

大学生户外运动热潮中的消费景观与生活实践

赵海呈¹ 杨晨飞¹ 但懿¹

(1.玉溪师范学院体育学院, 云南 玉溪 653100)

摘要:近年来,徒步、露营、骑行等户外运动在大学生群体中迅速升温,专业装备、精致营地与社交媒体打卡共同塑造出一种新的校园景观。表面上,这一热潮体现了健康意识和休闲方式的扩展,但置于消费社会与景观理论视野,可见其中蕴含明显的消费主义取向和景观化倾向,身体实践与日常经验有被符号化消费遮蔽的风险。结合德波关于景观社会的论述以及国内体育消费文化与户外运动人文价值研究,本文分析装备崇拜、网红路线与媒介呈现如何重组大学生的户外经验,并从身体劳动、地方经验、时间结构和关系网络等方面揭示其对生活实践维度的压缩。在此基础上,文章提出若干转向路径,包括推动户外运动的日常化与在地化、倡导朴素而可持续的身体文化、扶持以实践为中心的学生共同体,以及在高校体育教育话语中突出生活方式与公共性。

关键词:消费景观;户外运动;体育消费文化;生活实践;大学生

基金项目:玉溪师范学院2024年教学研究与改革实践项目(202401)

DOI: doi.org/10.70693/jyxb.v1i4.110

Consumer Spectacle and Lived Practice in the Boom of Outdoor Activities among University Students

Haicheng Zhao¹, Chenfei Yang¹, Yi Dan¹

1. Faculty of Physical Education, Yuxi Normal University, Yuxi, China

Abstract: In recent years, outdoor activities such as hiking, camping and cycling have rapidly gained popularity among university students. Branded equipment, refined camping setups and social media check-ins together shape a new scene of campus life. On the surface, this boom seems to reflect rising health awareness and a diversification of leisure choices. Viewed through the lens of consumer society and spectacle theory, however, it also reveals clear tendencies toward consumerism and spectacle, with bodily practice and everyday experience at risk of being absorbed into symbolic consumption. Drawing on Debord's notion of the society of the spectacle, as well as domestic research on sports consumer culture and the humanistic value of outdoor activities, this paper examines how gear worship, popular routes and media presentation reorganize students' outdoor experience, and shows how they compress the dimension of living practice from the perspectives of bodily labour, local experience, time structure and relationship networks. On this basis, the paper proposes several possible shifts, including promoting the everyday and place-based character of outdoor activities, encouraging a simple and sustainable body culture, supporting student communities centered on practice, and highlighting lifestyle and publicness in the discourse of college physical education.

Keywords: Consumer Spectacle; Outdoor Activities; Sports consumer Culture; Lived Practice; University Students

作者简介:赵海呈(2003—),男,本科在读,研究方向户外运动教学与实践;

但懿(1989—),女,博士,讲师,研究方向教育与领导力。

通讯作者:杨晨飞(1989—),男,硕士,副教授,研究方向户外运动理论与产业。

走进今天的高校校园，围绕户外装备与路线选择的讨论已逐渐成为大学生日常交往的一部分。关于某款冲锋衣在影像呈现上的效果、不同品牌徒步鞋的性能与性价比，以及整套户外着装的搭配建议，时常出现在宿舍谈话与网络社群之中。各类社交媒体平台持续推送面向大学生的露营攻略、骑行路线和装备推荐，邻近高校的山地与湖岸在周末呈现出明显的大学生聚集式户外休闲景观，成为相关消费与实践活动的集中承载空间。表面上看，这种变化意味着学生更加重视体力活动和自然体验，校园生活从教室、宿舍的直线开始向更广阔的空间延伸。与此同时，体育消费文化研究提醒我们，体育参与与消费主义之间从来就存在复杂的张力^[1]。当体育被包装为可供购买与展示的生活方式符号时，人的主体性很容易被品牌、流量和平台逻辑牵着走。体育消费文化的反思指出，当“健康”“阳光”的表层话语覆盖了体育产业化和消费主义逻辑时，参与者对自身处境的批判性意识往往会被削弱^[2]。户外运动研究则表明，户外实践在本质上并不仅仅是一组技术动作或装备组合，而是与自然生态、地方文化和生活方式密切相关的长期实践过程^[3]。当大学生以周末项目的方式走向户外时，他们究竟在体验什么？是在参与一种新的生活实践，还是在消费一套被包装好的自然景观？这两种理解在当下往往交织在一起。因此，有必要在体育消费文化与景观理论的视野下，对大学生户外运动热潮进行一次文化层面的反思，尝试回答

