

# 再入场：县级融媒体实践与 流迁青年的地方感建构

黄伟迪，李 莹

(安徽大学新闻传播学院，安徽合肥 230601)

**摘 要：**随着现代化与城市化进程的加剧，重建县域流迁青年与家乡的情感连接及地方互动具有积极的现实意义。县级融媒体从不同维度促进了流迁青年的地方感建构，形成趋于深度连接的“再入场”实践。首先，通过提供及时、准确的家乡信息和服务满足了流迁青年工具性信息需求，培养出流迁生活情境下的媒介使用习惯，不断凸显人对家乡的地方关注与依赖。其次，多元的在地化报道使得县乡空间变得“可见”，家乡图景的再现不断重构流迁青年对家乡的地方熟悉与认知图式。最后，融媒体传播有助于将家乡语境嵌入流动者的社交网络中，促进了流迁青年地方依恋、地方认同的形成。

**关键词：**县级融媒体；流迁青年；地方感建构

**中图分类号：**G201

**文献标识码：**A

**文章编号：**2096-8418 (2023) 03-0060-08

## 一、引 言

随着现代化与城市化进程的加剧，“流动”成为社会生活的常态，人们的生活方式在一定程度上从“定居”演变为“游牧”，人与地方的关系不断发生变化。特别是在向外流动的过程中，传统的人地关系呈现出“离心”状态。不断增强的空间流动削弱了地方的文化，地方的象征意义也逐渐式微<sup>[1]</sup>，流动人群对家乡的地方感知逐渐变得模糊。费孝通笔下的“乡土中国”转而变为一种极具流动性、变动性的“城乡中国”<sup>[2]</sup>与“离土中国”<sup>[3]</sup>。根据第七次全国人口普查，我国流动人口已达到3.76亿人<sup>[4]</sup>，其中包含大规模从县域流出的青年流动者，导致县域空间成为中国社会流动性最强的区域之一，呈现出“流而不留”的“驿站”特征<sup>[5]</sup>。和居住在县域内的留乡务工青年与返乡大学生<sup>①</sup>不同，离开家乡的外务工者和在外大学生常常处于“身体不在场”的状态，并在家乡与异乡之间保持着规律性的往返流动，因此也被形象地称为“季候性返乡青年”<sup>[6]</sup>。在这种离土生活中，虽然他们通过社交媒体等方式与老家的亲人维系着交往，但不断发生的空间流动以及家乡在地化媒体的一度缺失，导致他们往往处于“离场”的状态，与家乡这一“地方”之间的连接与互动日趋微弱，呈现出疏离、陌生的地方感。

从媒介人类学的角度，“场”既指“现场”，又指“一种行动的场域”，并非是纯粹的地理空间，而是包含着社会关系的社会空间<sup>[7]</sup>。而流迁青年相对于家乡社会的“离场”可能会加深城市化进程中的流动困境，使得他们不仅在地理空间上处于离家乡较远的地方，同时又与原有的社会关系网络发生断裂，脱离了县域空间之“场”。正如雷尔夫将“人不自觉地委身于一个地方，视其为归属”定义为人

**基金项目：**安徽省哲学社会科学规划青年项目“县级融媒体中心建设及其沟通机制研究”(AHSKQ2019D075)。

**作者简介：**黄伟迪，男，副教授，博士；李莹，女，硕士研究生。

① 缘于教育上的垂直流动与地理上的空间流动，已有研究将县域青年划分为四类群体：留乡务工者、在外务工者、返乡大学生与在外大学生。参见刘浩《县域青年、精英再生产与乡村人才振兴》，《中国青年研究》，2021(12)。

“存在的内部性”<sup>[1](79-91)</sup>,蕴含家园意味的地方原本是人的自我建构的重要部分,但在长期流迁的过程中,对家乡的情感疏离会导致青年群体对原生文化与地方经验的认同感逐渐缺失。在没有融入异乡文化的境遇下,往往会困于“无家可归”的“夹缝”中,不利于青年流动者的自我认同与社会化实践。同时,由于流动生活中缺乏与家乡的地方互动,青年群体的“存在的内部性”出现一定程度的断裂后,其对家乡的归属感会逐渐流失。这不仅会抑制青年流动者成长之后“返乡”发展的意愿,而且也会弱化在外定居者对县域发展的关注与反哺,从而进一步加剧城乡发展的鸿沟,更不利于推进“扎根的城镇化”<sup>[8]</sup>建设。

