

跨国移民的身份认同与社会世界： 基于媒介生成性的视角

陈洁雯

(南京大学 新闻传播学院, 江苏 南京 210023)

【摘要】深度媒介化时代, 跨国移民的日常生活与媒介相伴, 他们由交往建构的社会世界与媒介深深交织在一起。研究比照罗伯特·E·帕克的移民研究, 通过对加拿大华人移民为期1年的参与式观察和深度访谈, 探讨当代跨国移民的身份认同特点, 描述媒介为移民生成了怎样的社会世界与认同, 以及这种认同与媒介生成性之间的关系。研究发现: 与帕克所在的报刊时代不同, 融入或同化不再是移民群体的必然选择; 媒介及其基础设施的脱域化和无边界化重塑了移民的社会世界, 他们对周遭世界与共同世界、全球与地方、虚拟与实在之间的感知逐渐模糊, 地域不再是身份认同明确或唯一的支撑, 媒介创造出与地点无关的认同和归属感。在这个意义上, 媒介生成了跨国移民新的身份认同, 而且这种认同往往是混杂的、纷乱的、碎片化的、不定向的。媒介基础设施的脱域性和无边界化弱化了曾经跨国移民身上独有的漂泊情结, 维系着他们与母国千丝万缕的勾连, 保留着其精神世界的认同和归属。

【关键词】 跨国移民; 身份认同; 社会世界; 媒介生成性

【中图分类号】 G206

【文献标识码】 A

【文章编号】 1672-3406 (2024) 08-0087-11

DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2024.08.007

根据《世界移民报告》, 全球跨国移民总数从1990年的1.54亿上升到2022年的2.81亿。^①中国已成为世界上第三大移民输出国, 移居海外人数达1073.23万人。^②广大的海外华人移民是中国联系世界的重要桥梁和纽带, 与中华民族的未来发展休戚与共, 而移民的身份认同关乎中华民族的“根”意识——落地生根或落叶归根。^③从前, 移民群体被认为是一种断裂的、去根性的、双重缺席的存在, 但现在移民是一个流动的、可延续的、保持连接的群体。^④正如孔飞力所言, 对移民来说, 海岸线并非边界, 而是纽带。^⑤关于移民与媒介的研究由来已久, 经典研究来自芝加哥学派罗伯特·E·帕克的《移民报刊及其控制》, 讲述了100多年前报纸促进移民美国化的故事。时至今日, 伴随媒介技术的发展, 跨国移民的境况发生了变化。

在全球化、数字化和深度媒介化时代, 中文社交媒体在海外华人群体中的影响力与日俱增。据路透社数据显示, 2020年微信在美国的日活跃用户超过1900万, 在加拿大的日活跃用户为100多万, TikTok在美国拥有约5000万日活跃用户。^⑥这说明, 当代移民的日常生活与媒介相伴, 他们由交往建构的社会世界从根本

【作者简介】 陈洁雯, 南京大学新闻传播学院博士研究生

【基金项目】 本文为国家建设高水平大学公派研究生项目(202106190023)的研究成果。

上与媒介深度交织。^⑦媒介连接着移民的祖籍国与居住国，跨国移民的社会生活越来越依赖于媒介及其基础设施，他们的身份认同亦与媒介深深交织在一起。本文通过为期1年的参与式观察和深度访谈，基于媒介生成性的视角，试图探讨加拿大华人移民的身份认同呈现出怎样的特点？媒介如何对移民的认同心理产生影响？更进一步，媒介为移民生成了怎样的社会世界与认同？这种认同与媒介生成性的关系如何？

一、文献回顾

（一）移民的身份认同与媒介

联合国移民组织将“移民”定义为：任何一个正在或已经跨越了国际边界的人，即在一国之内离开其常居地的人，无论因何原因、自愿与否，无论通过何种手段，而且移民居留的时间一般在1年以上。中文《辞海》里对“移民”的定义是迁往他地定居的人，属于人口的空间流动，可分为国境内移民和跨国境移民。二者皆强调了移民的时空维度：空间上的相对迁移，时间上相对稳定的居留。本文的研究对象是跨国境的移民，不同于留学生或短暂停留的跨国流动人员，他们通常具备永久居留资格，或保留原国籍，或已入他国国籍。身份问题对于移民而言往往是敏感的，寻求认同亦是他们跨国生活中本然的一部分。

“identity”一词在中文里有身份和认同两种译法，对应着两重含义：身份指的是个人或群体据以确认自己在社会中地位的某些明确的、具有显著特征的依据或尺度，如性别、阶级、种族等；认同则是个人或群体试图追寻、确证自己在文化上的身份的过程。^⑧本文对二者不作严格区分，而是以身份认同作为涵盖两种含义的整体性表述。简单来说，身份认同就是关于“我/我们是谁”这个问题的思考与回答，是对自我的界定和对所在群体共有属性的确认。^⑨在后现代和全球化语境下，已有研究指出了跨国移民身份认同的流动性、情境性和不稳定性，针对移民身份认同的这种特性，学者们提出了诸如双重认同、叠合认同、复合型认同等概念，^{⑩⑪⑫}以解释移民介于祖籍国与居住国之间认同的复杂性，不过关于移民的人类学、社会学、民族学等研究并未充分关注到媒介的角色和影响。

