郭占锋，钟灵毓．制造景观：旅游型村庄乡村意象的构建——以陕西省袁家村为例［J］．山西农业大学学报（社会科学版），2025，24（6）：74-84.
GUO Zhanfeng，ZHONG Lingyu. Creating a scenic landscape： constructing the image of a tourism-oriented village —— Case analysis based on Yuanjia Village of Shaanxi Province［J］. Journal of Shanxi Agricultural University（Social Science Edition），2025，24（6）：74-84.
DOI：10.13842/j.cnki.issn1671-816X.2025.06.008

制造景观：旅游型村庄乡村意象的构建

——以陕西省袁家村为例

郭占锋，钟灵毓
（西北农林科技大学 人文社会发展学院，陕西 杨凌 712100）

摘 要：农文旅融合发展促使乡村旅游成为乡村发展新的着力点，大量重复化建设和同质化景观使得乡村旅游开发面临着景观化的桎梏，而袁家村通过乡村旅游景观的生产与乡村意象的构建解构并重建了上述“景观社会”。在居伊·德波的“景观社会”理论和列斐伏尔的“三元空间”理论的启发下，通过剖析陕西省袁家村这一典型案例，探讨了袁家村如何在“制造景观”的过程中实现了乡村意象的构建。结果表明：旅游型村庄首先面临着空间实践的转向，从传统农业村到旅游型村庄的转变，需要建构多维乡村意象以提供旅游资源与情感共鸣；袁家村通过物质景观生产、文化意象表征和社会空间重构实现了乡村意象的全过程构建，呈现出了空间表征；乡村意象的建构之所以能够成功，正是在地方性要素的基础上，主体和客体共同的主体性行动构建了权力—资本博弈下动态平衡的公共性空间，从而呈现出一种表征性的景观空间。通过以上阐述，以期为类似村庄探索乡村旅游的未来发展路径提供新的视角和洞见。

关键词：制造景观；乡村意象；三元空间；旅游型村庄
中图分类号：C915 **文献标识码：**A 文章编号：1671-816X（2025）06-0074-11

一、问题的提出

2025年中央一号文件明确了扎实推进乡村振兴工作的总思路，延续了“建设美丽乡村”的论调，同时再次强调“发展乡村特色产业”“推进乡村文化和旅游深度融合，提升乡村旅游特色化、精品化、规范化水平”等战略部署[1]。这一政策导向标志着我国乡村旅游的发展范式正在发生着根本性的转变：从依托自然资源开发的“资源驱动型”模式，迭代升级为依赖文化符号建构和消费场景营造的“景观消费型”模式。在此背景下，我国乡村旅游发展更加注重景观建设，凭借自身建设的景观独特性吸引游客的视觉目光，从而产生消费行为，进而实现旅游目的地的价值跃升。这一范式的变化一方面解构着乡村原有的物理空间，另一方面通过符号编码和意义生产构建着独特的乡村意象，形成具有中国乡土特色的“景观社会”。

法国情境主义学者居伊·德波提出的景观社会理论，揭示了后工业时代下社会关系被商品景观异化的本质。在德波看来，景观通过制造虚幻的视角图景，使得本该具有主体性的社会生活沦为被动观看的客体，人们的社会生活被景观所统治，人丧失了自身的本真性[2]。景观社会是旅游型村庄发展到一定阶段的可能性后果，这一理论也为解析中国乡村旅游的范式变化提供了重要的理论工具。但值得注意的是，乡土特色的“景观社会”具有自身独特的逻辑：旅游型乡村的景观化进程在多重张力的影响下，既遵循着资本积累的普遍性规律，又呈现出中国乡土社会转型的独

收稿日期：2024-05-01 **修回日期：**2024-05-19
基金项目：中央高校基本科研业务费人文社科专项“旅游型乡村社区空间治理机制创新研究”（Z1090324058）
作者简介：郭占锋，研究方向：农村社会学。

特气质。这种理论适配性要求本研究超越简单的术语移植，在乡土社会的情境中重构“景观社会”的分析框架。

鉴于以上论述，结合景观社会理论与三元空间理论，本文以一个典型的旅游型村庄——陕西省袁家村为研究对象，主要聚焦于以下三个核心命题的理论解构：一是景观社会的空间实践如何形塑乡村意象的多样化呈现形态，正是在其由传统乡土社会转型为旅游型村庄的过程中，乡村意象才有了其构建的必要性；二是深层次探讨权力主体如何通过空间实践构建起符号化的景观表征，即旅游型村庄乡村意象的生产和重构过程。在“制造景观”的生产场域中，村委、资本与村民之间形成复杂的权力博弈网络，村委在宏观层面实施空间规划、资本设计消费场景实现价值转换、村民通过文化展演参与意义生产；三是多元行动者互动何以塑造差异化的表征空间，即乡村意象生产与重构的驱动机制何在，在“制造景观”的意义争夺中，地方性要素、主体性行动和公共空间的营造，共同构成了表征空间的再生产机制。通过对以上问题的回答，本研究旨在揭示中国乡土特色的景观社会生成是乡村意象的构建过程，其葆有的乡村性成为其可持续发展的关键所在，同时从三元空间的视角剖析乡村意象的构建，拓宽了乡村意象的理论内涵，也为乡村振兴中的文化传承与空间正义提供了理论镜鉴。