因此,促进流迁青年在县域空间中的“再入场”,即重建青年群体在流动过程中与家乡的情感连接及地方互动、使其重返地方文化场域具有积极的现实意义。作为人文地理学的核心概念,“地方感”意指具有特定文化与社会特征的人地关系,强调人对地方的感知,以及地方在人的情感依附与身份构建层面的作用<sup>[9]</sup>。人文地理学家段义孚将人与物质环境的情感纽带定义为“恋地情结”,即关联着特定地方的一种情感<sup>[10]</sup>。而“地方感”以及“恋地情结”的形成,是一个动态的社会建构过程,媒介则是参与其中的行动者之一。正如已有研究探讨抖音平台的媒介实践如何影响网红城市青年地方感的生产<sup>[11]</sup>,流迁青年社交媒体的使用与流入城市地方感建构之间的关系<sup>[12]</sup>等。与上述研究中社交媒体与平台流量所青睐的网红城市不同,笔者试图聚焦不断流迁出青年群体的广大县乡空间及国家力量推动下的大规模县级融媒体实践<sup>①</sup>,探讨县域青年在流迁过程中如何与家乡保持紧密的信息连接,融媒体如何不断形塑流动者对家乡的认知和想象,重构他们与家乡的地方互动与情感依恋,实现基于地方性媒介的“再入场”实践。本文一方面采用半结构化深度访谈,以18岁至40岁的流迁县域青年作为访谈对象,共访谈25人<sup>②</sup>。另一方面,对H省59个县级融媒体的微信公众号于2021年全年所推送的文本内容进行分析,并以浏览量超过5000人次为标准进行筛选,共得到3592条样本。

## 二、地方依赖:刚性信息需求的生产与满足

20世纪90年代后期,各地纷纷出现的都市报和电视民生新闻回应了公众渴望了解自己周边环境变化的信息需求,附近的“地方”一度成为新闻生产中的焦点。而伴随着互联网与社交媒体的兴起,大量以“全网热搜”为标签的内容传播,使得网民的注意力在更遥远的空间上被聚合<sup>[13]</sup>,特别是在追逐流量与热度这一运作逻辑的影响之下,与基层民生息息相关的地方性内容经常被排除在网络媒介议程之外,媒介资源相对稀缺的县域报道更是处于“信息真空”的边缘位置。在这种语境下,长期流动在外地的青年群体因缺乏有效的媒介渠道,往往难以及时获得家乡的信息,从而进一步造成人地关系疏离和流动困难的“离场”困境。这一问题在跨城市的公共突发事件中被暴露出来,特别是在新冠疫情应对中,在地信息资源被迅速激活,面对大隔离与大流动,往返于不同城市的县域青年在急需了解本地资讯的同时,对家乡疫情与返乡政策的信息需求同样迫切,流动者对家乡的媒介依赖凸显出来。

而县级融媒体通过及时更新在地化信息与服务,在很大程度上丰富了在外青年群体获知家乡动态

① 2018年8月,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出,“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众”,将县级融媒体建设纳入国家战略视野。作为媒体融合的最后公里,县级融媒体经过四年的发展已成为基层社会沟通与协同治理的重要枢纽。

② 选择流迁县域青年作为研究对象的原因在于这一年龄段的人群由于求学、就业等原因不仅具有较高的地域流动性,符合本文对于人地关系的研究主旨,同时作为数字时代的“原住民”,这类人群对于县级融媒体的选择、理解和使用都具有代表性。访谈从2021年12月开始,至2022年6月结束。每人访谈时间在40分钟到70分钟之间,访谈直至信息饱和终止。