其实移民与媒介的研究由来已久，芝加哥学派对移民相关媒体的关注开启了先河，经典研究来自帕克对美国移民报刊的考察，他发现移民报刊的兴起既有助于同族移民之间的沟通交流并维持共同的文化传统，也可以通过为移民提供本地的信息和新闻来增加其对居住国的了解和认同，最终的结果是促成移民的社会融入和美国化。^⑬后续研究不断丰富和拓展了各种新兴媒介技术之于移民的影响：新世纪以来，互联网和移动设备的普及促进了人口流动和移民潮，形成了与传统社会关系交叠的、跨地域的社会网络，这在最根本的意义上影响着移民的过程和生活方式。^⑭当下，社交媒体成为移民生活中不可或缺的基础设施，改变了跨家庭的交流方式，允许移民可随时“携带”与原籍的朋友家人之间的关系网络，为他们提供一种“情感缓冲器”，并保持远距离的交往共在；^⑮同时媒介也使移民更容易在族群社区中获取一些非正式的信息和内部知识。^⑯这些研究说明了媒介之于跨国移民日常生活和交往的重要性。

进而言之，媒介与跨国移民的身份认同息息相关。既往文献从不同的媒介使用类型、内容、习惯等方面入手，来讨论媒介对身份认同的影响。比如在媒介类型上，大卫·莫利考察了有线和卫星通信的传播环境对散居族裔认同的影响，传统媒体通过营造虚拟的“祖国”形象来满足认同，而现在移民寻找身份感和归属感的重担落到了电子媒介身上，不过电子媒介建构认同的方式与此前不同，领土或疆界不再是身份的明确支撑。^⑰在媒介内容上，曹小杰发现上世纪移民通过在报纸上刊登中文广告来宣示华人文化、身份乃至政治认同；^⑱当前移民主要借助微信来了解当地情况和攻略，获取各种生活信息和资源，维系独特的共同体文化，从中寻求认同和归属感。^⑲然而，移民的媒介使用只是影响身份认同的其中一种方式，媒介不仅在内容和类型上对身份认同施加影响，还在与人的互型中“生成”社会生活的情境、场景和世界。媒介就像是“墙”或“窗”，既能带来排斥和隔离，也能创造出共享和归属感；既能加强我们与他者的联系，

也能隔阂我们与他们。²⁰这意味着媒介的“生成性”视角或可成为探讨移民认同的另一条路径。

（二）媒介的生成性与“社会世界”

从媒介内容的“中介性”到媒介场景的“生成性”，媒介不仅连接和中介了移民的离线世界，即作为一种再现世界的“信使”，处于两个分离世界之间的居间位置，更重要的是作为生产人工世界的装置，“不是效率上的提升，而是世界的产生，这才是传媒技术的生产意义。”²¹如果没有这个装置，千里之外的祖国对移民来说是不可通达的，是媒介开启了新的社会世界与交往方式。换言之，在克莱默尔看来，媒介既是一种中介化的工具，更是一种生成性的工具。媒介在承担中介功能的同时，实际上也在生成其所中介的东西。²²在这个意义上，媒介在中介移民对社会世界的感知和身份认同之时，也生成了他们的社会世界与认同。因此，媒介的生成性视角为重新理解媒介与认同的关系打开了新的思路。

媒介生成性立足于深度媒介化的现实背景，数字媒介带来的传播革命根本性地重构了社会关系、结构网络和生态，媒介从专业信息提供者升维为社会生活组织者并使社会秩序化。²³媒介生成性提供了一种特殊的社会观和世界观，旨在回答媒介如何成其所是的问题，聚焦于媒介特性究竟以何种方式建构人们的时间、空间、权力和秩序？即通过生成时空、场景与时间，创造感知、经验和关系，媒介影响着普通人的日常生活和社会交往，安排并组织着人们社会世界的秩序，体现出其强大的自创生性。²⁴媒介生成性揭开了“人对技术的使用”这一表象下的冰山，突破了将人视作征服技术客体的主体的传统思路，转向人与媒介技术二者的交织、依存和互型（figuration），即人与媒介相互作用的动态过程，其中人对技术的驯化与技术对人的异化同在，²⁵而社会世界和身份认同正是在移民与媒介的互型中生成。

“社会世界”通常指的是人类生活的经验世界，特别是经由社会交往打造出来的世界。舒茨将之划分为共同世界、周遭世界和前人世界，其中周遭世界是我们与他在时空上的直接共存，共同世界则是间接性的时空体验，二者分别对应“邻人”（你）和“同时代人”（他）。²⁶但是，深度媒介化颠覆了社会世界的现象学起点，模糊了舒茨所区分的周遭世界和共同世界，²⁷互联网拓展了周遭世界的范畴、改写了共同世界的定义，无论是可以直接感知到的社会现实还是间接的时空体验都与媒介深深交织在一起。正如库尔德利和赫普指出的那样：深度媒介化时代，社会世界的建构方式发生了根本性转型，社会世界正在转向由媒介平台及人们与媒介平台之间的互动所维系的站点，即转向总体趋势上在线世界的信息和人际交往。²⁸在这个过程中社会世界的各类元素都与数字媒介及其基础设施相关，故而在考虑不同媒介实践与社会之间的关系时不能离开数据、算法、人工智能等。²⁹对于跨国移民而言，他们同时生活在祖国和居住国的“两个世界”：一个是近在咫尺、但始终感觉是“他者的”世界；另一个则是存在空间距离、但在想象中依旧熟悉的属于“我们的”世界。³⁰移民对这两个世界的感知、体验和认同往往是以媒介为前提的，因此在很大程度上移民的社会世界与身份认同是由媒介所中介、建构和生成的。

综合上述文献，本研究在媒介生成性的视角下，探讨后疫情时代跨国移民的身份认同与媒介的关系。具体而言，本文提出的研究问题如下：当代移民的身份认同呈现出怎样的特点？移民不同的身份认同对应着何种媒介选择？媒介又如何影响着他们的身份认同？更进一步，媒介为移民生成了怎样的社会世界与认同？这种认同与媒介生成性之间的关系如何？