二、文献梳理与分析框架

（一）乡村意象：景观社会的本土化逻辑

“景观”（spectacle）作为哲学领域的关键概念，其根源可追溯至拉丁词汇“spectae”与“specere”，蕴含观察与被观察之意，部分学者亦将其诠释为“奇观”[3]。该术语最初的应用范围局限于地理学、风景园林学科等领域，其广泛流行归功于情境主义国际领袖居依·德波的里程碑式著作《景观社会》的问世。在该书开篇，德波对即将到来的时代作出了深刻预言：“在当今这个生产条件无孔不入的社会里，生活本身已演化为景观的巨大集合，所有直接存在的事物均被转化为一种表象[3]”。在德波的理论框架中，“景观”作为核心逻辑概念，指的是一种具有主体性、意识性的展示与表演行为[3]。它不仅是当今物品生产不可或缺的背景，更是塑造不断膨胀的影像对象（images－objets）的发达经济部门的直接产物，从而成为当代社会的主要生产方式[3]。在德波的理论体系中，景观被视为一种人为构建的集体幻想，它具体表现为日常生活中的琐碎表象，是对社会原始现实的篡改。景观消解了主体的实在性，构建了一种符号性的存在，进而成为整个社会关系网络的外在映像。在社会现实自我分离的过程中，景观的存在意义不在于揭示何物，而在于呈现了何物。它并非一种手段，或者说，其手段即为目的，景观的目的就在于其自身。

居伊·德波的思想实际上是在马克思对于商品拜物教的极大批判基础上，对20世纪60年代西方资本主义工业化渗透下的消费社会的进一步反思[4]。工业体系成熟后，商品的大量堆积使得人与人的关系异化为了物与物的关系，加之视觉影像技术的进一步发展，社会关系本身被社会现实的主导形式——景观所代替，景观又被资本所浸润，导致人们忽略社会现实的主观能动性，而被奴役在景观表象所创造的虚幻现实之中，丧失了主动思考与理性判断的能力，生活本身成为一种具有虚假主体意识的表演或作秀[5]。西方语境下的景观社会诞生于消费主义与媒介技术的共谋，表现为“少数人演出，多数人默默观赏”的异化状态。情境主义国际运动为了反抗景观统治，提倡将景观化的生活方式再颠倒，以艺术化的“漂移”“异轨”和“构境”等实践手段，建构起由自身主导生活的景观世界，将自身主观能动性塑造为社会的真实存在，以此来反抗商品景观的剥削[3]。这些策略虽然具有一定的乌托邦色彩，但它们为反抗景观统治提供了重要的思想资源和行动指南。

居伊·德波的景观社会论述为本文提供了启发和思考，不同于西方话语下的“景观拜物教[6]”，中国“乡土社会”话语体系下的“景观社会”有着独特的生成逻辑。中国乡村的景观化则呈现出政策主导、资本跟进、村民参与的复合特征。在改革开放的大刀阔斧下，中国社会逐渐由计划经济体制转向开放化的市场社会，为景观社会的形成提供了前提条件。资本的浸润使得以消费为导向的广告等视觉景观快速发展，推动着

景观社会的进一步发展。社会的整体流动性加强，村民间传统的熟人社会模式被逐渐打破，个体的泛化与不确定性大大加强，这是景观社会形成的社会基础。因而，中国景观社会的出现与发展有着其历史必然性，但总体上与国家政策导向息息相关。

随着政策导向下的乡村旅游如火如荼地推进，旅游型村庄背景下的景观社会又有何表现？在回答这个问题前，需要明确的是乡村旅游的本质属性在于其乡村性。作为乡村旅游研究的元概念，乡村性的概念建构呈现出明显的跨学科特征。地理学者Bernard Lane首次提出了乡村性的概念，他从地理学的角度重点强调了乡村旅游的发生地点，即乡村旅游是发生在乡村的旅游活动，“其核心吸引力在于乡村性（rurality）的自然与文化特质”[7]。欧盟和OECD也将乡村旅游的地理属性与“乡村性”绑定，作为与城市旅游区分的关键[8]。国内学者何景明在概念耦合上作出了开创性贡献，他论证了乡村性与乡村旅游的共生关系，指出前者是后者的存在根基，二者共同构成“乡土真实性”的判别标准[9]。这种本质主义界定为后续研究划定了基本范畴，但也为后续表征研究留下拓展空间。李开宇在此基础上发展出“意象—空间”互构理论，强调通过景观符号的地域化编码来传递乡村性特质[10]。熊凯首次将文化地理学中的“乡村意象”的概念引入乡村旅游研究，他将乡村意象定义为是乡村在长期的历史发展过程中在人们头脑里所形成的“共同的心理图像”，具有“可印象性”和“可识别性”的特点[11]。尤海涛等学者在上述研究的基础上，提出乡村旅游“主要是一种游客对由乡村性（村庄景观与文化）决定的乡村意象的精神印象”[12]。总的来说，“乡村意象”是在中国历史文化中所衍生的乡村特有的精神气质，具有稳定性与独立性。有关“乡村意象”的构成要素也集中表现为乡村景观要素与乡村文化意象要素，也就是汪惠萍等人所说的“物质性要素”与“非物质性要素”[13]。

基于前文分析，本文提出中国乡土语境下的“景观社会”在旅游型村落中具象化为“乡村性”的塑造过程，其核心在于“乡村意象”的系统构建。相较于西方景观社会理论过度强调视觉符号的操控性[14]，中国化理论框架更注重社会结构、文化传统等深层要素对景观形态的形塑作用。民众对真实性与审美价值的双重诉求，正推动本土景观社会向积极方向演化。通过发展乡村旅游，既能实现景观空间的“去伪存真”，又可促进环境审美化的可持续发展[15]。这种实践表明，中国乡村景观的建构逻辑，既突破了西方理论的表层解读，又通过在地化创新形成了独特的文旅融合路径。

（二）制造景观：乡村意象构建的分析框架

美国“乡土景观之父”杰克逊[16]（John Brinckerhoff Jackson）在其著作《发现乡土景观》开篇明晰了“景观词义解读”，即“景观是地球表面的一部分空间，在一定程度上是永恒的空间，有着独特的地理或文化方面的特征，由一群人所共享”“景观是土地上人造空间的集合”[17]。对于景观概念的这一解读为本研究提供了新的空间视角，因而本文将“制造景观”理解为制造“景观化”的空间生产过程。实际上，旅游型村庄的转型发展与空间理论存在着较强的理论关联性：一方面，空间理论为旅游型村庄的转型发展提供了理论支撑，空间生产理论揭示了空间作为社会生产实践产物的本质，旅游型村庄通过将自然生态、民俗文化与旅游资本有机结合，重构了村庄的空间形态与经济结构[18]；另一方面，旅游型村庄的转型发展为空间理论提供了鲜活的实证案例与理论拓展空间，村庄空间形态在旅游开发的过程中由单一居住功能向多元旅游功能转化，也催生了“地方性”的营造与“空间化”的叙事等多重视角[19]，拓宽了空间理论的研究维度。

