

致富不忘桑梓：媒体中返乡青年创业的 “榜样话语”与主体建构

刘运来

(安庆师范大学传媒学院, 安徽安庆 246133)

摘要: 媒体在解读乡村创业政策、吸引青年返乡创业方面发挥着关键作用。但新闻报道中呈现的返乡青年创业话语却很少受到研究关注。对此, 文章采用后结构话语分析方法, 探索乡村振兴背景下媒体报道返乡青年创业的“榜样话语”, 以及经由这种主导话语所建构的为乡村谋福祉的道德主体和拼搏韧性的创业主体。研究发现, 返乡创业青年中的典型被媒体通过各种策略赋予了“榜样”的标签, 将他们描绘成优秀的、回馈家乡的“模范公民”, 以及定位为促进乡村新内生振兴的“催化剂”。“榜样话语”并不是简单地赞誉, 而是复制和强化了青年返乡创业的价值导向, 塑造了返乡创业青年的认知、行动与意义, 并作为政治技术来生产可治理的主体。

关键词: 乡村振兴; 返乡青年; 新闻媒体; 榜样话语; 主体建构

中图分类号: G212

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2023) 06-0019-10

一、问题提出

过去几十年的城市化、工业化和全球化, 使得中国农村面临着诸多发展挑战。其中, 以劳动力迁移、人才外流、人口老龄化以及村庄衰落最为突出。为了应对这些挑战, 中国政府提出了乡村振兴战略, 鼓励拓展农村电商, 规范农副产品直播带货。通过完善乡村数字基础设施, 建设一批兼具创业孵化、技术创新、技能培训等功能的新农民新技术创业创新中心。在此背景下, 学者、政策制定者和各类项目的开发者越来越多地将既熟悉农村现实情况、能够熟练使用互联网, 又有城市学习和工作经验的青年视为实现乡村振兴战略的一股重要力量。因此, 返乡青年被寄予了新的希望和期待, 被认为其在乡村振兴的进程中“大有可为、大有作为”^[1]。在此意义上, 青年返乡创业的原因不应仅被解释为受到外部环境影响下的失业压力以及个人乡愁情结下的心理情感因素。^[2] 相反, 青年的返乡创业行为被政策和媒体等公共话语建构为以使命为中心的行动实践, 并将他们的创业与乡村脱贫和村民共富相联系。

近年来, 乡村数字经济的快速发展增加了青年返乡创业的可能性。因为基于平台的数字创业能够为包括社会边缘群体在内的人群提供经济参与的机会, 有助于他们创造更广泛的经济利益。根据抖音发布的三农数据报告显示, 三农创作者中返乡青年占比达到 54%, 已经成为短视频平台创业的主力军。^[3] 不仅如此, “90 后姑娘返乡创业, 年销枸杞 200 吨”“通过直播上万斤萝卜走出大山, 通过抖音电商销出 200 多万单, 带动了 300 多户贫困户增收”等报道返乡青年创业典型的新闻频频见诸各类媒体。这些媒体中的创业话语暗示, 返乡青年的数字创业不仅给自我发展带来新的机遇, 而且他们还被定位为无私的、优秀的道德主体形象: 致富不忘桑梓。在乡村振兴背景下, 主流媒体话语将返乡创业

青年描述为既实现了个人发展和自我价值,又为乡村社会福祉作出重要贡献,进而被塑造成“乡村守护人”“家乡致富带头人”“返乡带富一方”等榜样模范。

尽管返乡青年作为“榜样模范”已经在媒体报道中得到广泛传播,但国内有关乡村创业过程中的“榜样话语”仍未得到充分研究。既往对于青年返乡创业的实证研究多围绕就业创业过程中的政策与技术赋能、动机特征与经营困境、社会适应与社会融入、心理动因与行为逻辑等方面展开,较少关注到媒体的“榜样话语”对返乡青年形象、身份与工作意义的建构。对此,本文借助福柯后结构话语分析的方法,将主流媒体有关返乡青年数字创业的“榜样话语”概念化为具有构成、生产和生成特定理解系统的功能,并从权力和话语的关系探究在该话语背景下返乡青年数字创业过程中的主体性。本文认为,话语常被权威机构或其他社会行为者用作权力的工具。通过话语,他们可以使用不同形式的知识、真理和观念来构成并建构符合预期的主体,进而在话语实践中塑造某一群体的欲望、行为、认知以及行动的意义。为了探索主流媒体“榜样话语”的示范引领作用,考察返乡创业青年被话语规训的主体,本文通过定性方法确定媒体报道的数据集,并围绕以下具体问题展开分析:主流媒体报道中的“榜样话语”如何呈现返乡青年数字创业实践?“榜样话语”作为主导话语,如何塑造和建构返乡青年数字创业实践中的主体性?返乡青年创业过程中,被主流媒体“榜样话语”持续建构的主体性与乡村经济、文化发展以及村民集体富裕有何关系?