（二）德波“景观社会”与体育景观化

德波在《景观社会》中指出，在高度发达的商品社会中，现实生活逐渐被图像和表象取代，景观成为统摄社会关系的中心媒介^[6]。景观不仅是视觉现象，更是一种社会关系，它通过图像的生产和消费，使人们的经验被固定在可观看和可再现的形式之中。体育领域的媒体奇观研究进一步表明，在全媒体环境下，精心构造的赛事图像和体育娱乐节目构成了新的景观形态，观众不断消费这些景观，却很少参与真实的身体实践^[7]。在户外运动场景中，景观逻辑体现为对“好看”的强烈追求：流行路线、网红营地、打卡点位被不断复制和传播，自然空间被编码为可以在社交媒体上展示的图像背景。学生参与户外运动的过程，常常被浓缩到几张精修照片、一小段短视频和若干标签之中，身体劳作、困难时刻和沉默时段则被剪裁掉。换言之，户外运动逐渐被建构为一系列可分享、可点赞的景观单元。

（三）户外运动人文价值与生活实践视角

与消费和景观视角形成对比的是，户外运动人文价值研究强调户外实践与自然伦理、地方社会和生活方式之间的内在联系。相关学者在讨论中国特色户外运动的人文价值时指出，户外运动的兴起与群众对美

三个问题：

第一，这股热潮在多大程度上被消费主义与景观逻辑所塑造？

第二，在“看上去很户外”的图像背后，被遮蔽的生活实践维度是什么？

第三，高校是否可以通过教育和制度安排，引导这股热潮朝着更具实践深度和公共价值的方向发展？

一、理论视角：消费社会、景观与体育消费文化

（一）从消费社会到体育消费文化

消费社会理论指出，当代资本主义已从以生产为中心转向以消费为中心，消费不再只是满足生存需要，而是成为身份认同、阶层区分和意义建构的重要方式^[4]。在体育领域，体育消费不仅包括门票、赛事转播和周边产品购买，还包括体育旅游、健身服务和与运动相关的形象消费。当体育以“健康消费”的形式出现时，既折射出现代社会对身体管理的重视，也无可避免地卷入消费主义文化，其审美化倾向可能导致身体经验的平面化^[2]。体育消费文化的反思与重构研究揭示，当体育消费不再强调身体实践与精神体验，而过度突出品牌、符号和物质堆砌时，人们对体育的理解会发生偏移：体育变成“看上去健康”的标记，而不是一种持续的生活实践^[1, 5]。这种偏移在户外运动领域尤为明显，昂贵装备和精致营地布置很容易被视为“是否真正热爱户外”的外在标尺。

好生活的期待密切相关，其价值不应仅限于经济产出或消费扩张，还涉及人与自然和谐共处、地方文化认同与生态文明建设^[3]。在他们看来，户外运动的快速发展与体育人文价值研究的兴起在时间上有所重叠，这恰恰说明人们在实践中不断追问“如何生活”这一根本问题^[3, 8]。这一视角为我们理解大学生户外运动提供了重要线索：如果将户外运动视为一种生活实践，而不是一次消费事件，那么关注的重点就会从“买了什么装备”“去了哪个网红点”转向“如何与自然相处”“如何与同伴协作”“如何在重复实践中重塑生活节奏”。这意味着，需要从批判消费景观入手，但不能停留在否定层面，而应进一步探讨如何将户外运动重新嵌入日常生活和公共文化之中。