20世纪70年代，法国社会学家列斐伏尔创造性地将空间这一概念引入社会学的研究对象之列，提出了空间生产理论。空间生产是涵盖开发、设计、使用、改造全周期的动态过程，实质在于自然空间的“人化”过程[20]。传统哲学将空间简化为类似“物理容器”的物质空间和“主观意识的产物”精神空间的二元对立，列斐伏尔认为，这种二元对立的认识论导致了空间的静态化，无法解释现代社会空间的复杂性与动态性。在二元对立论的基础上，列斐伏尔建构了“空间实践—空间表征—表征性空间”的三元辩证法[21]，这一辩证法为解析乡村意象的构建提供了

理论分析工具。

本文在借鉴景观社会理论与三元空间理论的基础上，结合乡村旅游的发展实际，形成如图1所示的“制造景观”的乡村意象构建分析框架，这一分析框架旨在揭示乡村意象构建中物质改造、符号编码与意义协商的多维互动，最终意在描绘乡村旅游背景下的“景观社会”图景。其中：空间实践作为物质改造维度，聚焦于具象空间的物理重构，体现为自然基底的功能置换与社会关系的物质化表达，包括建筑形态改造和街道功能分区等显性操作，主要回应乡村意象的多维呈现问题；空间表征则作为符号化的维度，聚焦于权力主体的话语建构，具体表现为地方政府主导下、资本介入后进行的物质景观的舞台化生产、文化景观的符号化重构和社会空间的冲突与重组，主要回应乡村意象的生产与构建问题；表征性空间则是作为体验性维度，承载着游客与地方居民的情感互动，是一种主客体互动中的意义再生产的过程，体现了日常生活中的意义争夺，主要回应乡村意象的建构何以可能的问题。总之，旅游景观本质上是一种空间化的呈现，通过乡村意象的拼接，构建了一个可供消费的符号系统，空间实践提供了景观社会的物质基础，空间表征完成了文化符号的编码，表征性空间则成为景观消费的情感容器，三个维度交织构成了动态的乡村意象生产场域，呈现了乡村旅游中的“景观社会”图景。

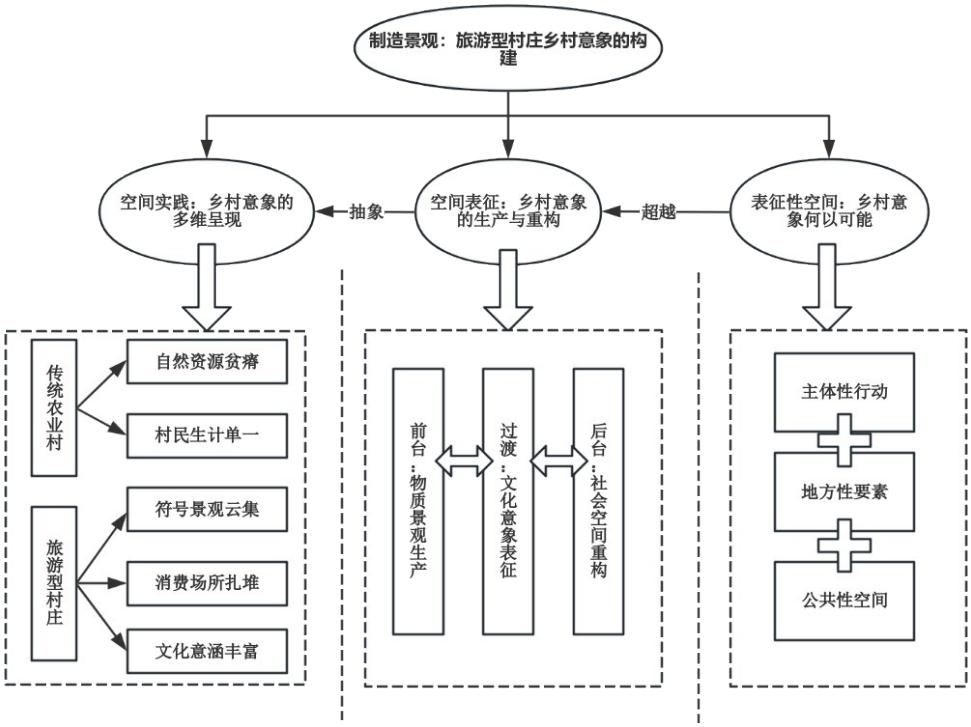


图1 “制造景观”的乡村意象构建分析框架

三、空间实践：袁家村乡村意象的呈现

本研究采用了单案例研究法，通过对袁家村从20世纪六七十年代的贫困村落发展到如今国内外闻名的旅游型村庄的过程性描述，展现其乡村旅游开发中乡村意象的构建过程。笔者所在的研究团队长期关注袁家村的发展变化，对其最早的研究可以追溯到2016年7月，在长达9年的跟踪调研中，收集了较为翔实的田野资料。为了贴合本文研究目的，更准确地了解袁家村乡村意象的构建，笔者于2023年6月8日至13日对袁家村进行了回访，同时为了更新袁家村制造景观的实践过程，笔者于2024年7月2日至23日、2025年1

月再次驻村调查，完成了资料的补充收集。访谈的主要方式为非正式访谈与参与式观察，访谈对象主要有村委会工作人员、袁家村村民、小吃街工作人员、酒吧街创业人员、中医康养街工作人员等共计30余人。本文后续的访谈资料均已进行了书面化的整理，同时还辅以袁家村村史馆材料、已公开发表的报道等，以期对袁家村乡村意象的构建进行系统而真实的解读。案例资料情况如表1所示。