二、研究设计

根据加拿大统计局 2022 年披露的官方政府数据，加拿大华裔移民已经超过 171 万，约占加拿大总人口的 4.7%。³¹这个庞大而典型的群体可以作为跨国移民的代表性样本。本文的研究对象是居留时间 1 年以上的加拿大华人移民，其中大部分已获得永久居民证，还有一些已入籍。从受访对象的基本信息来看（见表 1），他们的性别、年龄、地域分布相对平均，涵盖的移民时段、移民方式、身份与职业也具有一定丰

富性。出于研究的接近性和便利性，笔者在为期1年的访学过程中有机会与加拿大华人移民共同生活和交往，并对该群体成员进行深入且持续的观察、接触和了解。

表1 受访对象的基本信息

编号	性别	年龄	原籍	现居地	移民时间	移民方式	身份与职业
M1	女	28	江西	C	2002年	家庭移民	研究生
M2	女	30	北京	S	2011年	留学移民	银行职员
M3	男	43	河南	S	2020年	技术移民	超市员工
M4	男	52	安徽	S	2017年	投资移民	技术员
M5	女	24	河北	S	2016年	留学移民	本科生
M6	女	40	江苏	S	2014年	投资移民	美容师
M7	男	24	江苏	S	2014年	投资移民	本科生
M8	女	50	山东	S	2015年	投资移民	银行柜员
M9	男	48	浙江	S	1998年	留学移民	大学教授
M10	男	33	北京	E	2007年	留学移民	汽车销售
M11	女	46	浙江	V	2003年	技术移民	旅游顾问
M12	女	18	陕西	E	2018年	家庭移民	本科生
M13	女	47	辽宁	S	2001年	留学移民	孔子学院老师
M14	女	31	河北	S	2019年	技术移民	政府职员
M15	男	32	黑龙江	S	2010年	留学移民	研究生
M16	女	36	山东	S	2021年	技术移民	中文老师
M17	男	37	山东	S	2017年	技术移民	研究员
M18	男	53	山西	S	2017年	技术移民	高尔夫教练
M19	女	42	四川	S	2018年	技术移民	移民中介
M20	男	23	山东	R	2014年	家庭移民	本科生
M21	男	48	广东	V	2020年	技术移民	陪读家长
M22	男	33	山东	T	2014年	留学移民	博士后
M23	男	40	上海	V	2021年	技术移民	超市职员
M24	男	51	天津	R	1998年	技术移民	华企会会长
M25	女	63	香港	S	1977年	家庭移民	中餐馆老板
M26	男	36	黑龙江	S	2016年	技术移民	地产经纪
M27	男	45	湖北	K	2002年	留学移民	大学老师
M28	女	35	辽宁	S	2015年	家庭移民	代购
M29	男	58	香港	E	2012年	技术移民	律师
M30	女	36	浙江	S	2010年	留学移民	家庭主妇
M31	女	43	北京	V	2020年	家庭移民	教会牧师
M32	女	25	台湾	E	2007年	家庭移民	研究生
M33	女	29	山西	V	2016年	留学移民	博士生
M34	女	59	内蒙古	S	2000年	技术移民	大学教授
M35	女	40	台湾	V	1995年	家庭移民	研究员
M36	男	57	河南	S	2016年	技术移民	孔子学院院长

本文通过参与式观察和深度访谈相结合的质性研究方法展开。线下田野观察以留学生的身份入场，主要的观察点包括华人教会、孔子学院、加华移民咨询机构、华人企业家协会、华人超市和邻近的中餐馆等，积极参与当地移民组织的野营、垂钓、高尔夫、每周礼拜、企业交流会等线下活动，在与移民认识、交流和熟悉后再邀请他们作为受访者进行深度访谈。同时，在各华人社交网站发布受访者的招募信息，除了笔者所在的S城之外，还拓展到V城、C城、E城、T城、K城等加拿大华人移民聚集的城市。此外，线上观察以当地华人移民的微信群（如活跃度最高的租房群、拼车群、团购群、二手交易群等），WhatsApp群组以及他们的个人社交账号（微信、抖音、小红书）动态为主。

具体而言，深度访谈主要围绕移民的媒体使用、身份认同与社会交往等半结构问题展开，其中也会涉及受访移民的日常生活、人生经历和故事讲述。访谈方式由研究者在线下一对一、面对面进行，少数无法线下完成的访谈通过Zoom视频会议的方式进行，每人每次的访谈时间不少于1.5小时，直到访谈人数饱和为止，最终共访谈36人。访谈全程录音，经转录整理后的文字稿约42万字，后期再通过NVivo12软件对访谈文本进行编码分析。

三、跨国移民的身份认同与媒介使用

（一）身份认同概况：流动、弹性和碎片化

在访谈中，移民针对身份认同问题——“您觉得自己是中国人还是加拿大人？哪里对您来说更有归属感？”的回答一般可分为三种：中国人、加拿大人、混合型。从研究样本的统计结果来看，74%的移民依旧持有中国人的身份认同（回答“中国人”或“混合型”），这其中45%以上认同于中国人的身份，不少受访者提及诸如“根子上、文化上、生活方式上、思维观念上还是中国人”，55%则介于两种身份之间，常见回答有“加拿大籍的中国人、中不中洋不洋”等，即“法律上是加拿大人，文化上是中国人”。移民群体倾向于将加拿大作为政治-法律公民身份，同时保留中国的文化-心理身份。^②这种“弹性公民”^③的身份混合体较为真实地反映出当下跨国移民的复杂心态。

从本文的受访对象来看，移民的身份认同呈现出流动、弹性的特点，他们经常是工具性、策略性、能动性地使用身份认同。面对全球政治经济环境变动，跨国流动的移民群体充满了焦虑、风险和不安感，而流动的现代性往往拒绝支持主体的确定性和稳定性。^④身份对于移民而言不仅是主观上的认同和标识，还意味着一系列法律权益和资格。比如“拿身份”这个词在与受访者的交谈中频繁出现，他们所说的身份通常指加拿大的永久居留证或入籍，而加拿大人或中国人对应着不同的现实利益与考量。因此移民在作出是否要入籍的身份决定时通常慎之又慎，无论是“拿（新）身份”或“保留（旧）身份”都值得深思熟虑。不少受访者表示一般以实际需求为导向，灵活切换不同身份以适应两国变化的环境以获取便利，具有一定的机会主义色彩。^⑤

