“家乡”意义的变迁：大众传媒与少数民族身份认同

张 媛

摘 要：“家乡”对于研究少数民族身份认同问题具有重要意义，“家乡”作为主观意识中构成少数民族个体人际关系网络的基础，对于少数民族个体的身份认同归属有着重要的影响力。大众传媒在“家乡”意义的变迁过程中扮演着重要的角色，对于少数民族年轻一代来说间接的信息获取，使得他们对自己身份的认同越来越受到来自大众传媒的影响。通过大众传媒表现“家乡”这一具体地理空间为身处各地的族群成员展示出一个具体的家园的图景，“家乡”成了一个非领土化的集体想象，通过对“家乡”的依恋将个体、家乡与国家联系起来，进而影响少数民族个体形成新的身份认同。

关键词：家乡；大众传媒；少数民族；身份认同

作者简介：张媛，女，副教授，博士。(贵州大学 文传学院，贵州 贵阳，550025)

中图分类号：G206.2 **文献标识码**：A **文章编号**：1008-6552（2017）04-0030-05

“我是谁?”是人们常常会思考的问题，回答这个问题不仅仅是说出自己的名字以及与自己有关联的人们，它更是心理归属、人际关系网络复杂的交织过程。有学者就认为“身份”归根到底是一种再现，它涉及将人们塑造成为新的主体，当人们在思考“我是谁?”的问题的时候，不仅在于建立一个肯定的身份，而且更强调一种策略路径的选择。当讨论到身份认同问题时，个体所处的位置以及身份复杂的关系网络会影响个体“自我”身份的界定，尤其是那些离开了故土的人们，他们的身份认同更多涉及“从何处来”、“身在何处”的意味。

现有的有关身份认同的理论主要分为两派：本质论的观点认为认同具有固定不变的本质核心，比如说血缘、出生地、成长地等，不同的群体会以此产生相对一致的、固定的归属感；非本质主义（或者称之为建构论）的观点则强调认同是依据不同时空、符号脉络所交织产生的，其中涉及不同的文化、政治、历史等层面相互交织与建构的过程。在现实社会中，这两种形式其实是并存的，认同在很多时候是一种双向互动的循环过程。

2015年笔者所在的调查团队赴西南地区的贵州、云南、四川和重庆四个地区的少数民族聚居地进行了实地调研，试图了解大众传媒对少数民族身份认同的影响和作用机制。研究发现，随着远离故土“家乡”的意义发生了改变，影响了少数民族自我身份认同的实现，大众传媒通过对“家”和“家乡”概念的重构来不断影响着少数民族自我身份认同的实现。

一、“家乡”观念与中国人的乡土情怀

“家乡”最初指的就是人们所生存的那片土地以及地面上的房屋和其他物质用品。[1] 19世纪中叶，伴随民族主义的兴起，“家乡”一词的内涵开始更多的转向了文化和精神层面。从理论上来说，“家”这个概念本身就是属于血缘关系的范畴，而“家乡”则是与出生地、成长地密切相关的地理概念。少数民族对于其“家乡”的依恋实际上是对“家”的情感的一种延伸，有“家”的地方才是“家乡”。

基金项目：本文系国家社科基金2014年度项目“大众传媒与少数民族国家认同研究”（14CXW006）的阶段性成果。

"家乡"因此成为人们主观意识中构成其个体人际关系网络的基础，人们发自本能地对于自己家乡有种热爱之情。通过对区域文化和方言以及地方性的风俗习惯的日益强调，"家乡"成了民族主义用来动员认同的有力工具。

以往对中国传统社会的分析研究发现，借由土地所提供的满足感基础之上中国人产生了对土地的高度的情感认同。人们世世代代固守土地形成一种特殊的基于土地认同的"安土重迁"的乡土意识以及乡土情怀。美国传教士何天爵（Chester Holcombe）在《真正的中国人》一书中就提到："中国人是一个酷爱自己家乡的民族，虽然他们许多人漂泊流落于世界各地，但他们也仅仅是漂泊流浪而已。他们最热切的期盼和刻骨铭心的追求，就是最终要回归故里，与自己的家人安度晚年；还有最重要的一点，就是在百年之后，他们要与自己的先祖们归葬在一起"，中国人管这个叫"狐死必首丘"、"越鸟朝南枝"。[1](3)