二、大学生户外运动热潮中的“消费景观”面向

（一）装备崇拜与身体的“包装化”

在许多学生的社交媒体页面上，户外运动首先呈现为“穿什么”：什么品牌的冲锋衣在今年秋冬“必备”，哪一款登山鞋“适合新手又专业”，帐篷、天幕、折叠椅的颜色和风格是否协调。装备选购指南远远多于路线规划和风险判断的讨论，一些学生几乎将全部精力投入到装备搭配之中。从体育消费文化视角看，这种倾向与体育消费审美化、符号化的逻辑高度一致^[1-2]。装

备不再只是保护身体、适应环境的工具，而成为可见的身份标记。昂贵的装备象征“专业”“资深”“懂行”，即便对一些同学来说，参与户外运动的次数并不多。身体在这种结构中被“包装化”，被遮蔽在多层功能性面料之下，以品牌和外观作为主要被感知对象。这种装备崇拜的一个后果，是学生在户外运动准备阶段花费了大量时间与金钱，却并未真正理解自身身体状态与环境条件之间的匹配关系。装备带来的安全感在一定程度上是真实的，但如果安全感完全建立在品牌和价格之上，身体对环境的敏感度反而容易减弱。

（二）网红路线与目的地的景观化编码

在选定目的地时，许多学生会习惯性地搜索“适合拍照的山”“最出片的露营地”。各种旅游平台、社交媒体账号和视频博主已经提前完成了路线分级与价值排序，如某条线路被称为“某地小香格里拉”，某个观景台被标记为“必须拍照的机位”。学生在这样的信息结构中做选择时，很容易被预设好的景观代码牵引。这些路线与目的地本身固然可能风景优美，但被统一编码为“打卡点”之后，它们在体验层面呈现出高度相似性。不同学校的学生在不同城市周边进行徒步时，看到的往往是别人的同款照片和同款姿势。景观的意义从“在场经验”转向“可复制图像”，自然环境被简化为拍照背景，地方社会和生态环境则退居到视线之外^[3, 6]。这种景观化编码有其便利性，学生可以快速找到出片率高的目的地，也能在有限时间内获得较好的视觉体验。但从生活实践角度看，这种便利有可能降低学生对地方环境和文化的主动探索意愿，使户外运动沦为一场事先被设计好的视觉消费之旅。

（三）社交媒体“打卡”与算法放大的观看逻辑

大学生户外运动经历往往以照片和短视频的形式被重新组织并呈现在社交平台上。滤镜、字幕、音乐和剪辑将整个活动压缩成几十秒的“高能片段”，艰难路段、队友争论、疲惫低落等片刻则被有意无意地删除。对于观看者而言，户外运动被塑造成一场轻盈、顺畅且高度可见的体验。媒体奇观研究指出，在新业态下体育媒体不断生产“豪华场面”和“全民狂欢”，观众在虚拟符号的消费中获得满足，却难以意识到被景观结构塑造的价值取向^[7]。在大学生户外运动场景中，这种逻辑也在发挥作用：点赞和评论数量成为评估一趟活动“值不值得”的指标，活动本身是否带来生活方式的改变，反而很少成为讨论重点。更为重要的是，在算法驱动的内容推荐机制下，平台会不断将类似内容推送给用户，强化“露营就应该长成这样”“骑行就应该去哪儿”的想象。学生在看似自由选择的过程中，实际上逐渐被纳入一套既定的景观体系，身体实践被重新组织为适合观看和复制的模板。

三、淹没的生活实践：从“看上去很户外”到“真正

活在户外”

消费景观并不否定实践本身的存在。即便在高度景观化的环境中，大学生依然需要背负背包上坡、搭帐篷、熬夜看星星。问题在于，当对外呈现的景观越来越占据注意力时，许多具有生活价值的经验容易被忽略或轻描淡写。