此外，身份认同不仅在于自己主观认为谁，还关乎他者对自己身份的客观承认。作为文化他者，移民所属的集体身份往往先于个体身份，即亚洲人、黄种人、中国人的身份标签先于自己是谁。这一点在访谈中被频繁提及：

“感觉身份是漂的，中国人不认，加拿大人也不认。”（M30）

“这不单单是一厢情愿的事，也得看周围的文化能不能接纳你啊。”（M23）

“就算我认同自己是加拿大人，但别人一看你的肤色，依旧认为你是中国人。”（M27）

“在台湾，别人认为我是加拿大人；在加拿大，别人认为我是华人。台湾离我很远，我离加拿大的核心圈也很远，可能与离台湾一样远吧。”（M35）

由此可见，多重身份的本质是杂糅、离散、碎片化的，看似移民在故乡和他乡之间游刃有余，实则

是故乡回不去、他乡融不进的两难境地。麦高登一针见血地指出那些宣称自己身份多元的人其实是一种不得已的世界主义，一种出于苦涩的文化和现实需求，从而掩盖他们真实的身份困惑与无奈。^{⑤6}不过，在这种认知不协调中，不少移民选择悬置身份认同的问题，就像受访者们常说的“在这里不谈认同”。这种悬置的方式与斯图亚特·霍尔提出的“身份认同的游戏”（the play of identity）^{⑤7}异曲同工，即认同不过是一场游戏，以此来强调现代认同永恒的矛盾性、多样性和不确定性。

（二）基于身份认同的媒介使用

如前所述，媒介是移民身份认同的重要变量，不仅是信息提供的渠道，更是自我和身份的象征。媒介的选择和使用反映出我们及所属群体的形象，并将人们划归到不同的信息系统，从而创造出不同的群体身份。^{⑤8}访谈涉及受访者日常生活中的媒体使用习惯，请他们说出最常用的三个社交媒体和用途，从表2可知移民的社交媒体使用总体上呈现出中西兼容、内外有别的特点。一方面，微信是使用频率最高的应用，微信满足了移民日常生活需求，提供了熟悉语言和文化的舒适圈，维系着移民与祖国的联结；另外，Facebook、YouTube、Instagram等外国社交媒体的使用率也不低，移民在这些平台既可接触英语世界、结交外国朋友，同时也能联系当地华人、了解更多国内讯息。移民大多会根据国内外的社会交往或信息需求，在各类社交平台之间切换使用。

表2 移民社交媒体使用类型和用途

排序	社交媒体	主要用途	使用率
1	微信 WeChat	联系国内亲友和当地华人、获取信息	97%
2	Facebook	社交、浏览新闻、二手交易平台	47%
3	WhatsApp	与国外工作/学习中的同事/同学联系	35%
4	YouTube	浏览视频、上传视频	26%
5	Instagram	社交、分享日常生活	26%
6	抖音 TikTok	刷短视频、发布自制视频	21%
7	小红书	分享生活、搜索问题、浏览内容	12%
8	Twitter	看新闻、社交、发推文	12%
9	微博	获取资讯、关注国内热点	9%
10	腾讯 QQ	联系国内的同学朋友	9%

另一方面，移民的媒介使用体现出内外有别的原则，并根据身份认同来调整媒介的配置，其中涉及生活方式、文化观念、未来发展等因素。对于中老年移民而言，由于文化惯性和语言障碍，他们倾向于选择使用微信让自己生活在华人圈，比如：“我年纪大了，英语不好，还是用微信最多，一般不咋用外国APP，说到底还是华人思维，就活在华人圈也挺好。”（M18）但对于年轻的移民或二代移民，为了将来的就业机会和职业规划不得不使用外国社交媒体，颇具代表性的回答如：“其实依靠微信也可以生存，不过考虑到之后想继续留在这工作，就不能完全只靠华人圈了，还是得尽量融入西人的社交圈，未来要和他们打交道的。”（M7）可见，移民认识到媒介使用关乎他们在异国的身份融入、交往与发展，正像受访者向笔者解释的那样：“同样的道理，如果老外用咱们的微信聊天，你也会觉得更亲近不是吗。”（M28）基于身份认同和现实考量，移民会积极调适媒介使用行为，熟悉新的社交媒体界面，主动与当地社交圈建立必要的联系。

同时，媒介还是移民自我呈现和身份展演的重要平台，他们的身份和角色在“观众隔离”的社交空间中差异化地呈现和展示，从而链接到内外有别的场景、群体和社会世界。以笔者参与式观察的一系列孔子学院活动为例，华人移民在加拿大民俗节、国庆日和春节会表演古筝、武术、舞狮等传统节日，并

在国内外的社交媒体上同步发布动态。对内多在小红书和抖音等平台上分享，作为中华文化的传播者，这种展示族群身份的表演既满足了国内观众对海外华人生活的好奇和期待，又唤起移民的身份意识并深化中华民族认同；对外多在 Facebook 和 YouTube 等平台上分享，作为少数族裔文化的代表，他们参与的类似活动通常还邀请加拿大政府官员参加，此时中华传统文化就成为一种独具民族特色的展演资源，有助于华裔在当地寻求身份的承认和正当性。因此，这些当地活动的媒介呈现与移民的身份认同紧密相连，既彰显了对母国文化的传承性，又展现出作为加拿大公民的统一性。