的媒介路径，为其在县域空间中的“再入场”提供了信息基础。在对 H 省县级融媒体的 3592 条样本进行分析后，发现约 51% 的推送内容是围绕县域用户衣食住行的刚性信息需求，既包括与新冠疫情密切相关的突发事件报道，也涵盖天气预警、停水停电、中考高考、单位招聘、社保医疗等与日常生活息息相关的民生服务与议题。县级融媒体成为县域流迁青年了解家乡情况的一个重要窗口，满足他们对相关信息和服务的工具性需求，为往返流动生活提供了信息支撑。

首先，家乡突发事件的相关报道是县域青年最为关注的内容。笔者在访谈中发现，很多县域青年对家乡县级融媒体的关注始于新冠疫情发生后的信息需求。在 H 省县级融媒体的内容样本中，与疫情相关的信息在全年整体样本中占比 20%，平均浏览量达 13500 人次，比整体样本的平均浏览量高出 40%。其中，浏览量排名前 5、超过 10 万的样本均与疫情相关。县级融媒体每日及时更新最新疫情动态，给县域青年提供一个及时了解家乡防疫要求的可靠渠道，有助于缓解流迁青年面对疫情时的焦虑，并避免“信疫”的发生。受访者 LQF 告诉笔者，“有时网上会有一些（关于疫情的）谣言，我就去看一下微博‘望江发布’上有没有公布官方的权威信息。我每天都会了解下望江县的新增病例或者是安庆市的整体情况，上面（望江县融媒体）公布的信息很详细”。受访者 XDG 同样如此：“我会关注公众号（永宁映像），看看回家要采取哪些措施，比如说查看每个地方的风险等级。”值得注意的是，2021 年各个县级融媒体所发布的《致在外返乡人员的一封信》《告知全县所有在外的父老乡亲》《春节返乡人员请注意》等针对流迁人群返乡信息内容的平均浏览量达 18499 人次，是整体样本平均浏览量的两倍。这也和访谈过程中发现的县域青年在流迁过程中对于返乡政策的高度关注相符合，体现了在疫情背景下县级融媒体对县域青年流迁生活的信息支持。同时，县级融媒体对突发事件的及时报道还包括自然灾害、交通事故等内容，使得流动在外的县域青年在“离场”的情况下仍然能够触及地方，了解家乡的突发情况。比如 2020 年夏天，南方某些地区发生了洪涝灾害，受访者 LS 当时在上海工作，但一直通过“无为发布”等媒体账号关注家乡的洪涝情况，“当时很多地方发大水，因为我老家靠近长江，而且小时候家里的老房子被水淹过，所以我就搜了很多信息来看”。

其次，与家乡生活紧密相关的民生议题，也是流迁的县域青年经常浏览的内容。这类内容在 H 省的报道样本中约占 26%。一方面，他们通过掌握诸如天气预报、生活缴费、公交线路调整、封路公告等生活服务信息的变动，保持对家乡亲人生活环境的关注。比如，受访者 LHL 在江西读大学，父母在上海工作，但祖父母还留在家乡生活，他便时常在“河东融媒”上关注家乡本地的天气状况，以提醒祖父母及时增减衣物，“因为新媒体时代他们老年人总是不太会搜索这些信息，我担心他们换季时会穿错衣服，所以比较关注天气变化，然后打电话提醒他们”。另一方面，随着北上广深等一线发达城市竞争白热化、房价压力持续增大。在乡村振兴战略和城镇化建设的背景下，不少县域青年开始把返乡择业纳入未来规划之中，即使短期内无法返乡工作生活，但仍然保持着对家乡求职招聘信息的关注。家乡招聘信息在县级融媒体报道中占比约 6.6%，涵盖企事业单位招聘、选调生信息、笔试复试成绩、聘用人员公示等内容，使县域青年返乡择业的信息需求得到满足。受访者 XF 目前在广西一所大学读研究生，毕业之后有返回安徽工作的打算，她告诉笔者：“我会比较关注和招聘相关的一些信息。因为以后想要回家乡工作的话，可能也要先了解一下情况，所以家里的招聘信息我会经常看。”

