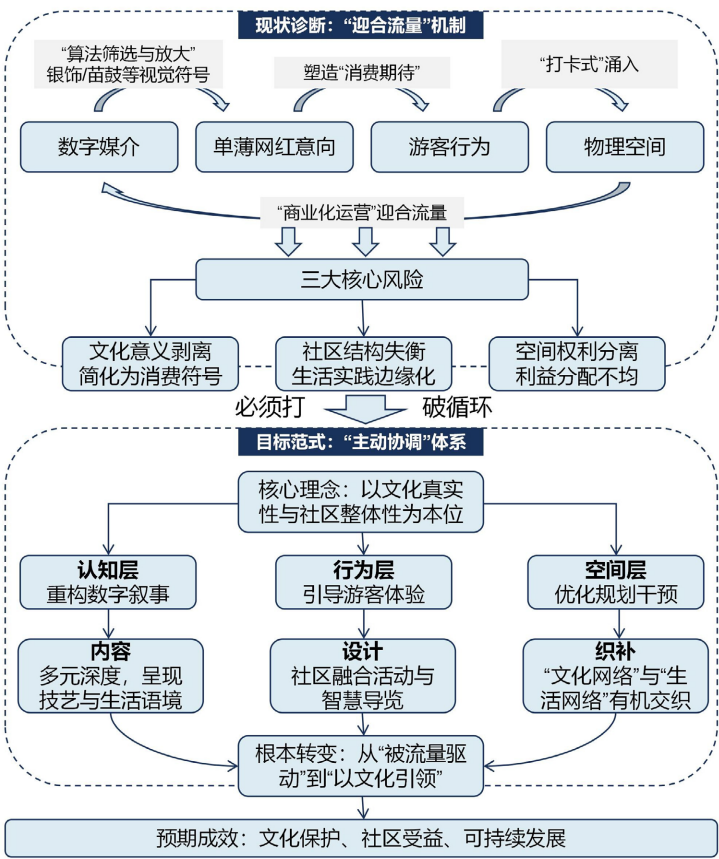


Figure 6. Diagram of the internal mechanism of collaborative revitalization in Morong Miao Village
图 6. 墨戎苗寨协同振兴的内在机理图

6. 结论与讨论

6.1. 结论

本研究以湘西墨戎苗寨为例，通过融合 UGC 文本挖掘、游客时空轨迹分析及地理空间叠加方法，系统揭示了数字技术介入背景下传统村落旅游发展中“文化－空间”关系的复杂图景与内在机理。研究发现：

- (1) 数字媒介通过算法逻辑选择性建构了以视觉符号为核心的消费性文化意象，系统重塑了传统村落的旅游认知图景。
- (2) 线上意象精准引导了线下行为，游客活动呈现出高度集聚与同质化的空间特征，形成“数字推送－实地打卡”的短期响应模式。
- (3) 这种模式导致“文化－空间”关系出现结构性失衡，表层符号被过度消费，而深层文化实践及其承载空间则被系统性边缘化。
- (4) 上述过程本质上是旅游绅士化在数字时代的新型表现，其风险核心在于文化意义的商品化剥离、社区网络的功能性解构与居民主体性的渐进消解。

在理论层面，本研究着重揭示了两重机制：其一，算法通过“选择性建构”——优先推送银饰、苗鼓等视觉冲击强、易传播的表演性符号，并借助“符号放大”——持续强化这些符号的曝光与关联，使得文化资本迅速脱离原有的社会语境，被简化为可批量复制的旅游商品，加速了商品化进程；其二，未被

算法选择的文化空间(如祭祀场所、日常民居)因缺乏数字可见性,虽物理可达却在游客认知中被系统“隐形”,形成一种不同于传统物理排斥的“数字空间排斥”——注意力分配的不平等直接塑造了空间实践的边缘化。这两点机制为旅游绅士化理论补充了“算法驱动”的新解释维度,也为数字地理学提供了来自传统村落场景的实证支撑。

6.2. 讨论

本研究的核心价值在于构建并验证了“线上意象-空间行为-物理节点”三者协同的分析框架,系统揭示了数字媒介通过算法选择性建构文化意象、引导游客空间集聚、最终导致“文化-空间”结构性分异的连续机制,这不仅为理解数字时代传统村落的旅游绅士化风险提供了基于“认知-行为-空间”交互路径的动态解释模型,也在一定程度上提醒了地方规划:缺乏对数字传播与游客行为的主动引导,“网红化”发展模式可能以牺牲文化完整性与社区韧性为长期代价。