（三）移民的身份认同与社会交往

随着中文社交平台对海外移民生活的影响力与日俱增，媒介基础设施之于移民社会交往和身份认同的意义也越来越显著。以使用率最高的微信为例，微信已然深深渗透到移民的日常生活中，是他们进入华人世界的重要入口。移民与祖国之间的联系日益密切，甚至对于侨乡事务的关心远远超过对身边事务的关心。“生活在群中”可以概括这种内群体（in-group）倾向，即本能地与同民族共文化群体接触、抱团和打交道，比如：“除非你从小在这，不然还是会本能地去找同民族的人，或者是找那种 CBC（Canadian born in China），华人的面孔总是更亲切。”（M2）微信群作为移民生活的基础设施，团购群、打车群、租房群等提供了极大便利，以至于很多受访者表示“有时感觉不到生活在国外，几乎被华人包围了，说中文可以解决大部分问题”（M22），甚至一些华人聚集的大城市有“清华园”——清一色都是华人的园区，移民宛如在国内一般，仍可维持原来的生活和交往方式。

这正如查尔斯·蒂利所说的“移民小环境”：团体成员分享认同并界定身份，明确我们与他们。^⑨以前的唐人街提供了移民小环境，如今微信在一定程度上扮演着这个角色，将移民聚合在群中共享信息、团结互动、休戚与共。这符合帕克的判断：与移民报刊相似，移民社群是新移民所能接触到有关当地生活的重要非官方信息来源，能够帮助他们更快适应和安顿下来。^⑩但与帕克发现移民报刊促使移民同化或美国化不同，认同或融入加拿大主流社会不再是当代移民必然的选择。如果从加拿大主流社会获得承认是困难的，那么亦可借助微信等便捷的媒介基础设施向当地移民社群或向国内寻求支持和认同。本文的访谈证实了这一点：“我的工作（地产经纪）接触基本是华人，做生意也是和华人新移民做，中国圈子就够了，没有必须要融入加拿大的紧迫感。”（M26）

因此，媒介基础设施为移民创设了便利舒适的信息、交往和生活环境，他们的衣食住行包括律师会计事务都可以在华人圈得到解决，从而减少了他们求助于本地机构的动力和需求，这反过来巩固了移民与母国的联结和归属感。对于加拿大华人移民来说，与媒介相伴不是表象，而是直接构成了他们的身份、经验和生活本身。^⑪媒介就像是移民在两个世界的“旋转门”，他们在灵活的媒体切换与平台摇摆中穿梭于不同的社会交往时空，由此建构着情境化的群体归属和身份认同。

四、媒介生成性之下的社会世界与认同

对于跨国移民而言，他们在对世界的认知中定位自己的身份和认同，而现代认同更多发生在一个由媒介所中介的世界里。移民群体的社会世界被媒介“扰动”，其周遭世界与共同世界、全球与地方之间的界限逐渐模糊，因而他们的社会心理特别是身份认同遭遇了困惑甚至危机。从媒介生成性的视角来看，媒介不仅中介着移民对社会世界的感知和身份认同，同时也生成了他们的社会世界与认同。

（一）周遭世界与共同世界

在舒茨将社会世界划分的三种类型中，人们的交往对象主要来自周遭世界和共同世界。不过随着媒介技术的演进，周遭世界的定义开始被改写，互联网将与他人直接照面的周遭世界扩大至面对面的群体之外，无论是周遭世界的“邻人”还是共同世界的“同时代人”，都开始集中出现于线上的社会世界，由

此呈现出一种新的场景和关系密度。^{④2}这意味着周遭世界与共同世界之间的边界弱化，共同世界是周遭世界情境诸多变化中的一种，二者之间可相互转化、过渡和交界。^{④3}其中媒介在很大程度上完成了对周遭世界的情境再造，使得共同世界的逻辑逐步入侵周遭世界，原先的周遭世界转变为共同世界。换言之，媒介通信技术使得移民与更大的世界的联系失去了地域性，汤姆林森称之为“文化的远程性”，^{④4}故乡依然在羁绊着远在他乡的移民，移民文化、意义和认同的栖息地变得颇具可塑性，可以在任何空间和地方伸展开来。

空间是媒介建构社会世界的一种显在方式。媒介总是以“去空间化”的方式表征世界，不是通过内容而是改变人们社会交往的“场景地理”。这便是梅洛维茨所说的“脱域”——媒介损坏了物质地点和社会场景的传统联系，允许人们在信息上避开由物质地点所确定的领地，从而模糊了以前不同的群体身份。^{④5}当媒介介入人们的社会交往之后，地域与国别不再是最重要的界限，从而创造出脱域的交往方式、群体关系和身份认同。比如克里斯坦森注意到媒介技术在当代家庭中的整合作用，分布式家庭在复杂的社会空间中依旧保持连接性共在，最亲密和最熟悉的家人仍可在彼此分离的情况下继续扮演好家人的角色。^{④6}在跨国移民那里，这种缺席但在场的体验更为明显：“我几乎每天都在家庭群冒泡，逢年过节就视频一下，国内有什么大新闻会在群里聊几句，什么事儿都可以网上说，感觉和在国内没啥区别”（M5），类似的表述不一而足。

前互联网时代、机械化时代的媒介依附于地点而存在，故而上世纪的移民无法摆脱地域的限制，只能借助于移民报刊或当地华人社区来寻找在新世界生活的出路，除此之外没有太多选择。对于老移民来说，他们在离开周遭世界之后是无法直接转入共同世界的，当时只能经由邮寄缓慢的信件或昂贵的越洋电话来达成。正如上世纪70年代的香港移民Loretta所讲述的：“我们那时候的老华侨都是卖了家里所有东西到这来，没有退路，必须move forward（向前走）。以前没有手机，只能写信回香港给妈妈，几十年过去朋友都断了联络，现在有了Internet就太方便了。”（M25）到了互联网时代，脱域化的媒介基础设施几乎无远弗届，无论身在何处，精神世界仍然可与母国同步，熟人旧地可随时随地保持连接，曾经的周遭世界也被嵌入到共同世界之中。换言之，当代跨国移民的身体从物理空间的束缚中解放出来，社会世界变得随身“可携带”，形成了迁移性的关系网络。^{④7}