表1 案例资料情况

类别	访谈对象身份	访谈时间	访谈人次	访谈内容
景观生产	村“两委”工作人员、景区工作人员、游客、本村村民	2023年6月 2023年12月	13	袁家村发展历程、构建了什么样的乡村旅游景观图景、袁家村乡村旅游为何吸引人来
意象构建	农家乐原村民、小吃街商户、酒吧街商户、书院街商户、合作社入股成员	2024年7月 2025年1月	17	乡村意象类型、意象的生产与重构、为什么乡村意象构建能够成功
补充研讨	2024年7月14日，研究团队于袁家村村委会会议室探讨乡村旅游后续发展方向、乡村景观构建思路等主要议题，整理袁家村村长及村“两委”主要成员关于乡村旅游的重要论述			

注：笔者及其所在团队自2016年7月前往袁家村开展12次田野调查，其中2016—2019年、2021—2022年每年各1次，2023年3次，2024年2次，2025年1次。前期“乡村合作”“村落转型”“制造团结”等主题调研为本文提供有益支撑

（一）传统农业村到旅游型村庄的实践转向

袁家村的最早发展源于“自救”，经历了20世纪六七十年代“靠天吃饭”的贫困窘境，村民更加珍惜集体经济发展的巨大机遇，面对市场经济的浪潮，袁家村没有故步自封，而是积极寻求新的发展路径。20世纪90年代，袁家村顺应时代趋势，由村党支部书记GYL号召，从传统农业生产向工业生产转型，先后建立了砖瓦厂、水泥厂等村办企业，这一阶段工业化的快速发展为袁家村积累了大量的财富。然而进入21世纪初，尤为严重的环境污染使国家意识到工业发展不能以牺牲环境为代价，从而调整了对于工业企业的政策趋向，高污染、高耗能和高排放的工业企业陆续停产被淘汰，袁家村被迫寻找新的转型之路。在这关键时刻，袁家村的领导者以敏锐的洞察力和超前的战略眼光，锚定了乡村旅游这一新兴产业。袁家村开始了一场以关中民俗和农村生活为核心的旅游开发实践。2007年，袁家村换届选举后GZW继续担任村党支部书记，此时中国的旅游业也正刚刚起步，他带领部分村民前往全国各地调研，总结成功经验，发现了乡村旅游的新路子。依托关中传统民居资源，GZW亲自带领村民装修改造自家庭院，创新推出“庭院经济”形态，引导村民将自家院落改造成特色农家乐，既保留原生态居住功能，又植入餐饮住宿等商业业态，形成“住宅＋农家乐”的独特经营模式。这种将农业生产、居民生活与旅游服务有机结合的方式，开创了乡村旅游发展新潮流。

在主题定位上，袁家村深度挖掘关中文化基因，构建“在地化体验”体系。通过复原康庄老街历史场景，系统化展示古法织布、石磨碾谷、木榨出油等传统技艺生产链，将农耕文明记忆转化为沉浸式文化体验。2009年创新打造的小吃街，汇聚百种关中特色小吃，严格推行“一店一品、现制现售”的运营标准，既保证风味正宗性，又通过明档操作增强消费信任，使美食体验成为传承民俗的重要载体。2011年实施的“文化空间再造”工程，构建了多层次的文旅生态环境。在原有业态基础上，新建传统作坊体验区和酒吧街区，将传统建筑美学与现代休闲功能有机融合，形成跨代际的文化对话空间。面对健康产业新机遇，袁家村于2023年启动“文旅＋康养”的战略升级。依托国家政策导向，将原有文创街区转型升级为中医药康养特色街区，主动引入老字号药坊、养生膳食馆、草本疗愈馆等新业态，打造“治未病”健康养生链，既保留传统诊疗智慧，又融入现代健康管理技术，形成“药膳体验—理疗服务—养生旅居”的全产业链条，实现传统医学文化的创造性转化、创新性发展。2025年1月23日，袁家村的沉浸式主题街区烟霞巷盛大开市，漫步其间，既能体验到皮影戏等关中民俗，还能感受江南园林的曲径幽深。

袁家村从单薄的传统农业村到涵盖“九大街区”的立体文旅布局村庄的实践转向并非一蹴而就，而是循序渐进从单一的农家乐形态演变为集文化体验、美食旅游和健康养生于一体的复合型文旅旅游目的地，构造了“可感知、可体验、可带走”的文化消费闭环。

（二）旅游型村庄的乡村意象呈现

袁家村的乡村意象呈现出复合性特征，如表2所示，其建设既注重物质空间的精细化塑造，又强调文化内涵的深度挖掘与社会关系的良性培育。物质景观、文化景观、社会空间三个层面相互融合，构建起完整的乡村意象体系，即非简单复制传统乡村形态，而是通过现代手法对传统精髓进行创造性转化。游客在此既能体验农耕文明的传统魅力，又可感知关中民俗的独特风情，还能在充满温情的社会环境中获得精神慰藉。

物质景观塑造方面，袁家村通过传统建筑元素营造直观的乡村意象。村落采用明清关中民居的典型格局，青砖灰瓦的独门院落沿中轴对称分布，既保留传统建筑美学，又承载家族文化记忆。村内道路系统兼顾传统肌理与现代功能，蜿蜒小径旁绿植与仿古路灯错落有致，在维持乡村静谧氛围的同时提供便利设施。村口古槐、井台石凳等节点空间经过精心设计，将传统生活场景转化为可供体验的休闲场所，为都市游客提供心灵放松的场域。

文化意象挖掘上，袁家村通过活态传承构建文化记忆。康庄老街保留油坊、腐竹坊等传统手工作坊，完整展示锄头、镰刀等农具及石磨等传统生产工具，使农耕文化具象可感。非物质文化遗产通过秦腔表演、皮影戏展演等形式动态呈现，增强文化体验的深度。饮食文化方面，小吃街汇聚108家特色商户，每家专注一道传统美食，既保持地道风味又创新呈现方式，使游客在品尝中理解关中饮食文化内涵。