传统中国社会由于生产力水平低，人们交往范围有限，基本以村庄为单位。在长期的交往中，村属、地域意识扎根在人们的心中，即使在全球化背景下的今天，中国人仍旧保有"籍贯观念"，中国对籍贯的强调是产生家乡情怀的一个重要因素。家乡对于少数民族而言，尤其是离开了聚居地的少数民族，象征着归属感，不仅因为"出生地"、"成长地"的连接，"亲情"更是重要的牵挂，如果这条亲情线一断，少数民族对自身族群的认同意愿就会逐渐转淡。

对乡土的眷恋与热爱已然成为中国文化的一部分。很多时候当中国人离开了世代居住的故土之后所产生的焦虑意识不仅基于"生活在别处"的不习惯与不方便，更是基于身份认同的失落。随着时代的发展，全球化特有的"统合"、"压缩"性质，使得现代人普遍产生出一种类似罗兰·罗伯森（Roland Robertson）所说的"现代性乡愁"。对乡土的眷恋凝结成浓厚的乡土情结，"家乡"成了个体寻求自我身份认同的重要皈依。

"家乡"是人类所创造的词汇，对家乡的情怀并不是固有的而是被附加上去的，有学者就认为地方感是被建构出来的，对于少数民族而言，文化差异使得他们感受到了自我与其他族群的差别，进而通过对自我地方感的标示来划定身份认同的边界。然而随着时间的变化以及大众媒介的不断影响，"家乡"的意义已经在建构的过程中逐渐发生了转换，借由共同生活在同一片土地上的人们的共同承认，家乡的意义被重新塑造。

二、家乡意义的形成：基于地理的集体记忆塑造

在人类历史发展过程中，具有相同思想、文化的群体容易对彼此产生认同感，这样形成的一个共同体在地理空间上占据了某个地方一段时间之后，人们会逐渐对区域环境产生认同。[2]地理认同的意义是在自我、环境、他人之间的互动关系，从自我、环境、他人、自我与他人、他人与环境、环境与自我、自我与他人与环境等多重关系之间，显示出地方的意义涵摄个体与群体心理、社会、文化、物质生活等层面的生活经验。[3]

海德格尔通过"栖居（Dwelling）"的概念来描述自我与地理之间的统一与连接，他认为地理与个体自我认知的社会、文化和情感联系表明它对于个体来说不仅是抽象的空间，同时也是个体自我身份的建构过程中的一个重要表征系统。[4]地理与个体之间亲密的互动关系使得地理成为个体发现自我的重要媒介。通过日常的、不断重复的与地理的互动，个体被特定的地理符号所标记并且成为被地理所定义的客体。[5]某种意义上甚至可以说，个体通过对地理意义的体验来理解自身的身份定位与自我的存在。[6]一方面地理是构成个体身份认同的重要部分，另一方面，社会文化也在不断地通过实践将意义记录在地理符号之上。[7]

"某种意义上地理作为意义的本源，它能够同时指涉全部历史实在，涉及到包括社会、经济、文化和国家等整体的各组成部分。"[8]克里斯威尔指出："建构记忆的主要方式之一，就是透过地方的生产。

博物馆、特定的建筑和纪念物等将整个城市或整个地区指定成为了‘历史遗迹’，这些都是将记忆置于地方的例子。地方的客观实在性也意味着记忆并不是仅仅决定于心理的反复过程，而是通过将记忆刻画在地理景观之中来形成公共记忆。”[9]