（一）身体劳动与辛苦经验的被遮蔽

几乎所有初次参加长距离徒步的学生，都经历过某个时刻：双腿发软、背部酸痛、呼吸急促，步伐变得沉重。这种身体劳动经验是户外运动区分为室内健身的一个重要维度，它让人直面身体的极限与韧性。然而，在最终呈现的照片和视频中，大多数人选择保留的是“登顶合影”“笑着跳跃”的瞬间，辛苦过程则被淡化为简单一句“有点累”。从生活实践视角看，这种删减会使外人对户外运动形成偏差想象，也会削弱参与者反思的机会。辛苦经验不仅关乎克服困难的成就感，更关乎对自身身体节奏的重新认识。倘若所有“难熬时刻”都被快速略过，户外运动就很难成为修正日常生活方式的契机。

（二）地方社会与生态语境的背景化

许多高校周边的户外线路往往紧贴村落、农田或小镇，学生在行程中会不经意地穿过别人的生活空间。然而，社交媒体上的呈现多聚焦于山、水、天和帐篷，很少有人认真记录与当地居民的对话、对土地利用方式的观察以及对环境承载力的思考。户外运动人文价值研究提出，户外实践与乡村振兴、地方文化传承和生态文明建设存在天然关联^[3, 8]。如果学生只把这些空间视为适合拍照的背景，而不关心当地生活方式和环境压力，户外运动便错失了作为公共文化实践的机会。在乡村旅游与体育产业日益结合的背景下，这种“背景化”倾向更值得警惕。

（三）时间结构的碎片化与难以持续的生活方式

大学生户外运动往往以周末项目、节假日活动的方式出现。一次活动结束后，日常生活很快回到考试、作业和实习之中。许多学生在一次活动后，需要很久才会再次行动。社交平台上密集出现的户外内容，让人产生“人人都经常在户外”的错觉，但个体实际参与频率往往并不高。消费社会强调“即时满足”和“快节奏更新”，活动被当作一项项短期项目，而不是慢慢沉淀的生活方式^[4-5]。户外运动一旦被纳入这种节奏，便难以发挥调节生活节奏、重塑作息结构的作用。“一日山野”确实能带来短暂放松，却不一定能改变长期的久坐、熬夜和缺乏日照的状态。

四、从消费景观走向生活实践：可能的转向路径

在消费社会语境下，大学生户外运动很难完全摆脱景观化倾向，但这并不意味着实践维度必然被淹没。

只要在制度安排、社团运作和个体选择上做出一定调整，景观结构内部仍然存在向生活实践转向的空间。

（一）将户外运动从偶发事件转化为日常生活方式

当前不少学生参与户外运动的方式，大体可以概括为，在长时间高压学习与屏幕环境之后，利用节假日安排一次远距离出行，以集中方式完成放松和补偿。这种模式当然具有缓解压力的功能，却很难真正改变日常生活结构。身体在漫长的备考和熬夜中依然被过度透支，山野只是日历上偶尔出现的一次短暂中断。如果把目光从单次活动转向更长时段，可以看到另一种可能：把户外运动从例外经验转变为日常生活的一部分。

空间层面，不必把目标设定在遥远的名山大川，而可以从校园和城市边缘那些步行可达的空间出发。学生在同一条河岸、同一段山路、同一片林地中反复行走或骑行，在这种往复中逐渐熟悉坡度、气味、光线和人流变化，对日常环境的感知因此变得更加立体。原本只是“背景”的城市边缘，渐渐呈现出自己的纹理和节奏。时间层面，户外运动可以从偶尔的大块时间，转化为相对稳定的小块时间。例如每周一次夜间步行、隔周一次半日徒步，在不打乱学习节奏的前提下，让身体持续在空间中展开。运动不再只是为了终止疲惫，而是在悄然改写时间使用方式。许多学生事后回忆，改变往往并非来自某次轰动性的远行，而是来自一段时期内坚持以步行回宿舍、定期走向城郊的习惯。从存在论角度看，这种日常化意味着，生活的重心不再完全压在“将来某一天”的安排上，而是在当前可触及的时间和空间中为身体留出位置。山不一定要高，路不一定要远，关键在于身体在这种重复中获得了可以依托的节奏。