二、文献回顾

(一) 青年创业与农村未来

一直以来,在中国的国家政策话语中,青年被视为“国家的未来、民族的希望,是国家经济社会发展的生力军和中坚力量”^[4]。全球其他国家和地区也对青年抱有同样期望,强调青年创业是应对各种经济挑战最有力的回应,例如改变农村经济活力减弱、缓解农村贫困问题等。^[5]其中,青年劳动力回迁和创业,被视为乡村经济发展和振兴的重要组成部分。^[6]Das指出,农村青年创业有助于提供就业机会、防止农村人口外迁和提高青年参与乡村发展的意识。^[7]在类似文献中,研究者关注到了新兴数字技术对青年返乡创业的影响。例如,Schwab的研究表明,社交媒体作为基础设施的兴起,加速了青年的“返乡潮”,且数字技术革命为青年提供了更好的机会来提升创业的抱负。^[8]

在中国,关于青年返乡创业已有丰富的研究基础。韦辉等人指出,以李子柒为代表的创业青年所产生的社会影响,对青年返乡创业有重要的启示意义。^[9]在此影响下,沙垚等人调查发现,基层领导干部、企业、网红以及返乡青年纷纷出现在直播平台中直销农产品^[10],哪怕是偏远的乡村、普普通通的村民,都开始利用平台制造梦想^[11]。经由数字平台带来的创业机会,被研究者给予厚望。雷力也指出,乡村直播等平台活动不仅有利于吸引人才返乡就业、创业,而且可以打造地方特色农产品品牌,帮助农民脱贫增收,以媒介技术助力乡村振兴。^[12]尤其是三农领域短视频的快速发展,被付森会和晏青看作是一种双赢。一方面,它激活了乡村的可见性,宣传家乡推介农业特产助力乡村振兴;另一方面,逐渐发展了专业化和系统化的生产与运营方式,协助大批农业生产者向农商转型。^[13]但也有研究者将青年返乡创业与农村未来脱钩,转而强调青年返乡创业的个人意义,认为其意义在于通过创业获得货币最大化,进而实现以“家庭本位”为中心的“过好日子”。^[14]这一结论将青年的返乡创业定性成了生存型,缺乏将其创业逻辑与乡村振兴相勾连。

(二) 创业话语和创业榜样

Perren 和 Jennings 的企业话语研究,揭示了创业者在经济“机器”中发挥作用的结构性叙事,创业

者被告知要提供经济回报社会、要依靠自己的力量成长、要帮助社会就业成为社会活力的源泉。^[15] 批判性话语分析学者 Fairclough 的研究也表明,政府和媒体强加给创业企业家及其生活世界的话语是强大的,因为它们呼吁更广泛的“理所当然”的理性经济行为和创业意识形态。^[16] 同时,创业者也存在着对政府依赖的并置话语。为了获得创业成功,创业者不仅依赖政府来定义对国家经济繁荣作出可识别的贡献,而且他们需要得到政府的帮助,需要政府的“资源设施和行政协助”,甚至需要“财务、技术与管理援助”。^[17] 上述关于企业话语的分析,表明了权力、支配与合法化并置话语之间的内在嵌合。依赖的预设被带入创业话语,并与创业企业家的功能主义话语并列,强调了创业者对创业话语力量的依从。

成功或典型的创业者具有较大的社会影响,他们的创业成长被认为对青年群体具有引领示范意义。研究者建议,在创业过程中需要更多的“榜样”创业女强人。^[18] 因为在很多国家,政策制定者试图激励年轻女性成为创业过程中的榜样,从而充当象征性的模范和导师。^[19] Lewis 的研究也指出,女性创业的榜样话语有助于挑战男性是创业英雄的刻板印象,当年轻女性在媒体中接触到女强人榜样企业家的创业故事时,她们可能会产生响应和复制榜样创业经历的意愿。^[20] Lewis 的观点符合 Shapiro 等人对榜样的定义,即榜样是“行为、风格和特定属性被他人效仿的个人”^[21],这种榜样对年轻人的创业成功发展具有至关重要的作用,成为创业者的“理想自我”。Andersen 和 Warren 从社会建构论角度出发,分析了媒体是如何参与和复制创业中的榜样和英雄话语,他们将媒体视作创业活动中“意义建构的机器”^[22]。

总的来说,青年与乡村作为理论观照的工具,在既有研究中得到了充分的调查与分析,并且富有启发意义。这些研究关注青年在乡村场域中的创业行动、社会影响和榜样效应,但没有对媒体中关于返乡青年创业的主导话语内容、支配逻辑及其建构力量进行具体分析,对媒体中不断呈现的创业模范和创业典型报道的政治、经济与文化意义缺乏解读。基于此,本文聚焦主流媒体中返乡青年创业典型报道文本,关注媒体如何再现返乡青年创业成长,以及他们与乡村社会的互动联结,探究媒体“榜样话语”的塑造力量和对返乡青年数字创业过程中的主体性建构,洞悉在乡村振兴背景下,媒体话语意识形态系统的影响力量及其对返乡创业青年的规训治理。