地理意义与个体的身份认同建构密切关联。早在上个世纪40年代，赖特就提出了“地理认识学”（Geosophy）这一概念，他认为地理就是一种意义的建构方式，人与地理环境之间存在一种复杂形式的互动关系。20世纪70年代以后，“地理”被定义为一种“感知的价值中心”以及社会与文化意义的载体重新被引入到人文地理学之中。[10]在此基础上，当代人文地理学从地理承载的主观意义出发，重新认识地理并结合人类实践与经验重新对地理及其内涵进行了概念化的阐释。[10]

作为文化意义内涵的一个重要的方面，欧美人文地理学界对地理在建构个人与社会的文化身份认同中的作用进行了深入的探讨与研究。地理对于个人与社会来说，一方面是一个意义的中心，同时也是构建社会关系与权力关系的媒介。地理经由人的主观的重新建构与定义不断变化并最终成为充满意义的社会文化实体。正如Relph所说的，地理的最重要的意义在于由于其所具有的无意识的能动性使得地理成为人类在社会与文化中定位自身的重要坐标体系，并且地理成为人类存在意义的中心。[11]地理与认同之间的辩证关系就体现在一方面地理是构成个体身份的重要组成部分，另一方面，不断的人类实践活动将社会与文化意义记录在地理之中。[10]因此，从地理角度入手研究国家认同建构过程有着十分重要的意义。

三、地理与“家乡情怀”主导下的国家认同

作为一系列的社会文化符号和隐喻的作用结果的认同建构中地理符号有着关键的意义。[10]个体完整认识自我的前提就是取决于明确个体身份的地理环境坐标，正如海德格尔所说：地理作为自我身份建构过程中重要的一个表征体系，它与个体自我之间存在重要的社会文化以及情感的连接，地理不仅是一个抽象的物质生存空间，更是构成个体身份的一个重要的组成部分。[4](144)通过不断的社会文化实践，意义持续不断地被记录在地理之中。[7]因此在研究国家认同问题时，也应该关注社会与文化过程中的地理因素，从地理与个人或者族群关系出发，研究地理与国家认同之间的关系。

国家认同并非是先验存在的事实，而是透过各种人为的方式被建构出来。地理景观中蕴藏的符号是国家认同的再现，地理景观将深层的意识形态再现于外，成为人们可看见并实际碰触到的事物。借由对地理景观赋予特殊的符号、意涵，可以使地理景观成为建构国家认同的有力手段。中国在历史发展下所形成的多民族聚居现象，使得国家被划分为一个个的地方群体，少数民族的很多成员通过对居住地的地理认同促使对另一地的“祖国”的认同。正如卡斯特（Manuel Castells）的观点，民族国家被地理所区划开来，在国家的利益、文化和地理等诸多因素的共同作用下，民族国家得以被建构。在此过程中，国家的控制、社会群体之间的博弈以及公民的认同之间产生了复杂的关系，地理认同因此对于国家认同的实现有着重要的影响力。[12]因此，地理认同对国家认同的积极意义主要体现在通过“家乡情怀”来引发的国家归属感。

从地理认同的角度分析中国的国家认同可以从三个维度进行：一是以国家为单位，在国与国之间的对比中的认同，即在他国存在的背景之下的中国。二是基于地方差异的认同，作为一个幅员辽阔的国家，自然环境和人文风情在国家各区域呈现出较大差异，这也就产生了基于地域差异的地理认同，即中国视野下的地方认知差异。三是从身边的地理现象、地理事物出发认同本地，在这种国内不同地域之间的地理认同的对比中，国家认同得到了进一步的深化。

四、家乡意义的变迁与大众媒介扮演的角色

大众传播媒体在现代社会中扮演着多重的角色，它所提供的信息包含着复杂多样以及大众化的知

识与信息。大众媒介连接着家庭、群体和国家等各种共同体的形象和现实，维系国家认同。[13]媒介通过大众传播在公共领域彰显的民族主义来建构国家认同，并使得其被认定为代表大多数国家共同体成员的需要和利益。[14]通过对媒介议程的设置，大众传媒不断地向信息的接受者传递着国家认同，并且通过民族主义话语的影响来进一步加强受众的国家认同。