然而,本研究也存在一定局限,主要体现在数据层面未能充分捕捉居民主体感知与社区权力结构的动态变化,截面数据也限制了对长期演变过程的观察;同时,在处理数字媒介、游客行为与空间重构之间的因果关系方面,本文并未将数字媒介的兴起置于更宏观的社会经济背景中,且理论视角上对多元行动者通过数字平台博弈重塑地方的具体机制剖析尚显不足。这些局限恰恰指明了未来研究的方向:通过开展长期跟踪研究揭示时序因果关系,引入深度访谈等质性方法剖析关键行动者的适应性策略,并拓展多案例比较以探究不同发展情境下数字技术影响的差异化机理,引入过程追踪方法,系统梳理墨戎苗寨旅游发展的关键时间节点、重大规划决策与营销事件,以更清晰地界定数字技术的真实作用边界,从而构建更具弹性与解释力的理论框架,为传统村落实现文化保护、社区受益与空间正义的协同振兴提供坚实的理论支撑与实践指导。

基金项目

国家级大学生创新训练项目(202510534045); 湖南科技大学 2025 年大学生科研创新计划(SRIP)项目(ZX2512)。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 肖文志. 基于 UGC 数据的芙蓉镇旅游感知形象变化及其影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林业科技大学, 2023.
- [3] 李芳芳, 彭涛, 陈月昇. UGC 短视频促进传统村落形象传播研究——以抖音平台上禾木村形象传播为例[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2022, 56(5): 903-912.
- [4] 刘瑞瑞, 刘沛林. 基于景观基因投射的传统村落旅游意象及其游客感知——以张谷英村为例[J]. 贵州师范大学学报(自然科学版), 2024, 42(2): 12-20+134.
- [5] 王志鹏, 彭延炼. 基于网络文本的村寨旅游形象感知研究——以湘西墨戎苗寨为例[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(5): 88-92.
- [6] 樊亚明, 孙正阳, 张晓莎, 等. 基于 UGC 数据的农业文化遗产地景观意象感知研究——以龙胜龙脊梯田为例[J]. 桂林理工大学学报, 2024, 44(2): 357-365.
- [7] 张诗琪, 柳迪子, 杜守帅, 等. 基于 UGC 数据的传统村落空间感知研究——以黄山市唐模村为例[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2024, 58(6): 688-699.
- [8] 田玉泉. 湘西墨戎苗寨旅游地形象的传播研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 南宁师范大学, 2024.
- [9] 陈琳琳, 徐金海, 雷尚君, 等. 数字技术赋能旅游目的地高质量发展的作用机理与路径探索——基于九寨沟和敦煌莫高窟的案例[J]. 价格理论与实践, 2024(12): 54-60.

-
- [10] 钟晓林. 基于两步路平台的武陵源景区游客时空分布与景观偏好研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林业科技大学, 2019.
- [11] 阎晓娜. 基于数字足迹的旅游休闲街区旅游流时空分布特征及影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南师范大学, 2024.
- [12] 汪徽, 刘春卉. 文化旅游资源驱动下的绅士化特征与机制——以南京老城南为例[J]. 经济地理, 2025, 45(11): 234-244.
- [13] 郭斯琪, 史春云, 钱月祥, 等. 旅游绅士化影响下的乡村空间重构及其驱动机制——以徐州市汉王村为例[J]. 地理科学进展, 2024, 43(5): 966-980.
- [14] 许玉慧, 吴嘉明, 韩璐, 等. 旅游绅士化进程中乡村生活空间重构及其机制——基于场域理论的解析[J]. 地理科学进展, 2025, 44(10): 2109-2124.
- [15] 袁培双. 景观叙事视角下墨戎苗寨村落环境优化设计[D]: [硕士学位论文]. 湘潭: 湖南科技大学, 2024.
- [16] 顾大治, 吴金辉, 杨震震. “文-旅”空间耦合协同度对游客文化遗产保护行为影响研究——以徽州传统村落为例[J]. 现代城市研究, 2024(3): 31-38.