三、研究方法

后结构话语分析是一种批判性和定性的调查方法,它采用后结构概念来描述和检查某些话语,并探索这些话语的影响和效果。这种方法的中心目标是描述主体性的形成,或人们如何成为话语的主体,以及某些话语实践如何塑造人们的行动、思想和行为。^[23] 为了获得主流媒体关于返乡青年数字创业的“榜样话语”,本文通过“惠科新闻数据库”,以“返乡青年数字创业”“返乡青年短视频创作”“返乡青年直播带货”等关键词检索了2022年4月1日至9月1日期间中央、省、市三级报纸的内容。检索产生了一个数量为119篇的数据集,根据内容重复、偶然使用且主题不相关、内容太简短等因素,对收集的样本进行删减后共获得满足需求的报道80篇。

研究样本使用定性数据管理软件 NVivo 12 进行存储和编码。在数据分析上,根据 Creswell 和 Poth 提出的将定性数据分析过程分为两层的建议^[24],将一般主题分析与后结构话语分析相结合。本文作者将获取的报纸文本转换成 Word 文档反复阅读,以便于能够处理数据并反思其内容,并写了一些备忘录,以反映数据集的整体含义。接下来,在编码过程中,作者确定了一些重要的数据单元,然后通过描述性类别列表对它们进行标记。在完成第一层编码过程后,参考福柯的话语、权力和主体性概念,通过

选择相关代码和开发理论类别来减少代码。特别是在选择代码和确立主题上,参考了 Willig 提出的福柯话语分析的六个组成部分,即:话语、话语建构、行动导向、定位、实践和主体性^[25],这些类型为我们确定主题提供了宝贵的框架。

四、示范引领:媒体中返乡青年创业中的“榜样话语”

通过对收集的媒体报道进行分析发现,其话语叙事呈现为一个共同的主导话语,那就是示范引领、回报家乡。这一话语包含多层意义,既概括了返乡青年创业的结果,又框定了其社会价值,还建构了返乡创业的正当性和合法性。具体而言,在样本语料库概述的 12 个不同主题中,我们确定了与研究问题最相关的 3 个主题:返乡青年是“模范公民”、返乡创业的意义是为了“反哺家乡”、返乡创业青年成为新内生发展的“催化剂”。

(一) 将返乡创业青年塑造为“模范公民”

对媒体中将返乡创业青年作为榜样的报道文本的分析揭示了一种话语模式,即在身份角色上将返乡创业青年定位为“模范公民”。这种角色要求返乡青年不仅有相当强的自主行为能力,关注个人发展,而且还需要在创业意识和观念上体现出公共精神^[26],承担作为公众人物的义务^[27]。“模范公民”的这一内涵,使其与 Zsuzsa Kovács 提出的模范创业者概念有相似之处。她认为模范创业者具有两个特征:社会参与和企业家精神,这两者都是创业者所在地方或社区特别需要的。社会参与是指他们具有同理心,能够建立信任和社会关系,以及他们具有更好的技能,能够进入多个社会领域取得好的效果;企业家精神则体现在他们能激发灵感,展示领导能力和拥有清晰愿景的意识,愿意承担风险以及具有利他主义的道德责任感。^[28]因此,“模范创业者”和“模范公民”都强调在特定的社会行动中个体角色的转变,即从个人主义转型为集体主义角色。

“模范公民”是对返乡青年创业过程中“榜样”角色的抽象概括,具体到媒体报道中,出现频率较高的词语有“主力军”“带头人”。媒体将返乡青年的创业行动嵌入国家乡村振兴的战略和地方数字乡村建设的语境之中,赋予这一群体独特的政治身份和创业行动的公共价值。例如,《兴安日报》在一篇报道中,将返乡青年比喻为“头雁”,将他们定义为“群众心中的主心骨、致富路上的领头雁和乡村振兴的奠基石”^[29]。该报道文本以命名和述谓结构策略(predicational strategies),不再将返乡青年定性为为了乡愁和生计而“脱城返乡”的个体,相反把他们建构为参与乡村振兴的自觉行动者和政治主体。进一步分析媒体“模范公民”话语会发现,它没有提倡个人的英雄主义,而是突显返乡青年在创业中对乡村社会的主动参与以及与村民的互动联结。这种话语模式的目的在于塑造返乡青年创业行为的集体主义色彩,使其区别于市场经济中普遍遵循的观念,即创业过程本质上不是为了财务和赚钱^[30]。正如一篇媒体报道的标题所写《从一个人的微光到一群人闪光》^[31]，“模范公民”的话语模式把返乡创业的青年塑造为“有理想”“有抱负”“能克服困难”，扎根和服务于乡村经济发展，与村民一起致富，在实践中具有示范引领作用的利他主义者形象，进而将他们塑造为“田野上的创业者”，乡村经济发展和农民脱贫致富的“领头羊”。