最后，县级融媒体生产在地化资讯的同时，还通过客户端与微信公众号将本地的民生与政务服务

进行一站式聚合，构建县域综合门户。如图 1①所示，H 省县级融媒体能够提供网络购物、疫情查询、出行购票、求职招聘、便民医疗等 80 余项本地服务，几乎覆盖了居民的日常生活需求。流动在外的青年群体通过县级融媒体平台，可以为自己或者帮助家人快捷办理与家乡生活有关的多项事务。受访者 LQF 告诉笔者：“‘望江之声’融媒体微信公众号菜单栏中有办事大厅，里面有医疗、消费者维权、住房、户籍办理等各种各样的服务，而且特别详细、分得很具体。像上次我爸爸的驾照因为违规需要交罚款去消分，我就去公众号的办事大厅里操作，很快就办理成功了，很方便。”受访者 LY 的祖父母留在吉林农安生活，LY 经常通过县级融媒体来关心和照顾祖父母的日常生活，“就是因为我奶奶他们自己在那边（农安）住，所以我经常会在上面（幸福农安融媒体）给他们交电费、供暖费，或者帮他们查一下社保”。



图 1 H 省县级融媒体功能分布图

更为重要的是，从对突发事件与民生议题的在地化信息获取，到各类民生服务及在线政务的办理，流迁的县域青年对家乡信息的刚性需求得到满足的同时，逐渐产生对县级融媒体的媒介依赖与用户黏性，从而进一步促使流动者们对家乡融媒体的使用从最初的工具性需求演变成为一种更为积极的媒介使用习惯。这不仅体现在面对突发事件时，县级融媒体成为了解家乡动态的“第一信源”，还在于他们开始形成并保持着固定的媒介使用频率，将浏览县级融媒体、获知家乡信息作为每日的“个人议程”。受访者 LHF 告诉笔者：“我微博关注了‘巢湖发布’融媒体账号，并且将关于巢湖的微博账号单独分组，然后每天我会用半个小时或一个小时，比如睡觉之前，把每个分组都浏览一下。基本上每天我都会看。”这种时空相对固定的媒介搜索习惯，不同于碎片化、临场化的互联网冲浪行为。它不仅加深了流动者与家乡之间的连接，而且有助于家乡地方感的重建。正如电视机的摆放和使用能够帮助流动的农民工群体营造“在家”的地方感<sup>[14]</sup>，县域流迁青年对于县级融媒体工具性、仪式性、规律性的使用正在创建一个稳固的媒介场景，进而保持与家乡以及亲人“不断连”的情感联系与生活依附，在很大程度上促进了地方依赖的形成。

### 三、地方熟悉：家乡图景的再现与可见

县级融媒体通过满足流动者的刚性信息需求与服务,使其逐渐形成相对稳定、持久的媒介使用习惯,并在此基础上通过不断报道家乡的人、事、物,使得县域空间逐渐变为“可见”的地方图景,重塑了流迁青年对家乡的地方熟悉。正如段义孚所言,“通过引人注目的表现可以使人类的地方变得鲜明

① 图 1 是对 H 省 59 家县级融媒体中心 81 个微信公众号、42 个客户端服务功能进行归纳分析后得出。



真实”<sup>[15]</sup>，由持续关注所促成的“可见性”有助于地方经验在生活实践中的沉淀与累积。

首先，县域青年在流动之前的生活实践是高度地域化的，而围绕家庭、学校等建立起来的社会关系是他们建立归属感和安全感的重要来源，也是实现“再入场”的关键因素之一。县级融媒体在报道家乡人的故事、展现地方人情风貌的过程中，有助于呈现因空间流动而不断弱化的地缘式社会关系，勾连起流迁青年的生活回忆和家乡记忆。在访谈中我们发现，县域青年往往完成义务教育之后发生流迁，而少年时的生活记忆常常伴随着浓厚的家乡情结，比如对母校、老师和同学的怀念折射出对地方的情感依附。受访者 WZZ 高中毕业之后便前往外地读书、工作，时常关注家乡融媒体上的报道，看见与自己母校有关的内容时还会点赞，“每当看见和我母校老师有关的信息，说他们这一年又带出什么样的学生、取得什么样的成绩，我就会在（留言区）下面评论一下，说‘这是我们曾经的老师，他带过我们 2012 届’，就是想表达一下和母校、老师之间存在纽带的感觉、有联系的感觉。”