（二）重建朴素而可持续的身体实践取向

在装备高度商品化的环境中，坚持朴素的身体实践并不容易。许多学生第一次接触户外运动时看到的，就是完整装备清单和精致营地图。视线很自然地落在外在物品上，似乎只有在拥有某种鞋、某种背包、某种帐篷之后，才算真正进入这一领域。时间一长，身体在心理秩序中的位置被推到物品之后，仿佛是对装备的填充。如果回到身体本身，会发现装备的意义有必要重新排序。安全装备当然不可或缺，但在满足基本安全需要之后，更多物品未必带来更深的体验。一些学生在回顾时常常提到：记忆最深的并不是第一次背着全新装备出行，而是与同伴一起修补旧背包、在雨夜搭起略显简陋的帐篷，那些时刻带来的安心感，更多来自手上的动作和彼此之间的信任，而非商标和价格。朴素实践并不是否定物质条件，而是改变身体与物之间的主从关系。可以通过共享和循环使用来调整消费结构，例如社团建立公共装备库，鼓励毕业生留下仍可使用的器材；在讲解时不以品牌划分“行家”

和“新手”，而是强调对天气的判断、对节奏的把握以及对同伴的照顾。随着这种评价标准的变化，真正被视为经验的，不再是拥有多少装备，而是能否在变化环境中保持清醒和可靠。从哲学视角看，这是一种价值重心的转移。人们从占有外物转向实践能力，从追求新奇转向对世界具体应对方式的培养。学生在这种转移中逐渐意识到，支撑自己在不确定环境中不慌乱的基础，并非物品本身，而是身体与环境长期磨合形成的默契。

（三）扶持以实践为中心的学生共同体

户外运动多在团队中完成，身处队伍之中，人会更直接地体会“在一起行动”意欲何为。有人擅长规划路线，有人关注队尾安全，有人熟悉天气变化，有人善于缓和情绪。共同体并不是抽象概念，而是通过一段路程、一顶帐篷、一顿简易晚餐在许多细节里被一点点塑造出来。高校现有的户外社团、骑行小组、登山协会，本身就是实践共同体的雏形。关键在于，这些组织是主要围绕活动结果运转，还是围绕共同生活与学习运转。如果过度倾向于前者，社团容易退化为活动供应平台，成员之间的联系主要体现在项目合作上；如果逐步发展为后者，户外实践就会自然带上生活的重量和长线关系。

学校在提供支持时，可以在安全底线之上保留足够的自主性，使学生有空间以自己的节奏组织活动，而不必事事对接竞赛、评奖和展示。社团内部则可以通过一些具体安排强化实践导向，如活动前共同研判天气和路线风险，活动中轮换角色，让更多人体验领路、照看队尾或记录的责任，活动后在分享会上不仅展示照片，也谈迷路时的紧张、体力透支时的犹豫、意见不合时的磨合。这些看似日常的讲述，实际上包含明显的存在论意味。学生在回忆这些片段时，会被迫面对平时不常追问的问题：在不安的时候，我最先想到的是保护自己还是照顾他人？在需要做出决定的时刻，我更依赖习惯、权威，还是愿意和同伴共同承担？这类反思并不需要借助复杂术语，却在无形中触及“我是谁”“我如何与他人共处”的根本问题。

（四）在高校教育话语中突出公共性与生活意义

高校如何描述户外运动，对学生的理解和选择有着重要引导作用。如果相关文本只强调消费潜力、产业带动等经济指标，学生自然会倾向于把户外运动视为一种消费场景，在其中追求的是购买和展示。如果教育话语能够更多地将其放入生活质量、公共责任和生命经验等框架之中，参与者的自我理解就会随之发生偏移。

在课程大纲、项目介绍和宣传材料中，可以优先强调户外活动与身体健康、时间管理能力、环境伦理意识、团队协作以及地方认知之间的联系。例如，在说明一次徒步活动时，可以重点介绍海拔变化、植被