在传统媒体报道中,塑造“模范公民”的另一种话语策略是将返乡青年及其创业过程苦难化,引发公众共鸣、同情和尊崇。《南国早报》的一篇报道讲述了一位三农领域短视频创业青年的转型故事。“从一位低保户逆袭成为百万网红……小时候生了一场病,影响了身高发育,如今 30 多岁了,身高只有 140 厘米……曾经外出打工却没有人愿意接收,平日里靠乡亲们的接济和低保生活。如今,做电商年销售芒果 100 多万公斤,还成立了自己的公司和团队。”^[32]在这个故事中,通过对比的方式,媒体将乡

村创业青年视为数字经济时代的“参与者”“冒险者”和“蜕变者”，将其创业实践概念化为追逐梦想和实现自我价值，完成了从边缘弱势群体转型为乡村企业家的蝶变。

不仅如此，在乡村振兴激励青年人才返乡工作和创业的时代背景下，媒体的“模范公民”话语通过具体可见的个体或群体创业典型实例，向社会青年传递一种积极的自我观念，引导他们感受乡村的活力、机会和意义。这种话语的传播，无形中让青年被“榜样”打动，激起敬畏、感激或钦佩等积极情绪，也能够引发积极的效仿学习效果。尤其是当青年与“榜样”的经历相似时，更容易引发共鸣共振。同时，青年能够从“榜样”“模范”身上汲取灵感，在自己的生活中做出更小、更易于管理的改变。在这个意义上，媒体中的“模范公民”话语作为一种号召青年返乡创业的询唤力量，它可以引导和规范返乡青年的思想与行动。

（二）青年返乡创业的意义是“反哺家乡”

既往的研究强调青年返回家乡的效用函数是迁移导致的生活满意度得失，用生活满意度增益或损失的预期来解释返乡回迁^[33]；也有研究者通过实证调查表明，青年返乡创业的意义是以“家庭本位”为中心的安安稳稳过日子^[34]。这些研究结论或许解释了青年返乡的初始意愿，但在“榜样话语”中媒体将青年返乡创业的意义与乡村振兴的经济政策和乡村的文化背景相联系。在《人民日报》的报道中，以主体讲述的方式宣示“大家一起富，才更有意义”，并用细节的数据和行动来证明“榜样”在带动村民共富。“我回来创业就是想让家乡的农产品进入千家万户，让乡亲们过上好日子。6年来我用新技术养鸡，帮助1800多户村民人均增收2万元，带动15个村集体增收200多万元。”^[35]这一段摘录将中国传统文化中的反哺家乡、致富不忘桑梓的乡土情怀与返乡青年数字创业的意义相嵌合，同时也将返乡创业青年树立为回报家乡的“乡贤”形象，与乡亲一起创造财富。在规避理性经济讨论的同时，该话语将返乡青年的数字创业解释为一种“使命”和“创造共享价值”的行为，摒弃了将乡村作为创业场所，利用乡愁和依恋赚取利益，只为个人和家庭奋斗的狭隘观念。

在主流媒体报道中，“反哺家乡”的话语始终离不开“乡村振兴”的主题。尽管“年收入百万”的隐喻常会出现在新闻标题中，但其目的不是为了标榜返乡创业青年经济上的成功，而是将其塑造为勤劳、能承受压力、自给自足且有创新能力的能动性主体，进而以宏观话语意识形态在道德上引导、倡导他们认识到与乡村关系不仅仅是情感的依恋，也是一种共同致富的责任和义务。对这一话语抽象目标的理解，可以用媒体引用的一位返乡创业青年的叙述来解释：“我所有的努力，不是为了摆脱家乡的贫困，而是让家乡摆脱贫困。”^[36]“反哺家乡”的话语策略，激发了返乡青年的抱负，将打破意义和赋予意义的两个过程连续起来。在打破意义的过程中，放弃了传统的“离土离乡，志在四方”的观念；赋予意义的过程，则引发了“为何要返乡”的基本问题，并为返乡青年提供了理想化自我的价值追求。

从本质上讲，“反哺家乡”的话语在很大程度上塑造了返乡创业青年高度道德的行为，它满足了人们对行动意义的需求。在这种话语中，“榜样”的故事通过媒体的传播，成为了促进青年群体提升返乡愿望的一种手段，也增加了青年对返乡创业意义的积极体验。尽管这种话语遮蔽了青年返乡创业过程中的不稳定、非保障、失败和挫折，但它提供了一个可见性的窗口来制定乡村创业活动的价值观，如“将个人理想与国家命运结合的最好方式，就是把家乡建设得更好”^[37]。这和媒体在特定事件中所建构的“英雄话语”相一致，它将意义和目的视为英雄行动的本质。^[38]因此，媒体中返乡创业青年“反哺家乡”的话语契合“英雄”“榜样”倾向于回馈社区、帮助他人和为国家服务的集体目标。

（三）返乡创业青年作为乡村新内生发展的“催化剂”