社会空间构建是袁家村持续发展的内在支撑。传统道德观念通过“立德堂”等载体实现现代转化，定期举办的道德讲座和农民夜校提升村民素质，培育崇德向善的村风。商户诚信经营与邻里互助行为形成良性互动，共同营造出充满人文关怀的社区氛围。这种将传统智慧与现代治理相结合的模式，使袁家村成为既有文化厚度又具情感温度的精神家园，让游客真切感受到乡村社会的内在凝聚力。

表2 袁家村的乡村意象呈现

乡村意象类别	具体构成	举例说明
物质景观	自然环境	农业观光体验园
	建筑风格	街巷体系呈现纵横交错的棋盘式格局、延续明清时代的建筑风格等
文化意象	民俗文化 饮食文化 现代文化	作坊街、小吃街、西府皮影、手工织布、酒吧街、艺术长廊、滑雪场、摩天轮、工艺品等
社会空间	淳朴民风 乡规民约	邻里守望相助、商铺诚信经营、道德讲堂定期开讲、农民夜校培训技能等

四、空间表征：袁家村乡村意象构建的过程阐释

（一）作为前台的物质景观的舞台化生产

1. 仿古街区的空间叙事：景观意象的立体建构

袁家村以“关中民俗”为核心概念，构建起一座民俗文化展厅。其空间叙事的策略超越了简单的建筑仿建，而是通过“街道—巷道—院落”的三级空间体系编织成视觉可见的景观意象。青砖绿瓦、木雕隔扇等要素共同构成视觉符号系统。这种符号化的表达并非各种元素的简单堆砌，而是通过空间序列的节奏变化去完成立体化的空间叙事：村委会所在的主街道作为“叙事主轴”，其连接着袁家村本村村民所在的农家乐街道与繁华的小吃街街区，商铺旗幌的招展形成了视觉焦点，仿若重现“商贾云集，市井繁华”的历史图景；其他蜿蜒的巷子和弄堂作为“叙事支线”，分别通往书院街、中医康养一条街等街区，路上青砖地面的起伏引导着游客继续深入探索；农家乐街道展现为一个个独立的院落，形成了“叙事单元”，家家户户门前绿树成荫，门楣上题

刻着家训家规，浓缩着家族兴衰的微观历史。

这种空间编排实现了双重价值转化：在文化维度，通过物质空间的场景化再现，使抽象的地域文化变得可触摸、可体验；在经济维度，功能分区的精心设计确保商业价值的最大化发挥，形成一种“快消费”与“慢体验”的经济互补。同时，这种立体的空间叙事也并非一种静态的呈现，而是会随着季节时令动态调整，腊月里摆放百人火锅宴的长桌、夏夜里支着夏夜集市的文艺小摊，将建筑空间转化为承载时间与记忆的立体容器。

2. 景观符号的资本化运作：文化价值的现代转译

袁家村创造性地将地方特色美食转化为景观符号，实现了传统饮食的意义增殖。以“袁家村酸奶”为例，玻璃罐包装提升了商品本身的质感，贴上的标签“纯鲜奶发酵、享受健康品质生活”成为传统手作制品的视觉代言，这种符号化的运作遵循着“形式—功能—意义”的三重编码逻辑：玻璃器皿作为形式载体，其使用价值确保了消费黏性，关中印象体验地等文化标签则创造了一定的溢价空间。再例如，辣子坊门前摘选优质辣椒的女工，每个动作展现在游客的视觉之下，使得食物本身成为承载饮食文化的媒介，其劳作场景背后由辣椒构成的党旗强化了游客的视觉记忆点。这种资本化的运作证明了传统文化元素在现代商业逻辑中完全可能实现创造性转化，关键在于找到文化本真性与市场接受度的平衡点。

3. 舞台化生产的矛盾性：真实性与商业性的辩证张力

前台空间的舞台化呈现一种双刃剑的效应，一方面创造了文化的吸引力，另一方面也带来了维护的困境。仿古建筑的木质构件需要定期更换，青砖绿瓦需要定期补漏，高昂的维护成本客观上加速了建筑符号的景观化和传统工艺的表演化，作坊街中的手工纺车和压油机器仅仅作为装饰元素存在。辩证来看，在旅游经济的起步发展阶段，这种“符号化”的必要牺牲换取了文化传承的火种得以保留，在旅游业渐趋成熟后，村“两委”也及时建立了传统工艺传承人档案，要求商户保证核心技艺的“原真性展演”，催生了“前店后厂”模式的诞生，游客得以参观古法酿造酱油、大米发酵醪糟的真实过程。这种“前台表演＋真实后台”的混合模式，既满足市场需求，又为传统文化保留生长空间，展现出乡村文旅发展的动态平衡智慧。

（二）作为过渡的文化意象的符号化重构

1. 地方饮食的仪式化再造：味觉记忆的剧场化呈现

在袁家村的文化基因确立过程中，地方饮食和节庆活动被赋予新的符号意义，这种符号化转译既延续了文化基因，又催生出独特的展演经济。陕西关中以面食为特色，小吃街各类面食的文化脚本堪称饮食符号化的典范，店铺人员从揉面开始展现，下锅、呛汤、泼面，完整完成了一套面食的仪式化制作，配合“袁家村村花”的解说视频，“一煎二呛三泼面，酸辣香浓代代传”，将烹饪过程升华为一种文化叙事。

同时，小吃街要求统一使用作坊街自产的油、醋、辣子等等，这种标准化的统一配方蕴含着文化适应的辩证逻辑，强化了袁家村这一品牌的识别度——这种标准化配方使得游客在任何城市体验店都能获得稳定的体验，可复制性为地方饮食走出关中提供了可能。更值得注意的是，标准化倒逼工艺创新：辣子作坊开发出“五香”“麻辣”等不同风味，醋坊在保持大曲工艺基础上推出“年份醋”系列，证明标准化与多样性并非二元对立，而是可以共生共荣。