类型、地质条件以及沿途村落的生活方式，引导学生把行程视为一次对环境和社会的现场观察，而不仅是完成路程的任务。在总结环节中，可以鼓励学生谈谈对节奏安排、对队友状态的感受、对当地生态压力的直观印象，而不是只停留在“风景很美”“照片效果不错”的评价上。户外运动同样可以纳入生命教育的讨论。教师完全可以在合适的课程中提出一些与学生经验紧密相关的问题：为什么需要离开熟悉空间？在体力濒临极限时，是怎样看待继续前行与选择止步？在自然环境中体验到渺小与脆弱之后，是否仍然以同样方式看待成绩、排名甚至挫折？这些问题不必被说得过于宏大，只要与具体经历相连，就能够为学生打开另一种理解自身和世界的入口。

从整体来看，当高校愿意以生活实践、身体经验和平共处为关键词来建构户外运动的意义时，就在悄然调整一套价值排序，即不再将消费规模视为成功的主要标志，而是以能否帮助学生学会和自己、他人、环境相处为标准。对个体而言，这意味着在评价一段经历时，会更多问一句“它对我的生活方式产生了什么影响”；对校园文化而言，这也是在消费社会逻辑之内，为实践与反思保留的一块空间。

归根结底，从消费景观走向生活实践，并非是否定消费本身，而是避免让消费成为解释一切的唯一语言。当更多大学生愿意在户外运动中关注身体的感受、时间的节奏、地方的记忆以及与他人的关联，这股热潮就有可能不只停留在图像层面，而是在具体生活中留下更为持久的痕迹。

五、结语

大学生户外运动热潮在消费社会和数字媒体背景下出现，它不可避免地带有消费景观色彩。精致营地、网红路线和社交媒体打卡构成了当代校园的一幅新景象。这一景象既使户外运动更具吸引力，也隐藏着将身体实践、地方经验和公共性淹没在图像之中的风险。体育消费文化研究提醒我们警惕消费主义对身体与生活意义的侵蚀，户外运动人文价值研究则指出，户外实践仍然有能力承载人与自然、地方社会和生活方式之间的深层联系。在两种视角之间，并不存在简单的非此即彼关系。事实上，每一位走向户外的大学生，

都在景观与实践之间不断做出选择：是在照片里完成一次旅行，还是在身体记忆和生活节奏中延长这次经验。对于高校来说，关键不在于简单地鼓励或限制户外运动，而在于如何通过课程、社团和制度，在消费景观之外为生活实践留出空间；对于学生自身而言，重要的是在“看上去很好玩”的画面之外，认真对待身体的辛苦、地方的复杂以及关系的责任。只有当户外运动真正成为日常生活和公共文化的一部分，而不是一次次单独的消费事件，我们才能说，这股热潮从消费景观走向了生活实践。

参考文献

- [1] 孔维峰。我国体育消费文化的反思与重构——从“乔丹体育”侵权事件谈起[J]。体育学刊, 2012, 19 (05) : 33—36。
- [2] 赵晓琳, 竺大力。新时期传媒对体育文化产业的影响分析[J]。广州体育学院学报, 2018, 38 (02) : 28—31+47。
- [3] 杨占东, 于涛, 董耀华, 等。中国特色户外运动的人文价值考量——基于中外户外运动人文价值的对比分析[J]。体育科学研究, 2024, 28 (06) : 33—39+87。
- [4] 张为民。消费主义文化视角下的体育功能转型[J]。体育文化导刊, 2017, (01) : 16—18。
- [5] Baudrillard J. The consumer society: myths and structures[J]. 1998.
- [6] 居伊·德波。景观社会[M]。南京大学出版社: 201705: 251。
- [7] 李哲。新业态下体育媒体奇观意义呈现及其价值多元化研究[D]。暨南大学, 2017。
- [8] 王莉, 胡贝贝。户外运动研究问题透视与展望[J]。体育科学研究, 2018, 22 (02) : 54—59。