在乡村数字经济崛起的背景下，媒体报道也呈现新的动态，即不再一味地突出政府在乡村振兴过

程中“自上而下”的主导力量，例如强调政策投入、创业环境、产业支撑、技术扶持等。相反，在讲述一个个返乡青年的创业故事中，既表达了“榜样青年”是乡村发展的“骨干力量”，也将他们的数字创业与国家政策和平台经济联系起来。这一话语模式无形中暗合了乡村的新内生发展模式，即在乡村建设过程中强调上下联动、内外共生的外在形式和社区整体性与能力建设。新内生的关键点在于提高乡村自身发展能力，将更广泛的资源与各方利益相关者联系起来形成互动，并将政府与非政府行为者引入乡村地区发展的治理之中。其中，能够调动网络化资源，具有创业精神的行为者扮演着“催化剂”的关键作用。^[39]《中国青年报》的一篇述评验证了这一结论，文章认为“返乡青年通过在外学习和工作，比传统农村青年更了解外部的市场、需求、技术、机制等信息，有效利用互联网等新技术是他们的优势和特点……深挖乡村资源，寻找以青年为主要行动者的破圈之路”^[40]。

上述引语表明，返乡青年是乡村发展过程中破局“外生”与“内生”二元争议的关键角色。他们自身所具有的数字创新能力，以及与乡村外界的网络化、连通性，使得他们既能根植于乡村，又能获得传统乡村无法获得的资源和社会基础设施。在媒体报道中，返乡创业青年“榜样”的建构不仅在意义上表现为“反哺家乡”“与村民共富”、在精神层面有着更高的“理想与价值追求”，而且还将他们比喻为“桥梁”“骨干”“加速器”“催化剂”。这意味着，媒体话语中的“榜样”不仅是有意义的创业行动的象征，而且还蕴藏着新的身份与使命。正如《人民日报》的报道指出，返乡青年“从大山里走出来又回到大山……通过拍短视频、直播等方式，让家乡风景、美食、民俗等为更多人所知。如今，他们不仅实现了自身梦想，而且带动乡亲们就业致富，吸引了更多年轻人返乡创业”^[41]。

因此，借助赖特·米尔斯《社会学想象力》中的重要见解^[42]，可以认为主流媒体中的“榜样话语”具有将返乡青年“个人问题”与乡村振兴的“公共问题”联结起来的功能，表明了返乡青年个体的发展嵌入乡村振兴的能动性，以及这一群体在新的身份认同中与乡村公共利益的协同共进。

五、实现治理：媒体“榜样话语”中返乡创业青年主体建构

遵循福柯的观点，话语的运作是系统地形成它们所谈论的对象的实践，社会现实也总是以话语的方式产生。^[43]举例来说，返乡青年的身份以及作为创业者的主体地位是在不断被建构的，并通过话语而不是在话语之外被重新定义。媒体报道中的“榜样话语”创造了一个条件，在这种条件下返乡青年被主体化或从不断扩大的媒体话语中产生新形式的主体性。按照福柯的推理，“榜样话语”不仅是赞赏、鼓励和肯定的表达，而且是一种政治、社会和经济治理的技巧，用于实现多重目标。同时，媒体的这一主导话语型塑了关于青年返乡创业的话语背景，在取代、抑制、减少相反或不必要的声音中吸引更多青年返乡参与乡村振兴。也就是说，主流媒体中关于返乡创业青年的“榜样话语”提供了支配引导创业中的主体性服务目的，从而将他们塑造为可治理的主体：道德主体和韧性主体。

（一）理性与责任的道德主体

“榜样话语”与新自由主义经济中影响主体性生产的意识形态有相似之处，它是一种“做事方式”，也是一种使治理运作合理化的原则和方法。在返乡青年的创业实践中，这种话语建构了三种相互关联的框架：理性、道德、责任。在既有的创业话语文献中，上述三种框架也被反复强调。研究者认为，在创业领域，创业者被期待成为具有创造思维、自主解决问题、自我管理和负责任的主体，并鼓励个人在不断变化、不稳定和激烈竞争的就业环境中承担责任。^[44]随着乡村经济的发展越来越依赖于青年劳动力的技能和创新能力，返乡创业青年在公共话语中被引导作出看似自由、对个人有意义和具有社会价值的决定，但这些决定本质上是为了更广泛的社会和政治目标而努力。这就要求返乡青年的创业

不仅需要在认知、情感和人际关系等维度嵌入乡村经济结构和文化伦理，而且还需要获取政治身份以增加可利用的社会资本和符号资本。

媒体“榜样话语”的叙事，将返乡青年描述成理性的人。他们的创业故事被叙述为“知道自己想要什么”，并在挫折中理性地“做出正确的选择”，最后创业成功。《农民日报》的报道讲述了一个较为极端的案例，一位聋哑返乡青年的创业经历。文章写道：“他们的生活一度陷入困境，生活以痛吻我，我却报之以歌……聋哑主播需要承担更大的工作量，需要一次又一次尝试……经过艰苦学习和培训，他把云梦的农产品通过云端销往四方……由于表现优秀，云梦县给他颁发了最佳励志创业奖。”^[45]通过这段话语可以发现，返乡创业青年被建构为在自主、积极地反思和自我发展中有意识、理性地为自己作出最佳选择的主体。在理性框架的背后，隐含着一种新自由主义主体性假设，它鼓励人们相信个人应该为自己的幸福和未来负责任。