由此观之，地域和领土不再是身份认同明确或唯一的支撑，不同于老移民在大洋彼岸的几近隔绝状态，他们的认同主动或被迫地发生在移居国的周遭世界，但现在媒介模糊了移民的社会世界，他们关注的事情、获知的信息和维持的关系远远超出了周遭世界，这也带来了移民认同的复杂性。在周遭世界与共同世界的切换和转化过程中，移民基于流动的情境化的媒介场景认知自己的身份，而这种与媒介相关联的认同往往是混杂的、不定向的、碎片化的。

（二）全球化与在地化认同

社会世界的脱域引发了空间感知方式的改变，全球与地方、这里与那里、远处与近在、虚拟与实在变得模糊，而这对于移民的身份认同问题至关重要。全球化理论家罗伯森最早提出了“全球在地化（glocalization）”这一概念，旨在突破“全球化”和“在地化”的二元对立，强调全球与地方的相互渗透与交融。^{④8}这与近来兴起的新移动范式主张“以动态的视角来理解全球与地方如何被感知为一个相互关联的整体世界”的理念异曲同工。^{④9}深度媒介化时代，全球在地化的趋势日益强化，地方不再取决于空间上长期的静止和固着，而在于人们在各种特定场所建构的社会关系，每个地方都由社会关系、移动和传播网络交织而成。^{⑤0}跨国移民在全球与地方“两个世界”的互动中灵活调适自己的身份认同，不少移民表示在拿到加拿大国籍这个“世界公民”的身份之后就可以两头跑，穿梭于母国与居住国之间，就像是“两栖生物”一般，在太平洋两岸之间自由流动。正如项飙所言，移民的流动不是从厨房走向卧室，也不仅是从原本的社会体系到一套新的社会体系，而是要在流动中改变这些社会体系，打通厨房和卧室，创造出

新的体系、空间和社会世界。^⑤

全球在地化打破了传统稳定的社区纽带，媒介基础设施创造出与物质地点无关的地方感和归属感。移民眼中的邻人、附近、地方等概念的意义也随之改变，以日常生活中经常谈论的天气为例，受访者无意中提到“我们这里快下雪了，听说国内也在降温，我说的国内是指在安徽芜湖的老家”（M4）。受访者在笔者面前点开了手机里的天气预报，初始界面显示为加拿大当地天气，然后他向左滑动就可见芜湖实时的温度。在屏幕切换之间，技术将人们插入到彼此的世界，即使相隔万里，家乡似乎触手可及，这种跨越地理界限的地方感和归属感在媒介生成的社会世界中成为可能。此外，社交平台弥散性地充斥于移民的日常生活之中，构成了独特的媒介景观，打造出全球化时代移民的地方感。^⑥比如通过微信，移民既可以关注国内外的热点信息，还可以同步更新具体而微的家乡动态：“好多年没回去，点开群里发的视频，看到老房子都拆了，街道也重建了。”（M24）这样的情形在没有互联网的时代，几乎是不可想象的。

进而言之，全球与地方之间的界限模糊导致移民身份认同的混杂性，跨国移民既是世界公民，又保有着原语言、文化、民族等在地化认同，他们的全球化认同和在地化认同存在着明显的重叠，而且产生了由两种认同交互而成的复合型认同。值得注意的是，虽然媒介建构了崭新的地方感和生活方式，但由媒介生成的线上社会世界并不能完全取代具身的线下交往。当移民回归记忆里的故乡和面对面的人际交流时，很可能出现文化的反适应现象：“从网上刷了再多国内的东西，真回去了还是觉得不一样。顶着一张中国人的脸，却感觉自己像个不属于这里的游客，肯定会有陌生感和落差”（M2），这一点被不同的受访者反复提到。换言之，媒介其实在某种程度上扰乱了移民对虚拟与实在的社会世界的认知和归属感。因此，居住在媒介的世界之中，移民的身份认同往往是杂糅的、脆弱的、错位的，甚至是自相矛盾的，而这正是媒介生成性之于当代移民认同的塑造。

五、结语：与谈帕克

综而观之，从本研究掌握的有限访谈材料来看，跨国移民的身份认同和社会世界与媒介深度交织在一起。深度媒介化时代移民的身份认同呈现出液态的流动性、弹性和碎片化等特点，这表现为他们基于不同的身份灵活调整媒介配置，以内外有别的策略进行差异化的自我呈现和身份展演；同时媒介基础设施也为移民营造了便利的交往环境，使得他们可以在平台切换中穿梭于不同的社会时空，由此建构着情境化的身份认同并巩固移民与母国之间的联结。更进一步，媒介的脱域化重塑了移民的社会世界，周遭世界与共同世界、全球与地方之间的界限逐渐模糊，地域不再是身份认同明确或唯一的支撑，媒介创造出与地点无关的归属感。在这个意义上，媒介生成了移民新的社会世界和身份认同，而这种由媒介生成的认同往往是混杂的、脆弱的、错位的、不定向的。诚然，媒介无法解释跨国移民身份认同变化的全部，这与当下变动不居的政治经济及国际局势息息相关，不过本文认为从媒介生成性的视角出发理解移民的生活世界和认同心理亦是一种有意义的路径。