（一）大众媒介对"家乡"的原型建构

"原型是具有一定稳定性的、典型的、反复出现的意象、象征、人物、母体、思想，或叙述模式即情节，具有约定俗成的语义联想，是可以独立交际的单位，其根源既是社会心理的，又是历史文化的。"[15]原型不仅是人们固有的观念，也是集体无意识的一种外在表现形式，因此按照原型创作的信息内容，更容易得到受众的接受，因为这些内容从本质上来讲与受众已有的集体无意识是一致的。原型作为一种普遍存在的思想形式，在人类世界具有相当的意义，它是一种已经积淀在人们的内心之中的，却又不易被觉察的心理意识。尽管很多时候人们并不会明确地感知到原型，但是它对于人们的观念却有很大的影响力。原型的这些特点使得它能够被用来进行信息的传递并取得较好的传播效果。

对于大众传媒来说，它们总是在挑选和制作传播内容的时候，试图寻求尽可能大的覆盖面的信息。信息的传播范围越大、覆盖人群越多，影响力也就越强。为了实现这一目的，大众传播的信息必须要符合尽可能多的受众的心理，而原型正是符合了这一种要求的最佳选择。通过原型的套用，信息能够最快地找到大众共同的兴奋点，首先解决受众对于信息的心理接受问题。以"家"的原型为例，"家"与"家乡"自古就是中国人心中最美好的情感的凝结，而"家"、"国"的同构也在长久的历史发展中沉淀为中华民族的集体无意识。

通过"家乡"的原型的借用与再现，顺利地引起了读者心中的集体无意识，从"家乡"的原型出发，各种与之相关联的象征性表述也被广泛采用以引发读者的共鸣。比如说，"生长的地方"、"我的祖国我的故乡"等，这些象征被与"家乡"相配合，其目的就是将对"家乡"的情感引伸到"国"之上。通过"家乡"的原型类比以及其在新闻中的反复再现，不仅拉近了民族与国家之间的距离，也在不断暗示着国家认同。

通过对原型的深入挖掘和运用，大众传媒为重大事件寻找到了现成的叙事途径，"家乡"的原型存在人们的集体无意识之中，因此运用"家乡"原型更易于受众接受新闻中的观点，使传播者的意图得以顺利实现，国家认同的信息也能够得到有效的传递。国家的命运影响着家庭的命运，对"家乡"的热爱因此被嵌入必须承担国家荣辱的主题之意，由于家国一体使得民众由此必须产生对国家的归属和认同，在广大受众内心深层的无意识沉淀的"我是中国人"的国家认同被唤醒并释放。

（二）大众媒介影响下的"家乡"意义的变迁

通过调研我们发现，以移居他处的少数民族而言，第一代对于家乡仍然有着强烈的归属感、原生情感和亲情的联系，这使得他们仍旧认为出生地是其家乡。但是在 1.5 代少数民族移民中，"家乡"的意义开始产生变化，在"家乡"意义的变化过程中大众传媒发挥了重要的影响。

1. 第一代和高中以上移民对于少数民族聚居的老家有着深刻的归属感

第一代少数民族移民因为居住在老家的时间比较长，原生情感的影响再加上大部分的亲人都还在老家，因此觉得老家才是他们的家乡。对于第一代少数民族而言，家乡情怀和原生情感是分不开的，"老家是自己的出生地"、"成长的地方"、"还有亲人在老家"，因此家乡的感觉无法割舍。

而对于 1.5 代的少数民族移民来说，大部分都是青少年时期才来到城市，同样认同老家是自己的家乡。对于他们来说，老家是出生和成长的地方，而且很多亲戚和长辈还是居住在那里，所以对老家比较有归属感。不过他们对于"家乡"的归属感已不像第一代那样单一，虽然多数仍然认为老家是自己的家乡，但是随着在城市居住时间变长，会逐渐增加对城市的地域认同而淡化对自己原有民族身份的认同。