此外，“榜样话语”中理性主体的建构还需要一个负责任的道德主体，这个主体需要“自我控制”，以便对自己和他人“能过好生活”负责。不仅如此，媒体的报道还将返乡青年个人“过好日子”与集体“一起致富”相嵌合，重新定义了负责任主体的道德内涵。即在“榜样话语”中，返乡创业主体不仅能够通过努力改善自身处境，而且心系家乡，以行动带动周围的人共同富裕。在具体的报道中，这种道德基调借助一个个不同创业主体的声音来生产和规范道德的主体性。尤其是在贫困偏远山区，返乡创业青年被媒体建构为“做大自己事业的同时，积极扶贫帮困、回馈社会、奉献爱心的励志典型，不仅解决了当地农产品销售和乡亲们就近就业，而且帮助和影响了一群想做直播的人，带动周围的老乡一起致富”^[46]。此处摘录展示了返乡青年如何在被鼓励“回馈家乡”的责任和道德中行动，这使其区别于数字经济中的“网红”。

（二）拼搏韧性的创业主体

Laalo 和 Heinonen 在创业教育的研究中，使用了“创业主体性”来指代在新自由主义理性下在创业教育中鼓励并在创业话语中产生的主体的理想形象，即具有创造性、冒险精神、韧性、自信和好奇。^[47]这一主体形象在创业话语中表现为创造性地识别和利用机会并在激烈的竞争中脱颖而出，他们被认为要打破传统的规则和规范，并以新的方式做事。“榜样话语”同样也在塑造和建构创业主体，展示创业主体必须具有韧性和创造性，在困难和风险中努力提高自己的能力，以满足数字平台中创业的需求。为了强化榜样效果，媒体向公众提供返乡创业青年的个人转型故事，以个人的成功故事为例，塑造他们如何承受困难逆境成长、逐渐从边缘化群体转变为有抱负和成就的青年形象。《丽水日报》的一篇深度报道以一种浪漫和美化的修辞来建构拼搏的创业主体。“创业之初，叶建新忙活得像是一只无头苍蝇。为了缓解创业压力，背上吉他唱歌成了他最好的解压方式。绿水青山间，歌声悠扬。”^[48]

上述话语中的修辞和情感，将创业主体描绘成一种令人向往的对象。它传递给青年的信心是无论你开始多么不足或身处何种挫折，只要冒险、坚持和拼搏就能“成为更好的自己”。在这里，“榜样”在精神层面作为一种力量，引导返乡青年发展成为更强大的主体，并将这种“榜样”定义为一种可训练和转化的“产品”。这意味着，乡村振兴背景下返乡创业青年在媒体的话语中被建构为一个可转变或可塑的主体，以鼓励、引导和暗示这种主体能够在不确定、不稳定的数字经济环境中找到自身力量使创业变得易于管理，而不是期望别人的支持和帮助。一位广为媒体传播、曾获得全国劳动模范的无臂青年陈兹方的艰辛创业故事，正是对拼搏和有韧性的创业主体的最有力诠释。“出生农村家庭，生来没有双臂，9个月大父亲离世，注定他的人生道路不顺利……但勇敢向命运发起挑战，日复一日，年复一年，陈兹方逐渐把笨拙的双脚练得像双手一样灵活……更了不起的是，他居然开起网店来，当起了电

商，为 240 多户农户销售土特产，带动贫困户 147 户。”^[49]

这段“榜样话语”将返乡青年建构为具有韧性和拼搏精神的创业主体。它表明了乡村振兴背景下榜样的故事可以呈现为一种积极进取、自我的理想化文化模式。越来越多的返乡创业青年的数字媒介实践在媒体报道中被用作乡村脱贫致富的道德榜样和创业神话，形成了青年在乡村振兴和乡村数字经济发展背景下如何思考和行动的原型，从而构成了对普通青年实施规训权力的工具。尤其在乡村振兴进入攻坚时刻，媒体“榜样话语”塑造的“自我控制”和“为了更美好未来”的创业主体能够在更广泛层面上获得共鸣，因而它已经成为各地政府用来传达和提振青年返乡创业信心的“低风险”技术。

六、结 论

本文分析了传统主流媒体在报道青年返乡创业过程中采取了何种策略来生产“榜样话语”，以及这些话语建构了返乡青年的哪些主体。这种分析的目的在于从话语和权力的角度来看影响返乡青年创业的原因，其不仅在于常见的政策、环境、资金、技术、情感等要素，还在于由媒体主导的创业话语对返乡青年的行动、身份以及主体性的理解。总体来说，这项研究的结果提出了三个见解。