进而，本文试图与帕克的《移民报刊及其控制》对话。帕克讲述的是上世纪移民美国化的过程，其中外文报刊作为移民通往新世界和新经验的入口，帮助他们尽快熟悉和适应美国的生活。在这个过程中移民报刊就像加速器和催化剂一般促进其适应、融入和同化，最终将移民变成美国人。因此，“当没有精神冲突、新的关系从旧的文化遗产中孵化出新的忠诚时，同化就欣然发生了。”^⑦经典的同化理论更多是站在移民输入国的角度，追求不同民族背景的族群达到文化一致性（cultural solidarity），“熔炉论”者甚至要求移民“完全、彻底地忘却与出生国之间的一切义务和联系”，从而融入到主流社会之中。^⑧从媒介的视角来看，这是因为当时的移民除了接触报刊之外，几乎没有其他的媒介渠道，而千里之外的母国是很难再回去的，所以融入当地社会是他们不得已的选择。

网络社会的崛起重新定义着现代认同的意义和力量，⁶⁵随着媒介技术发展，当下移民的本质不是隔绝或分离，而是连接和联系，母国不再是遥不可及的地方，家人、朋友和故乡同样也是移民在奔向目的地的旅途中可以随身携带、随时碰触、不会丢失的“行李”。融入或同化也不再是他们唯一的选择。

最后，回到本文的研究问题：媒介如何影响移民的认同心理？媒介的生成性与认同的关系如何？媒介究竟为移民生成出了什么？对于跨国移民来说，在媒介的扰动之下，他们对社会世界的感知逐渐变得混淆，全球与地方、这里与那里、远处与近在、虚拟与实在变得模糊，由此媒介为他们生成了纷乱而不是清晰的身份认同，呈现出一种碎片化的、混乱的、不定向的、情境化的复杂认同状态。这在心理学上对应着认同的首因效应与近因效应，如帕克谈的其实是移民的“近因”决定认同，即移民生活在哪里决定他们的认同，地理的隔绝导致移民对母国的认同、情感和记忆不断减弱。不过本研究发现近因无法解释加拿大移民的身份认同，如今那种身体在哪里心灵便归属于哪里的传统已然改变，最初来自哪里的“首因”正发挥着越来越重要的作用，因为媒介基础设施的脱域性和无边界化弱化了曾经跨国移民身上独有的背井离乡、颠沛流离、客居异乡等漂泊情结，维系着他们与母国千丝万缕的勾连，保留着其精神世界的认同和归属。

（责任编辑：江璐璐）

参考文献：

- ①联合国移民署. 世界移民报告(2022年)[EB/OL]. <https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022>.
- ②中国新闻网. 中国国际移民输出总量世界第三 移民年轻化趋势显现[EB/OL]. <https://www.chinanews.com.cn/hr/2020/12-22/9368752.shtml>.
- ③李明欢. 逐梦留根：21世纪以来中国人跨国流动新常态[J]. 华侨华人历史研究, 2023(03): 1-11.
- ④Diminescu, D. The connected migrant: an epistemological manifesto[J]. Social science information, 2008, 47(04): 565-579.
- ⑤孔飞力. 他者中的华人：中国近现代移民史[M]. 李明欢, 译. 南京：江苏人民出版社, 2006: 22.
- ⑥Reuters. WeChat U.S. ban cuts off users link to families in China (2020)[EB/OL]. <https://www.reuters.com/article/us-usa-tencent-holdings-wechat-ban-idINKCN253339>.
- ⑦⑧尼克·库尔德利, 安德烈亚斯·赫普. 现实的中介化建构[M]. 刘洪育, 译. 上海：复旦大学出版社, 2023: 20, 9, 111.
- ⑧汪民安. 文化研究关键词[M]. 南京：江苏人民出版社, 2020: 326.
- ⑨Erikson, E. H. Identity, youth and crisis[M]. New York: W. W. Norton Company, 1968: 32.
- ⑩刘琴. 在美知识移民：叠合身份认同的场景呈现及语义表达[J]. 新闻与传播研究, 2016(07): 77-94.
- ⑪刘燕玲. 加州大学圣地亚哥分校华裔学生的双重认同研究——美国华裔青年身份认同的个案分析[J]. 世界民族, 2015(01): 79-91.
- ⑫林含章. “中国精神”与海外华人的复合型认同[J]. 文化纵横, 2022(12): 141-146.
- ⑬⑭罗伯特·帕克. 移民报刊及其控制[M]. 陈静静, 展江, 译. 北京：中国人民大学出版社, 2011: 8, 421.
- ⑭邱林川. 信息时代的世界工厂：新工人阶级的网络社会[M]. 桂林：广西师范大学出版社, 2013: 124.
- ⑮Komito, L. Social media and migration: Virtual community 2.0[J]. Journal of the American society for information science and technology, 2011, 62(06): 1075-1086.
- ⑯Dekker, R., Engbersen, G. How social media transform migrant networks and facilitate migration[J]. Global Networks, 2014, 14(04): 401-418.
- ⑰大卫·莫利, 凯文·罗宾斯. 认同的空间：全球媒介、电子世界景观与文化边界[M]. 司艳, 译. 南京：南京大学出版社, 2001: 5.
- ⑱曹小杰. 认同的阈限：媒介消费与移民身份的建构——以新西兰报刊广告为镜像[J]. 新闻与传播研究, 2018(09): 81-94.
- ⑲肖荣春. 微信群的“社会互助”与“故事讲述”——一项基于美国华人社区微信群的探索性研究[J]. 新闻与传播研究, 2018(01): 66-83.
- ⑳⑳⑳约书亚·梅洛维茨. 消失的地域：电子媒介对社会行为的影响[M]. 肖志军, 译. 北京：清华大学出版社, 2002: 6-7, 77, 54.
- ㉑西皮尔·克莱默尔. 传媒、计算机、实在性——真实性表象和新传媒[M]. 孙和平, 译. 北京：中国社会科学出版社, 2008: 75.
- ㉒Krämer, S. The messenger as a model in media theory. Reflections on the Philosophical Dimensions of Theorizing Media. In N. Friesen (Ed.), Media Transatlantic: Developments in Media and Communication Studies between North American and German-speaking Europe[M]. Switzerland: Switzerland, 2016: 198.
- ㉓喻国明, 耿晓梦. “深度媒介化”：媒介业的生态格局、价值重心与核心资源[J]. 新闻与传播研究, 2021(12): 76-91.
- ㉔胡翼青, 谌知翼. 作为媒介性的生成性：作为世界的媒介[J]. 新闻记者, 2022(10): 3-15.
- ㉕刘洪育. 从“型构”到“互型”：媒介化理论核心概念“figuration”来龙去脉[J]. 新闻与传播研究, 2022(03): 38-53.
- ㉖④阿尔弗雷德·舒茨. 社会世界的意义构成[M]. 游踪祺, 译. 北京：商务印书馆, 2017: 226, 246.
- ㉗Zhao, S. The Internet and the lifeworld[J]. Information Technology & People, 2006, 20(02): 140-160.
- ㉘Hepp, A. Deep Mediatization[M]. New York, NY: Routledge, 2020: 5.
- ㉙Li, M. 'We Need Two Worlds': Chinese Immigrant Associations in a Western Society[M]. Amsterdam University Press, 1999: 5.
- ㉚Statistics Canada. Updated content for the 2021 Census of Population[EB/OL]. <https://ici.radio-canada.ca/rci/en/news/1927893/proportion->