其次，县域中特定空间场景的媒介展示能够凸显地方特征，同样有助于加深流迁青年对家乡的地方熟悉感，即“可见的标志物可以提高地方意识和对于地方的忠诚度”<sup>[15] (130)</sup>。比如，砀山县融媒体中心在其抖音号和微信视频号上开设了慢直播功能，选择砀山古城和梨花广场这两个标志性建筑作为场景，在 2021 年 12 月 16 日开始进行 24 小时不间断直播。曾参与过砀山县融媒体慢直播工作的 WGA 告诉笔者：“当时下了一场特别大的雪，第一场慢直播的测试就是在当时下雪的时候。我们那天在户外直播了一上午，短短几个小时就有 40 多万播放量，有好多在外地不能回来的人都在直播下面留言，说他们很想家，那些弹幕我们当时看着都挺感动的。”县级融媒体中心在直播展现具有本地特色的标志化建筑的过程中，获得了流迁在外的县域青年极大的关注，透过这一熟悉而又陌生的地方场景勾连起他们的情感记忆，正如有网友在公众号留言中所说：“让远在他乡的我们可以直播见证家乡的朝朝暮暮。”<sup>[16]</sup>笔者在访谈中发现，流迁青年非常关心家乡场景的变迁，特别是“那些曾经熟悉的老地方现在有什么改变、变成什么样了”（WZZ）。县级融媒体正是在建立地方“怀旧”的同时，不断描绘县域空间的变化，展现出日新月异的家乡新貌，从而使不断变动的“地方”持续处于“可见”的状态，重建并更新着流迁青年的地方认知。

最后，县级融媒体还通过对地方文化、家乡习俗的挖掘和表征，透过人文景观建构更为丰富的地方图景，在人地关系中建立更深的情感连接。在 H 省县级融媒体的文本中，约占 4.3% 的内容是对地方文化的展现，涵盖了文化节日、地道美食、家乡特产等内容，平均浏览量约达 9000 人次。其中，类似“油菜花节”“桃花节”等具有家乡特色习俗的节日报道在地方文化内容呈现中约占 25%，是对地域特有文化记忆的再连接。受访者 LY 告诉笔者，“二月二”（农历二月初二）在自己家乡俗称“龙抬头”，当天具有剪头发、吃猪蹄、吃饺子或面条的习俗，虽然她常年在外地生活，但看见“幸福农安”上发布相关内容时，还是会按照老家的习俗来做。受访者 SY 也有同样的习惯，“每当我看见它（萧山发布）发布和萧山话、杭州话有关的内容，或者是到端午节、重阳节的时候，推送‘重阳节萧山人是这样过的’这种内容，就会很想点进去看，会有点想家的感觉”。这种“对声音和味道的记忆”<sup>[15] (131)</sup>由置身于相同文化背景中的人们历时形成、表达和共享，是一种家乡人共同理解、认同并传承的在地化知识。县级融媒体通过再现这一城市化进程中逐渐式微的地方乡土文化和生活习俗，将流迁青年带回曾经熟悉的家乡文化“场”中，重建其与地方的连接。同时，县级融媒体还在内容叙事上积极运用县域名称、“@ 某某（地方）人”“父老乡亲”等标签，采用故事化的表达方式，强化对地方属性与家乡人的话语塑造（如表 1 所示），有助于唤起流迁青年对家乡的归属感，产生情感共鸣。家乡对于他们而言不再只