首先，媒体中的“榜样话语”定义和协商了返乡青年的创业形象和身份。本文分析了媒体报道返乡青年数字平台创业的三种典型“榜样话语”主题，具体包括返乡青年是“模范公民”、返乡创业的意义是为了“反哺家乡”、返乡创业青年已经成为乡村新内生发展的“催化剂”。在媒体实践中，“榜样”作为主导话语，重新定义了乡村振兴背景下青年返乡创业的身份、意义和价值，进而将“致富不忘桑梓”视为青年返乡创业过程中理所当然的可见的真理。为了展示“榜样”在平凡中取得的不平凡成果，一些媒体报道还将其经历苦难英雄化，以达到话语的政治、经济和文化目的。本文认为，这种“榜样话语”具有一种询唤力量。它将众多返乡创业“榜样”置于话语的中心位置，吸引和征召更多的青年回乡投身乡村创业。不仅如此，这些话语在更广泛的社会交往和重复主题的报道中不断被重构，从而影响青年人返乡的行动逻辑和数字创业中的价值重塑。

其次，媒体的“榜样话语”建构了理性责任的道德主体和积极进取、拼搏韧性的创业主体。尽管媒体报道中的“榜样话语”从本质上体现了新自由主义中“自我企业化”和“自我品牌塑造”，但不同的是，“榜样话语”还将创业者回报社会的集体主义和道德主义作为优先选择。其中原因就在于乡村振兴构成了“榜样话语”的背景，并且权力通过媒体话语的运作，重新赋予了返乡创业青年道德主体与创业主体的内涵和要求。返乡青年则将“榜样话语”和主体性要求嵌入创业实践，从而将这种话语重新经验化和生活化。

最后，“榜样话语”作为一种治理性话语，将个人转变为指导和管理个人的工具，并且作为一套政治策略，构成了一种特定的、明显可控的主体形式。“榜样话语”作为一种政治治理的手段，以塑造和规训青年返乡创业满足回报桑梓的期望为目的，并且强化了“榜样青年”的创业主体性和道德主体性。作为一个主体性生产场所，乡村建构了一系列的主体地位，有些是正式的和权力机构承认的，如优秀返乡创业青年所获得的各种荣誉，它既体现了机构的权力，又作为了一种规训工具；也有一些是文化上产生的，如青年群体的乡土观念、创业理想和回报家乡的情怀，它们作为一股内在的力量使得返乡青年在创业过程中得以反复确认被媒体所建构的“榜样”身份。它们二者作为意识形态，塑造着返乡创业青年的个人和集体性行为，从而以一种全新的方式构成主体：致富不忘桑梓。

参考文献：

- [1] 张艳斌. 返乡青年的形成机制及主体性建构：基于个体化的视角 [J]. 兰州学刊, 2022 (8): 125-134.
- [2] 刘金发. “返”其道而行：“乡愁”建构与农民工返乡创业——基于S省Y县的扎根理论研究 [J]. 济南大学学报 (社会科学版), 2022 (5): 120-130.
- [3] 抖音. 三农数据报告 [EB/OL]. <https://www.dsb.cn/news-flash/76594.html>.
- [4] 中共中央国务院. 中长期青年发展规划 (2016-2025 年) [EB/OL]. http://www.gov.cn/zhengce/2017-04/13/content_5185555.htm#1.
- [5] Blokker, P. & Dallago, B. (2008). *Youth entrepreneurship and local development in central and eastern europe*. Hampshire: Ashgate Press.
- [6] Taylor, D. W. (2007). The entrepreneur in youth: An untapped resource for economic growth, social entrepreneurship, and education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14 (5): 367-369.
- [7] Das, D. C. (2014). Prospects and challenges of rural entrepreneurship development in NER-A study. *International Journal of Humanities & Social Science Studies*, 1 (3): 178-182.
- [8] Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution (1st ed)*. New York: Portfolio Penguin.
- [9] 韦辉, 吕宝龙, 程国栋. “李子柒现象”及其对当前青年创业之启示 [J]. 中国青年研究, 2020 (10): 100-105.
- [10] 沙垚, 李倩楠. 重建在地团结——基于中部某贫困村乡村直播的田野调查 [J]. 新闻大学, 2022 (2): 84-96+120-121.
- [11] 胡慧, 任焰. 制造梦想：平台经济下众包生产体制与大众知识劳工的弹性化劳动实践——以网络作家为例 [J]. 开放时代, 2018 (6): 178-195+10.
- [12] 雷力. “短视频+直播”在乡村文明建设中的传播使命与功能定位 [J]. 中国广播电视学刊, 2021 (4): 35-38.
- [13] 付森会, 晏青. 新农人短视频与受众主观幸福感：一个有调节的中介模型 [J]. 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 2022 (11): 148-155.
- [14] 林龙飞. 乡村振兴背景下青年返乡创业的内隐逻辑——基于个人意义构建视角的多案例研究 [J]. 中国青年研究, 2019 (10): 62-68.
- [15] Perren, L. & Jennings, P. L. (2005). Government discourses on entrepreneurship: Issues of legitimization, subjugation, and power. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (2): 173-184.
- [16] Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. New York: Longman.
- [17] Dahlstedt, M. & Fejes, A. (2019). Shaping entrepreneurial citizens: A genealogy of entrepreneurship education in Sweden. *Critical Studies in Education*, 60 (4): 462-476.
- [18] Byrne, J., Fattoum, S. & Diaz Garcia, M. C. (2009). Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say. *Journal of Small Business Management*, 57 (1) 1: 54-184.
- [19] Kelley, D., Brush, C., Greene, P. & Y. Litovsky. (2010). *The global entrepreneurship monitor women's report*. Wellesley, MA: Babson College.
- [20] Lewis, P. (2014). Postfeminism, femininities and organization studies: Exploring a new agenda. *Organization Studies*, 35 (12): 1845-1866.
- [21] Shapiro, E., Haseltine, F. & Rowe, M. (1978). Moving up: Role models, mentors, and the patron system. *Sloan Management Review*, 6 (1): 19-47.
- [22] Anderson, A. R. & Warren, L. (2011). The entrepreneur as hero and jester: Enacting the entrepreneurial discourse. *International Small Business Journal*, 29 (6): 589-609.
- [23] Arribas-Ayllon, M. & Walkerdine, V. (2017). Foucauldian discourse analysis. In Willig, C. & Stainton-Rogers, W. (eds.). *The SAGE handbook of qualitative research in psychology*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, 110-123.
- [24] Creswell, J. & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches (4th ed)*. Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- [25] Willig, C. (2013). *Introducing qualitative research in psychology (3rd ed)*. Oxford: Open University Press.