2. 节庆活动的表演性转化：生活仪式的媒介化重生

关中社火巡游的媒介化转型展现出传统文化强大的适应力，正月里的舞龙舞狮队伍不再囿于庙宇广场，而是沿着小吃街进行“快闪式”表演；秦腔演出的“折子戏化”转型同样充满张力，村委会广场前搭建的戏台唱着秦腔选段，同时也在抖音进行直播，秦腔艺人一边感情充沛的演唱，LED 背景屏实时切换的唱词字幕，使年轻观众也能理解秦腔的冲突魅力，另一边艺人也时刻关注着抖音直播飘来的弹幕，和线上的观众进行着玩笑互动。这种“片段化展演”和“混搭实验”虽失去完整的仪式流程，稀释了文化的浓度，引发一定的争议，却让传统文化接触更广泛的受众群体，为非遗技艺注入生存活力，传统与

现代在笑声中达成和解。

3. 地方认同的异化困境：文化主体的双重在场

村民的身份认知转变折射出文化认同的流动性。村民也直言道：“以前做花馍是祭祖用的，现在要给村里拍视频，颜色得调亮些才上镜。”这种实用主义态度虽削弱文化本真性，却催生出“新民俗”的创意，各种卡通造型的花馍成为网红伴手礼。文化主体性的让渡并非单向失落，而是催生着袁家村“新村民”的联结。外来商户与本地村民在合作中创造新面貌：海南米粉师傅学会用关中话吆喝、本地阿姨在游客服务中心的咖啡店里学做拉花。袁家村正以“活态博物馆”的姿态，演绎着传统文化创造性转化的生动实践。

（三）作为后台的社会空间的冲突与重组

1. 权力网络的动态博弈：三重逻辑的辩证交织

乡村旅游发展催生出“政策主导、资本跟进、村民参与”的三元权力结构，形成既竞争又共生的动态平衡。地方政府和村“两委”作为空间规则的制定者，针对外来小商小贩在道路两旁设摊经营的乱象，也进行了一定程度的妥协，即允许各有特色的商贩通过征集报名的方式在特定时间可以在村委会广场上进行摊位运营，同时不得打扰村委会广场的其他活动事宜，折射出政策执行的结构性弹性；旅游资本则构建起精密的空间运营系统，袁家村旅游总公司整合客流量、停留时长、消费转化率等23项指标，将核心街区商铺分为“流量型、体验型、配套型”三类，实行“保底租金＋流水抽成”的复合计价机制，针对效益不高的体验型商铺，甚至可以做到免租金；同时村民作为参与主体和分红主体，一小部分村民由于代际原因，将世居院落出租出去给他人实施商业运营，形成“产权在地、经营离场”的特殊空间现象。三方力量在袁家村展现出独特的动态平衡：政策规制划定发展边界，资本逻辑驱动空间商品化，村民实践则维系着场所精神。这种既竞争又共生的关系，演绎着传统村落转型的复杂叙事。

2. 社区空间的分化重组：从熟人社会到业缘共同体

旅游业发展的十几年间，袁家村核心区的人口结构也发生着一定程度的空间重构，一些原有的院落被改造为“王家茶楼”，在其中可以享受品茗、秦腔、采耳等多重产品，袁家村的“新村民”呈现出同业态聚集的特征，周至楼观台的木雕艺人和三原的皮影匠人在北街形成工艺集群，南街则被兴平辣子蒜羊血、乾县豆腐脑等地理标志小吃占据，形成“一街一业态”的蜂窝状经济单元。

社会关系网络经历着解构与重构的双重进程。传统的“红白理事会”功能弱化，取而代之的是“商户自律联盟”等行业协会组织。外来经营者主动加入各街区行业协会，参与袁家村举办的“千人火锅宴”等各类民俗活动，这种文化适应证明，商业理性与文化认同可以在特定场域达成微妙平衡。

3. 生计方式的转型困境：发展主义的双刃剑效应

旅游经济彻底重构了村民的生计图谱。户均年收入十年间增长21倍，但收入结构呈现“高弹性－低风险抵御”：餐饮类商户毛利润达45%，却需承担淡季现金流压力；手工艺品经营者年入数十万，但90%收入依赖暑假旺季。疫情期间的极端压力测试暴露出经济脆弱性，文创街区很多经营户三个月零收入而被迫关店，村委会紧急实施免除租金的激励措施，但仍收效甚微。

年轻一代的“离土不离乡”现象值得关注。80%的返乡青年从事旅游服务，从民宿经营到短视频运营，新的职业谱系正在形成。但传统农耕技能面临代际断裂，会编竹篾的老匠人不足10人，古法酿醋技艺仅剩个位数的传承，这种文化断代现象需要引起足够的警惕。

五、表征的空间：乡村意象的构建何以可能

（一）乡村意象的地方性要素：审美与功能的共生逻辑

袁家村的乡村意象重构，本质上是地方性要素的创造性转译。这种转译既非简单的符号拼贴，也非功利性的功能改造，而是通过审美表达与功能需求的深度融合，构建出具有生命力的文化空间。这种共生逻辑渗透到空间生产的每个维度，形成“在地性”与“现代性”的对话场域。

关中民居的窄院深宅形制在袁家村获得当代转译，门楼砖雕保留了“五福临门”“暗八仙”等传统纹样，更值得关注的是空间流线的仪式化设计，从牌坊进入村口的文化缓冲区，经茶楼、醋坊、油坊构成的前导空间，最终抵达以祠堂为核心的精神场域，这条动线暗合“入俗—体验—升华”的叙事逻辑。酸奶和醪糟在袁家村完成了从地方食品到文化符号的蜕变，特制玻璃罐装上印刻的“袁家村”印记，将饮食器具转化为品牌信物，这种符号化操作使食物成为承载文化想象的移动媒介——游客晒出的“袁家村酸奶”，实质是对地方文化认同的消费仪式。“王家茶楼”的茶道表演配合着关中戏曲娓娓道来，老师傅身穿苎麻服饰演示“三沸三滤”的古法，使日常饮茶升华为文化展演。社火表演在袁家村被编织进“文化巡礼”的叙事框架，舞龙舞狮队伍从祠堂出发象征“祖先庇佑”，途经小吃街进行“民俗快闪”，最终在戏楼前完成“仪式收束”，这种场景化再造既面临商品化挑战，也创造文化增殖的机遇。