是熟悉的地名，而是一个可见、可感知的地方。

表 1  县级融媒体地方图景分类与地方属性的话语引导

地方图景	分类及主要内容		典型示例
	人	本地好人、名人	快来为 Ta 点赞!! 霍邱县见义勇为先进个人正在公示!
			世界冠军! 来自晋江!
		行业故事	恭喜凤阳这些老师! 点赞!
			重磅! 安吉“最美医生”“最美护士”等名单公布, 有你认识的吗?!
		个人、集体表彰	厉害了! 肥东的她们获全国表彰!
			@ 东山人, 他, “八一勋章”获得者! 因这个与东山有关的战役获此殊荣, 您必须知道!
	地	标志性地点	这些来安人记忆深处的老照片老场景, 现在还有人记得吗? 太珍贵了!
			跟着旅发大会游济宁, 微山湖有几种颜色, 你知道吗?
		地方发展变化	已经正式通车! 肥东这里实现南北互通啦!
			《人民日报》点赞! 句容滨河公园装点美丽生活。
	文化	文化活动	期待已久! 来安桃花节要来啦! 最强攻略看这里!
			部署推进! 关帝文化旅游节要来啦!
		节日风俗	今日大雪! @ 全椒人, 这么好吃的东西, 一定要分享给你!
			刚刚, 央视 5 分半钟聚集“东山鲍鱼”, 渔民夏季采收忙。

四、地方表达：嵌入家乡语境的社交网络建构

人文地理学强调地方是人生活的核心意义，“人就是地方，地方也是人”<sup>[1](55)</sup>。人对地方的情感依附在很大程度上源自对人的依恋，而人与人的密切交往，以及共同体的建立也促进了地方的生成。家乡在流迁青年的记忆中往往是“令人熟悉和放心的舒适圈”（LMM），是“一个不受欺负、放松愉悦、没有太多压力的地方”（WSL），这与家乡中存在稳定而熟悉的社会关系息息相关，“在（家乡）这个地方容易形成一个比较好的社交圈子，具有情感上的连接”（QXY）。这种基于血缘、地缘的社会关系在流动生活中时常发生断裂，虽然微信等社交媒体的使用发挥出一定的连接作用，但其所建构的交往互动在突破时空的过程中，常常脱离了家乡这一表达语境，无法促进流动者与地方的持续连接，流迁青年往往仍然处于“离场”的状态。而生成于在地空间的县级融媒体则为流迁青年建构以“地方”为中介的社交网络提供了媒介路径，促进其在县域社会交往空间中的“再入场”。

首先，县级融媒体不仅促进了以血缘为核心的代际互动，而且有助于将“地方”这一表达语境嵌入互动的文本中。一方面，流迁青年常常将县级融媒体的报道转发给家乡的亲人、朋友，在“离土”的情况下保持对他们的关心。正如受访者 XF 告诉笔者：“上个星期我们老家有疫情确诊病例，我妈妈一个人在家里，我在外地很担心她。我在融媒体上看见做核酸的信息，比如做第几轮核酸了、在哪里做、什么时候做这类消息，我就会立马转发给她，告诉她现在我们小区，还有县城是处于什么样的状况，让她注意防护。”另一方面，与“数字反哺”趋势相悖的是，许多流迁青年对家乡县级融媒体的关注和使用来源于父母或其他长辈，“是父母‘安利’我去融媒体公众号上面看一些家乡的信息”

(ZYH)。父母不仅经常将县级融媒体发布的内容转发到家庭微信群里,而且与“养生”类、“鸡汤”类的文章分享相比,父母借助县级融媒体的使用,开始更多分享与子女生活工作相关的家乡新闻。受访者 DNX 告诉笔者:“我爸很关注家乡的一切动态,特别喜欢转发和家乡有关的内容,很像一个‘播音员’,每天‘播报’今天天气怎么样,哪个单位又发布了招聘信息等等。”受访者 LHF 从父母处获知家乡图书馆的信息更新,“我妈妈知道我假期的时候喜欢去街边上的 24 小时自助图书馆看书,所以就会很关注它的信息,她在融媒体公众号上看见它是否开门这样的信息,就会第一时间转发给我”。县级融媒体的内容生产丰富了代际传播的信息资源,促进“离土”在外的青年与身处家乡的父母亲人展开以“地方”为中心的代际互动,不仅有助于流迁青年与地方之间的情感连接,更是促进了人与地方的互动。正如 2022 年春节期间,受疫情影响,一些流迁青年选择在外就地过年。砀山县融媒体中心开设了“云返乡·瞰见梨都”慢直播活动,“还原”了家乡除夕夜的地方场景,当晚直播间实时在线人数突破了 2000 多人。在这一由媒介技术作为底层支撑、情感互动作为传播逻辑的网络空间中,人们因“地方”而相遇,又在互动交流中进一步加深对于地方的情感。具有地方感的弹幕表达和地方场景融为一体,突破时空限制的同时,拉近了社交距离,是一次人与地方“共在”的入场实践。