of-immigrants-permanent-residents-hits-record-making-up-23-of-population-census.

- ③② 肖滨. 两种公民身份与国家认同的双元结构 [J]. 武汉大学学报, 2010 (01): 76-83.
- ③③ Ong, A. Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality [M]. Durham: Duke University Press, 1999.
- ③④ 齐格蒙特·鲍曼. 流动的 Modernity [M]. 欧阳景根, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2018: 303.
- ③⑤ Levitt, P. The transnational villagers [M]. Berkeley, CA: University of California Press, 2001: 4.
- ③⑥ 麦高登. 香港重庆大厦: 世界中心的边缘地带 [M]. 杨场, 译. 上海: 华东师范大学出版社, 2015: 279.
- ③⑦ Hall, S., Held, D., McGrew, T. Modernity and Its Futures [M]. Polity Press: Open University, 1992: 12.
- ③⑧ 查尔斯·蒂利. 身份、边界与社会联系 [M]. 谢岳, 译. 上海: 上海人民出版社, 2021: 202.
- ④⑩ Park, R. E. Immigrant community and immigrant press [M]. American Review, 1925 (02): 143-152.
- ④⑪ Sun, W., Yu, H. WeChat and the Chinese Diaspora [M]. New York: Routledge, 2022.
- ④⑫ 卞冬磊. 线上社会世界的兴起——以“自我”概念探究“社交”媒体 [J]. 新闻记者, 2019 (10): 31-39.
- ④⑬ Tomlinson, J. The culture of speed: The coming of immediacy [M]. London: Sage Publications, 2007: 361.
- ④⑭ Christensen, T. H. “Connected Presence” in Distributed Family Life [J]. New Media & Society, 2009, 11 (03): 433-451.
- ④⑮ Chayko, M. Techno-social Life: The Internet, Digital Technology, and Social Connectedness [J]. Sociology Compass, 2014, 8 (07): 976-991.
- ④⑯ Robertson, R. Globalization Social Theory and Global Culture [M]. London: Sage Publications, 1992: 3.
- ④⑰ Sheller, M., Urry, J. The new mobilities paradigm [J]. Environment and planning A: Economy and Space, 2006, 38 (02): 207-226.
- ④⑱ Massey, D. A global sense of place. In D. Massey (Ed.), Space, place, and gender. Minneapolis [M]. University of Minnesota Press, 1994: 155-165.
- ⑤① 项飙. 流动、传统网络市场化与“非国家空间”, 国家与社会 [M]. 张静, 编. 杭州: 浙江人民出版社, 1998: 128.
- ⑤② 孙玮. 微信: 中国人的在世存有 [J]. 学术月刊, 2015 (12): 5-18.
- ⑤④ Berkson, I. B. Theories of Americanization: A critical study, with special reference to the Jewish group [M]. Columbia University, 1920: 3-4.
- ⑤⑤ 曼纽尔·卡斯特. 认同的力量 [M]. 曹荣湘, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2006: 9.

Identity and Social World of Transnational Immigrants: From the Perspective of Media Generation

Chen Jiewen

Abstract: In the era of deep mediatization, the daily lives of transnational immigrants are intricately connected to media, intertwining their social worlds with various forms of communication. This study compares Robert E. Park's immigration research with a one-year participatory observation and in-depth interviews of Chinese Canadian immigrants to explore the identity characteristics of contemporary transnational immigrants. It describes the social worlds and identities generated by media and examines the relationship between identity and media. The research finds that, unlike the Americanization of immigrants in Park's newspaper era, integration or assimilation is no longer an inevitable choice for immigrants. The dis-embedding and borderless nature of media and its infrastructure reshape the social worlds of immigrants. Their perceptions of the surrounding world, both global and local, virtual and real, become increasingly blurred. Place is no longer the sole or clear support for identity; instead, media creates identities and senses of belonging that are independent of physical location. In this context, media generates new identities for transnational immigrants, which are often mixed, misplaced, fragmented, and nondirectional. The delocalization and boundarylessness of media infrastructure weaken the unique sense of wandering traditionally associated with transnational immigrants. This infrastructure maintains their intricate connections with their homeland, preserving their spiritual identity and sense of belonging.

Keywords: transnational migration, identity, social world, media generation