2. 初中以下的1.5代少数民族移民："家乡"意义的变迁

研究中发现，对于初中或者更小年纪离开老家的少数民族来说，"家乡"对他们是一个比较陌生的字眼，多数会以"家"来取代"家乡"。如同阿里和科斯所说，少数民族移民会发展新的以及多重或者跨越地方的"家"的理解。[16]比较年轻的少数民族个体如果父母伴随身边，通常会比较倾向于认同现在居住的城市是"家乡"。而如果父母都还在老家的话，则会比较倾向于认同老家是自己的"家乡"。

家乡对于第一代少数民族移民而言，象征对自己所属民族的归属感，不仅是因为"出生地"、"成长地"的连接，"亲情"也是重要的牵挂，一旦居住在家乡的亲人逐渐离开之后，不少人表示对老家和本身所属民族的归属感就会逐渐转淡。而对1.5代的少数民族移民而言，这种对"家乡"的归属感则更淡。

综合上述分析可以看到，大众传媒在"家乡"意义的变迁过程中扮演着重要的角色，对于少数民族年轻一代来说，大众媒介不仅是他们了解主流社会的主要信息来源，更能够给他们带来其所属少数民族的消息。这种间接的信息的获取，使得他们对自己原有民族的认同越来越受到来自大众传媒的影响。大众传媒因此在"家乡"的情感呼唤与认同建构方面发挥着重要作用，通过大众传媒表现"家乡"这一具体地理空间，为身处各地的族群成员展示出一个具体的家园的图景，使得他们能够在遥远的他乡回望故乡。通过大众传媒，"家乡"成了一个非领土化的集体想象，通过对"家乡"的依恋，将个体、家乡与国家联系起来，进而影响少数民族个体形成新的身份认同。

参考文献：

[1] 王霄冰．影视中的乡土想象与国族认同——以德国的"家乡电影"为例［J］．江西社会科学，2012（8）：2.

[2] Hosson，D. *Geography and National Identity*［M］. Oxford：Blackwell. 1994，11.

[3] Carnoy，M & Castells，M. Globolization，the Knowledge Society and the Network State：Poulantzas in the Millennium［J］. *Global Network*，2001（1），18.

[4] Heidegger M. *Poetry*，*Language and Though*［M］. New York：Harper and Row，1971，143，144.

[5] Casey E S. *Getting back to Place*：*Towards a Renewed Understanding of the Place-world*［M］. Bloomington：Indiana University Press，1993，45.

[6] Harner J. Place Identity and Copper Mining in Senora，Mexico［J］. *Annals of the Association of American Geographers*，2001（4），667.

[7] Soja E. *Postmodern Geographies*：*The Reassertion of Space in Critical Social Theory*［M］. London：Verso，1989，78.

[8]［法］布罗代尔．15至18世纪的物质文明、经济和资本主义：世界的时间（第三卷）［M］．顾良，施康强译．北京：三联书店，2002：1.

[9]［英］克里斯威尔．地方：记忆、想象与认同［M］．王志弘，徐苔玲译．台北：群学出版有限公司，2006：138.

[10] 朱竑，钱俊希，陈晓亮．地方与认同：欧美人文地理学对地方的再认识［J］．人文地理，2010（6）.

[11] Pelph E. *Place and Placelessness*［M］. London：Pion，1976，2.

[12]［美］曼纽尔·卡斯特．认同的力量［M］．夏铸九，王志宏等译．北京：社会科学文献出版社，2003：312.

[13]［英］戴维·莫利．电视、受众与文化研究［M］．史安斌译．北京：新华出版社，2005：56.

[14] Calabrese，A. & Burke，B. R. American identities：Nationalism，the media，and the public sphere［J］. *Journal of Communication Inquiry*，1992（2），52.

[15] 闫旭宁．1999—2009《人民日报》的"澳门回归"报道与国家认同的建构［D］．苏州大学，2011.

[16] Al-Ali，N. &Koser，K. *New Approaches to Migration*：*Transnational Communities and the Transformation of Home*［M］. London：Taylor & Francis Books，2002，6.

［责任编辑：赵晓兰］