其次,基于县级融媒体的“家乡”文本也逐渐成为流迁青年对外传播与交往的一张“名片”。他们在获取融媒体所展演的地方内容时,也通过在自己的社交圈分享、转发等行为进行再次传播,扮演了地方“推荐者”的角色。受访者 LHL 告诉笔者:“疫情期间,很多县城医院派出医疗援助队。我在郑州一个亲戚的朋友圈里看见一张救援车(的照片),上面写着‘郑州人民加油,临沂人民支持你’。然后我就立马去我们家乡的融媒体账号上找相关的信息,就看见了医疗援助队的推送,就觉得很骄傲,我们临沂‘出息了’的感觉。”受访者 DNX 同样给笔者展示了他曾转发到朋友圈的,展示家乡景观的县级融媒体报道,“我觉得它就像一个名片,可以让你朋友圈的人通过短短几分钟就能了解到你曾生活在一个什么样的地方,能够让别人多认识你一些”。蕴含地方意味的家乡“名片”不仅体现出流迁青年对家乡文化、景观及发展的认同,而且表明他们通过参与式传播,逐渐赋予县级融媒体的在地化报道以社交属性,将其作为自我建构与社会交往的媒介窗口。同时,在社交网络中基于家乡语境的地方表达,有助于发现并重建流动生活中发生断裂的地缘连接。受访者 XDG 是银川永宁人,目前在山东一所高校读书,她告诉笔者:“我之前看见‘永宁映像’(融媒体公众号)发布能够展示我们家乡风采的报道,我觉得挺开心,就会转发到朋友圈,想要大家更多了解我的家乡。奇妙的是,有一个之前在学校社团里认识的学姐,看见我转发之后便在我的朋友圈留言。原来她也是永宁县的,我们竟然是老乡。”因此,与家乡有关的传播内容成为一段话题或者一次交流的开端,流迁青年通过积极获取、转发与分享县级融媒体的报道,逐渐建立起一种具有地方感的社交网络,它不仅向内连接了他们与家乡的亲人朋友,强化了人与地方之间的情感依恋,还成为向外表达地方认同、进行自我建构与丰富社交网络的重要媒介。

## 五、结 语

家乡这一“地方”意味着安稳,远方的空间往往象征着自由。人类的生活是在安稳与冒险之间、依恋与自由之间的辩证运动<sup>[15](44)</sup>。正如雷尔夫认为人与地方的深度连接是必需且无可逃避的,否则人类就会丧失存在的意义<sup>[1](66)</sup>。对于中国社会而言,长期以来基于血缘、地缘关系互动所形成的乡土观念和家乡意识构成了中国文化中的“深层结构”,维系着乡村的社会整合<sup>[8](173)</sup>。而当县乡空间流动性日益增强、传统人情关系网络逐渐式微时,中国大规模的县级融媒体实践恰恰为重建广大流迁青年与县乡空间之间的持续连接、重塑流动者与家乡的地方互动和情感依恋提供了媒介路径,并从不同维度

促进流迁青年的地方感建构。

首先,县级融媒体通过及时、不断地生产与家乡生活息息相关的重要议题,提供多元化的民生服务,满足了流迁青年工具性的信息需求,培养出流动生活情境下的媒介使用习惯,不断凸显人对家乡的地方关注与依赖。其次,县级融媒体的在地化报道,使得经常被忽视的县乡空间变得“可见”,通过围绕城市地标、乡情乡音、文化习俗等地方文本的生产,从自然地理空间到人文社会空间,多元再现流迁青年所经历过的家乡图景,在引发情感怀旧的同时,不断重构流迁青年对家乡的地方熟悉与认知图式。最后,县级融媒体的传播有助于将家乡语境嵌入流动者的社交网络中。县域青年在流动生活中围绕特定的地方表达,不仅在代际互动中促进了人对地方的依恋,而且成为他们对外交往中丰富自我建构的重要媒介,意味着地方认同的产生。