[26] 黄礼峰, 王宁宁. 模范公民视野下大学生公共理性精神培育 [J]. 当代青年研究, 2015 (1): 74-78.

[27] 王昀, 杨寒情. 制造“乡愁”: 乡村视频博主的内容生产与职业身份生成 [J]. 社会学研究, 2023 (1): 205-225+230.

[28] Kovács, Z. (2020). From exemplary practitioners to urban chameleons? The role of the citizen in the redistribution of tasks in local governance. *Critical Policy Studies*, 14 (2): 137-155.

[29] 王越. 以“头雁”领航带动“群雁”齐飞 [N]. 兴安日报, 2022-8-24 (A1).

[30] Johannisson, B. (2011). Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, 36 (2): 135-150.

[31] 宋爽. 从一个人的微光到一群人闪光 [N]. 内蒙古日报 (汉), 2022-7-19 (11).

[32] 黄春荔. 短视频+直播, 助力广西山货走向全国 [N]. 南国早报, 2022-7-19 (5).

[33] Schiele, M. (2020). Life satisfaction and return migration: An alysing the role of life satisfaction for migrant return intentions in Germany. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 47 (1): 110-129.

[34] 林龙飞. 乡村振兴背景下青年返乡创业的内隐逻辑——基于个人意义构建视角的多案例研究 [J]. 中国青年研究, 2019 (10): 62-68.

[35] 顾仲阳. 浙江省泰顺县青年返乡创业者唐平冬——“大家一起富, 才更有意义” [N]. 人民日报, 2022-8-17 (6).

[36] 缪翼. “湘妹心宝”: 让腐乳成家乡“致富宝” [N]. 农民日报, 2022-6-6 (3).

[37] 李鹏. 兴趣电商, 让家乡好物被看见 [N]. 农民日报, 2022-6-6 (3).

[38] Bronk, K. C. & Riches, B. R. (2017). The intersection of purpose and heroism. In Allison, S. T., Kramer, R. M. & Goethals, G. R. (eds.). *Handbook of heroism and heroic leadership*. New York: Routledge, 495-506.

[39] Nordberg, K., Mariussen, G. & Virkkala, S. (2020). Community-driven social innovation and quadruple helix coordination in rural development. Case study on leader group aktion sterbotten. *Journal of Rural Studies*, 79: 157-168.

[40] 杜沂蒙. 乡村振兴, 青年先行 [N]. 中国青年报, 2022-4-7 (1).

[41] 邹翔. 青年返乡创业, 助力乡村振兴 [N]. 人民日报, 2022-6-14 (5).

[42] [美] 赖特·米尔斯. 社会学想象力 [M]. 陈强, 张永强, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2016.

[43] Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge and the discourse of language*. New York: Pantheon.

[44] Bengtsson, A. (2014). Enterprising career education: The power of self-management. *International Journal of Lifelong Education*, 33 (3): 362-375.

[45] 乐明凯. 聋哑夫妻直播带货找到赚钱门路 [N]. 农民日报, 2022-8-4 (7).

[46] 刘晓琼. 返乡创业直播带货带出乡村振兴“加速度” [N]. 西昌都市报, 2022-3-7 (3).

[47] Laalo, H. & Heinonen, J. (2016). Governing the entrepreneurial mindset: Business students’ constructions of entrepreneurial subjectivity. *European Educational Research Journal*, 15 (6): 696-713.

[48] 李莎. “后浪”奔涌至 创业正青春 [N]. 丽水日报, 2022-4-7 (6).

[49] 赵华虎. 敲开天堂的门 [N]. 江淮晨报, 2022-7-29 (10).

[责任编辑: 谢薇娜]