袁家村的实践揭示，乡村意象的构建本质是“地方性知识”的创造性转化。建筑空间的叙事编码、饮食符号的象征消费、民俗活动的场景再造，共同构成“审美—功能”的共生系统。这种系统既非博物馆式的标本陈列，也非无根的商业拼贴，而是在文化自觉基础上实现的“地方性基因编辑”——这里没有绝对的原真，也没有纯粹的消费，只有永不停息的文化再生产，这正是乡村振兴的深层逻辑。

（二）主体和客体的主体性行动：原真与消费的辩证统一

老匠人群体作为文化持有者，发展出“生产性保护”的实践智慧。他们以“手工作坊＋师徒制”来对抗文化空心化，皮影戏传承人的徒弟每日骑车十几公里来店里学习皮影制作工艺；腐竹店的技艺传人将每道工序分解，游客可自行参与蒸煮黄豆、压制过滤等过程，实质上是一种文化的“转译”策略，既保留技艺本真性，又创造新的价值认同——当游客将亲手制作的腐竹或是醪糟等产品作为伴手礼，传统技艺完成了从“生活果腹”到“文化符号”的当代转换。游客凝视重塑着文化呈现的形态谱系，深度游群体催生“沉浸式体验”升级，烟霞巷兼具大唐盛世和江南园林的双重意蕴。

原真与消费的张力本质是“地方性知识”与“全球消费主义”的对话。袁家村的实践显示，二者并非此消彼长的零和博弈，当腐竹坊将古法腐竹术转化为旅游体验时，传统技艺既获得经济补偿，又通过游客参与实现文化增值；当资本介入推动的“非遗活化”项目使皮影戏、秦腔、书法等获得了广泛的数字化传播，传统艺术突破地域限制获得新生。这种共生证明了文化遗产的保护不在于对抗现代性，而在于找到与消费社会共舞的节拍。这种辩证关系塑造出有温度的文化景观。游客在青瓦灰墙间寻找乡愁记忆，村民在游客凝视中重估文化价值，资本在博弈中学会“戴着镣铐跳舞”，达成了原真性与消费性追求的辩证统一。

（三）权力—资本博弈的公共空间：规制与创新的平衡术

村“两委”以游客容量、文化呈现质量等可量化指标为评估依据，对各街区的核心商铺实施年度动态调整和末位淘汰制度。这种“末位退出”的规则表明了袁家村“重开发更重运营”的态度，被淘汰的商铺面临着重新竞标和更严格的准入等措施，这种动态规制既维护了各街区旅游产品的质量，又通过市场竞争激活了商户的活力。

袁家村的“卫生轮值”制度，是村民自治智慧的生动实践。各商铺按约定俗成的规则，每日早晚轮派人员参与公共区域清扫，并在夜幕降临后组成联合巡逻队，形成“主动清扫＋互相督促”的环境维护机制。商户门前的“三包”制度与公共区域的轮值形成了空间责任网络，同时培育了契约精神，各街区核心商户每周晨会强调大小事宜，尤其是小吃街集体承诺“假一罚十”，用信誉担保重塑食品安全的信心。这种“共扫门前雪，同护集体利”的自治实践，使卫生维护从行政要求转化为村民自觉，既延续了传统乡村的互助传统，又构建了现代社区的责任伦理。

末位淘汰制通过市场压力倒逼产品质量和文化创新，轮值经营制则通过权益共享激发主体活力，政府规制设定文化底线，村民实践注入在地智慧，资本力量在制度约束下转向文化价值投

资。这种治理范式突破“强政府—弱社会”或“强资本—弱规制”的二元对立，在动态博弈中形成“有为规制引导有效市场，有机社会孕育创新动能”的乡村振兴新路径。作为客体的游客和作为主体的村民共同见证了制度创新与在地实践共同谱写的空间正义实践。这些制度设计形成了“政府引导—村民主体—市场参与”的联动机制，使公共空间成为权力博弈的“减压阀”，而非资本独享的“角斗场”。

六、结论与讨论

本文通过对陕西省袁家村的深入剖析，系统地探讨了旅游型村庄在乡村意象构建过程中的复杂性与创新性。袁家村的实践不仅实现了对传统乡村旅游开发范式的突破与重构，更在本土情境中生动演绎了“景观社会”的核心要义。借助列斐伏尔提出的三元空间分析框架，该村通过物质空间改造（空间实践维度）为文化符号生产（空间表征维度）构建实体载体，同时以生活世界的本真延续（表征性空间维度）确保意象构建不沦为形式化布景，形成完整的意义生产系统。

袁家村从传统农业村向旅游目的地转型的实践经验，充分验证了空间生产对乡村旅游发展的核心驱动作用。这种产业结构的转型更深层次上实现了物质空间形态和文化空间内涵的双重革新。通过系统性构建乡村意象，袁家村将传统风貌保护与现代旅游功能有机结合，打造出兼具历史真实性与现代体验性的旅游空间，既丰富了旅游资源维度，又强化了游客的情感联结，为乡村旅游的可持续运营提供了实证范本。

乡村意象的全过程塑造构成了袁家村的核心竞争力。从物质景观的精细化打造到文化符号的深度开发，再到社会关系的和谐培育，各环节形成协同创新效应。物质层面在完整保留关中民居建筑风貌的基础上，借助功能适应性改造实现传统空间的现代功能转换；文化层面系统挖掘非物质文化遗产资源，以活态传承方式构建沉浸式文化体验场景；社会层面通过道德建设和社会互动，培育具有人文温度的精神共同体。这种三维协同的系统性创新机制，使袁家村在同类旅游项目中形成独特的差异化发展优势。