同时,这一基于县级融媒体传播的地方感建构过程,逐渐跳出媒介呈现与表征的传统机制,开始以中介化的互动方式融入并参与到流迁青年的日常生活实践中,从而将人与地方的关系从弱连接逐渐演化成更为紧密的强连接,推动县域空间转化为人可依恋的“地方”。从工具性的信息支撑到家乡图景的持续再现,从地方文本的媒介生产到社交网络中的地方表达,流迁青年与家乡之间的情感勾连与地方互动不再是“离场”式的被动、偶发的行为,而是倾向于更为积极主动的自我建构,形塑出趋于深度连接的“再入场”实践。这场实践不仅弥合了流动情境下家乡记忆与现实关注之间的断裂,更是将“地方”作为一种连接人与人情感关系的纽带、一种对话和沟通的社交资源、一种表达自我的话语方式,最终实现人与地方的互构。

## 参考文献:

- [1] [加] 爱德华·雷尔夫. 地方与无地方 [M]. 刘苏, 等译. 北京: 商务印书馆, 2021: 107.
- [2] 刘守英, 王一鸽. 从乡土中国到城乡中国——中国转型的乡村变迁视角 [J]. 管理世界, 2018 (10): 128-146+232.
- [3] 童小溪. 从“乡土中国”到“离土中国”: 城乡变迁的时空维度 [J]. 湖南社会科学, 2014 (5): 83-87.
- [4] 国家统计局. 第七次全国人口普查公报 (第七号) [EB/OL]. [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202105/t20210510\\_1817183.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202105/t20210510_1817183.html).
- [5] 雷刚. 县城的纽带功能、驿站特性与接续式城镇化 [J]. 东岳论丛, 2022 (3): 138-145.
- [6] 王玉玮, 黄世威. 媒介化回嵌: 季候性返乡青年的主体性重建——基于新冠肺炎疫情期间鄂西北王村的民族志研究 [J]. 福建师范大学学报, 2021 (2): 118-126.
- [7] 郭建斌. “在场”: 一个基于中国经验的媒体人类学概念 [J]. 新闻与传播研究, 2019 (11): 37-54+127.
- [8] 卢晖临, 栗后发. 迈向扎根的城镇化——以浏阳为个案 [J]. 开放时代, 2021 (4): 158.
- [9] 郑昌辉. 在城镇化背景下重新认识地方感——概念与研究进展综述 [J]. 城市发展研究, 2020 (5): 116-124.
- [10] [美] 段义孚. 恋地情结 [M]. 志丞, 等译. 北京: 商务印书馆, 2019: 173.
- [11] 吴玮, 周孟杰. “抖音”里的家乡: 网红城市青年地方感研究 [J]. 中国青年研究, 2019 (12): 70-79.
- [12] 张铮, 周敏. “他乡客”如何“融新城”? ——微信使用与当代都市流动青年地方感建构的关系探究 [J]. 新闻与写作, 2022 (1): 58-67.
- [13] 黄伟迪, 王钰涵. 重返“大地”: 融媒体实践中的“地方”再造——以H省59家县级融媒体为例 [J]. 现代传播, 2022 (6): 37-43.
- [14] 袁艳. 电视的物质性与流动的政治——来自两个城中村的媒介地理学观察 [J]. 新闻与传播研究, 2016 (6): 92-104+128.
- [15] [美] 段义孚. 空间与地方: 经验的视角 [M]. 王志标, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2017: 147.
- [16] 砀山发布. “云见梨都”慢直播! 在这里, 遇见最美的砀山! [EB/OL]. [https://mp.weixin.qq.com/s/uScWEE-Bc-cxwrIm1NSs\\_Jg](https://mp.weixin.qq.com/s/uScWEE-Bc-cxwrIm1NSs_Jg).