在特色意象的构建过程中，袁家村展现出多元主体基于在地性资源的共生智慧。地方政府通过规划管控与品牌培育发挥引导作用，社会资本依托专业运营注入市场活力，原住民通过日常实践延续文化根脉。三者形成权力博弈下的动态平衡，通过功能融合与价值共生，在审美表达与功能实现的辩证关系中，在文化传承与商业运营的平衡机制中，在公共空间营造的协同治理中，创造出兼具原真性与现代性的特色空间，实现了文化体验的深度供给。

需要特别指出的是，乡村旅游开发应避免陷入景观形式主义的误区。部分区域为追求短期效益，过度强调视觉呈现而忽视文化内核，导致项目沦为空心化景观。从治理维度看，应推动农业、文化、旅游三大要素的深度融合，摒弃表面化工程，深挖在地文化的精神价值。袁家村的实践表明，唯有实现传统与现代的有效对话，乡村旅游才能完成从“场景营造”到“价值生产”的质变，真正成为承载集体记忆的精神容器。这种特色发展模式，既区别于周庄等传统古镇的遗产保护路径，又异于纯商业化主题公园的运营逻辑，开创了具有本土特色的农文旅融合新范式。

参 考 文 献

[1] 中国政府网. 中共中央、国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL].(2025-02-23)[2025-03-21]. https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005160.htm.

[2] 姚继冰，张一兵. “情境主义国际”评述[J]. 哲学动态，2003（6）：44，46-47.

[3] 居伊·德波. 景观社会[M]. 张新木，译. 南京：南京大学出版社，2016：13，3，14，7，40-45.

[4] 仰海峰. 德波与景观社会批判[J]. 南京社会科学，2008（10）：9-16.

[5] 张一兵. 颠倒再颠倒的景观世界——德波《景观社会》的文本学解读[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学版)，2006（1）：5-17.

[6] 张一兵. 景观拜物教：商品完全成功的殖民化——德波《景观社会》的文本学解读[J]. 江海学刊，2005（6）：23-29.

[7] Bernard Lane What Is Rural Tourism?[J]. Journal of Sustainable Tourism，1994（2）：7-21.

[8] Sharply R，Jepson D. Rural tourism and the distinction of rurality：a framework for analysis[J]. Journal of Sustainable Tourism，2011，19（2）：125-140.

[9] 何景明，李立华. 关于“乡村旅游”概念的探讨[J].

西南大学学报(社会科学版)，2002，28（5）：125-128.
[10] 李开宇．基于“乡村性”的乡村旅游及其社会意义[J]．生产力研究，2005（6）：107-108，169.
[11] 熊凯．乡村意象与乡村旅游开发刍议[J]．地域研究与开发，1999，18（3）：70-73.
[12] 尤海涛，马波，陈磊．乡村旅游的本质回归：乡村性的认知与保护[J]．中国人口资源与环境，2012（9）：158-162.
[13] 汪惠萍，章锦河，王玉玲．乡村旅游的乡村性研究[J]．中国农学通报，2011，27（29）：301-305.
[14] 波兹曼．娱乐至死[M]．章艳，译[M]．北京：中信出版社，2015：97.
[15] 孙九霞．中国化景观社会与文旅融合新场景[J]．旅游学刊，2024，39（1）：6-8.
[16] 陈义勇，俞孔坚．美国乡土景观研究理论与实践——《发现乡土景观》导读[J]．人文地理，2013，28（1）：155-160.
[17] 约翰·布林克霍夫·杰克逊．发现乡土景观[M]．俞孔坚，陈义勇，莫琳，等，译．北京：商务印书馆，2016：12-13，17.
[18] 袁紫怡，戈大专，孙攀，等．旅游导向的乡村空间重构过程与机制——以南京市后圩村为例[J]．地理研究，2023，42（6）：1680-1696.
[19] 侯玉霞，胡宏猛．民族村寨乡村民宿空间重构与影响机制研究——以广西龙脊平安壮寨为例[J]．广西民族研究，2022（6）：101-110.
[20] 明庆忠，段超．基于空间生产理论的古镇旅游景观空间重构[J]．云南师范大学学报(哲学社会科学版)，2014，46（1）：42-48.
[21] 亨利·列斐伏尔．空间的生产[M]．刘怀玉，译．北京：商务印书馆，2022：58.

Creating a scenic landscape： constructing the image of a tourism-oriented village —— Case analysis based on Yuanjia Village of Shaanxi Province

GUO Zhanfeng，ZHONG Lingyu

（*College of Humanities and Social Development*， *Northwest A&F University*， *Yangling* 712100， *China*）

Abstract：The integrated development of agriculture，culture and tourism has made rural tourism a new focus for rural development. However，the proliferation of repetitive constructions and homogenized landscapes poses a challenge to the development of rural tourism，as it faces the constrain of being reduced to a mere spectacle. By deconstructing and reconstructing this "spectacle society"，Yuanjia village has managed to create a unique rural image through the production of rural tourism landscapes and the construction of a distinctive village image. Inspired by Guy Debord′s theory of "spectacle society" and Lefebvre′s theory of "three-dimensional space"，this paper analyzes the typical case of Yuanjia village in Shaanxi Province to explore how the village achieved the construction of its rural image during the process of “manufacturing a spectacle”. The results show that a tourist-oriented village first undergoes a shift in its spatial practices，transition from a traditional agricultural villages to a tourist-oriented village，it is necessary to construct a multi-faceted rural images. Yuanjia village accomplished this through the production of physical landscapes，the representation of cultural imagery，and the reconfiguration of social spaces，thereby created a spatial representation. The success of the construction of a rural image lies in the dynamic balance between power and capital that is achieved through the joint actions of both the subject and the object，resulting in a representational landscape space. Through the above discussion，this paper aims to provide new perspectives and insights for similar villages to explore the future development path of rural tourism.

Keywords：Creating spectacle；Rural image；Ternary space；Tourist village

（编辑：牛晓霞）