

景观与消费：“逃离东北”现象的传播学解读

刘雪怡

摘要：近些年，关于东北经济持续垫底以及东北人口严重外流的报道常常出现在公众视野，而见诸媒体的相关新闻总是一片哀音，通过观看媒体塑造的“东北”景观，“逃离东北”似乎已然成为该地区年轻人的普遍选择，这是否就是东北地区的真实现状、其实质是什么、逃离者为什么逃离、如何客观看待该现象以及当前情况下应当如何解决等这些问题都是值得思考的。由于至今鲜有相关论文从传播学角度关注到东北人口逃离现象，文章将重在讨论以上问题。

关键词：东北；人口；景观；传播

作者简介：刘雪怡，女，硕士。（苏州大学 凤凰传媒学院，江苏 苏州，215123）

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2017) 05-0013-06

对于东北三省来说，人口外流早已不是新闻。自第六次人口普查以来，关于“逃离东北”的话题就逐渐拨动着媒体的神经，每年都有不少报道关注到东北日渐减少的人口，甚至只要社会上出现较为广泛的关于东北城市的新闻，就能够引发人们对于“逃离东北”这一话题的再度讨论。

一、研究问题的提出

“振兴东北老工业基地”的战略自20世纪90年代提出已有二十余年时间，然而东北经济复兴受到人口因素的影响却越来越严重。2016年10月19日，国家卫计委公布《中国流动人口发展报告（2016）》（以下简称《报告》），其中，有关东北人口变动的分析报告格外引人关注。报告不仅显示东北地区生育率低，人口增长趋于停滞甚至下滑，更为重要的是，东北地区的人口净迁出时间已经长达20年。人口流动使得东北地区的人口老龄化程度进一步加剧，人口结构已经成为阻碍东北经济向前发展的一个主要瓶颈。

在2015年，英国《经济学人》智库（EIU）发布的关于“中国新兴城市排名”的分析报告指出，东北城市正在面临着人口结构对于经济发展带来的阻碍。而在更早的2010年第六次全国人口普查结果就显示，三省净流出人口总和近二百万人，且生育率远低于全国平均水平，这种趋势开始引起国家相关部委的专门调研。

根据《报告》，我国2015年的流动人口规模高达2.47亿，占总人口的18%，相当于每六个人中有一个是流动人口。毫无疑问，这是一个人口高度流动的社会，而在这样一个社会里，只简单地计算人口流动的数量并不能够直接揭示人口流动所带来的警示性影响，更重要的是，我们应该关注迁出者或“逃离者”所显示出的阶级和教育特征。

澎湃新闻曾根据第六次人口普查结果将黑龙江省流出人群的教育程度与作为人口流入地的浙江省流入人口的教育程度进行比较，结果显示，2010年，浙江省外来人口中“初中及以下人口”比10年前第五次人口普查时下降了6.1%，“高中学历和大专及以上学历”分别比“五普”时提高了3.3%和

2.7%。而同样这10年间,黑龙江净流出人口增加了2.6倍,其中本科以上的高学历人群是很活跃的群体。^[1]这表明迁离东北的群体大都是年轻的高学历人群。而更为直接的数据来自于2015年东北三省的高校毕业生就业质量报告的数据:黑龙江省相关数据显示,省内生源到省外就业的人数和比例远高于省外生源省内就业的人数和比例;^①吉林省相关数据显示,在已就业的吉林省生源中,出省就业的高校人数持续呈外流趋势;^②同样地,根据辽宁省内两所重点建设高校2016年年初发布的2015年毕业生就业质量报告也显示,留在辽宁的人数逐年减少,而去北上广等地的人员比例则在增加。

虽然大量高学历的青年离开东北,意味着将会加重东北地区的老龄化现象,也意味着将会减少东北地区经济社会发展所需的劳动力支持、智力支持和优质的消费者。但更为重要的是,这真的是东北地区的真实现状吗?东北地区的人口外流现象严重到需要用“大逃离”来加以表达吗?这是否只是一种妖魔化甚至是黑化用以迎合消费社会人们日渐膨胀的好奇心与消费心理?

二、从“闯关东”到“大逃离”的媒体景观

总体而言,东北地区大量人口外流只是一个现象,然而,从传播学角度来看,用“逃离东北”这样一个形容来表达却是媒介所呈现出来的一种社会“景观”。“景观”一词最早出现于《圣经》希伯来文中,指的是对圣城耶路撒冷包括所罗门寺庙、城堡等在内的总体美景的一种描述。在传播学中,法国著名情境主义学者居伊·恩斯特·德波1935年在一篇有关“广岛之恋”的影评中第一次使用了这个词,虽然德波本人并没有专门界定“景观”的概念,只是背景性地通过相关论述给出了“景观”所应包含的内容,其中关键的概念就是“意象”,同时他认为,“一种被展现的景观性”是当代社会存在的主导型本质。根据后来弗尔茨和贝斯特在其笔下对于“景观”的定义,“景观”大体指的是少数人演出而多数人默默观赏的某种表演。它并不是一种外在的强制手段,但它却在干预中实现了对大多数的隐性控制,使其偏离自己本真的批判性和创造性,沦为“景观控制”的奴隶。^[2]本文采用的是邵培仁教授关于“景观是一种媒介对于世界的描述与解释”这一观点。因为在如今媒介化的影响下,各种地域景观正是通过媒介的呈现与描述才得以被更多人所知,而广大知悉者也只是经由媒介才达到对这一地域的认知与了解,正如邵培仁教授所言,媒介尤其是大众传播媒介已经成为建构景观象征意义的工具。在当今社会,媒介已经为我们生产出各种各样的丰富景观,媒体对于不同地区的景观呈现体现出了不同的地区文化和地区差异,关于东北二人转、东北喜剧小品等便体现了不同于其他地区的特点,同样地,东北地区人口减少、人口外流等的确是一种现象和现状,但是,经由媒介对其历史的回顾与当前状况的整合,便为其赋予“大逃离”这样的表达。其中,媒介的大量参与报道不仅赋予了其一定景观意义,而且深化了其景观意义的呈现。

首先,多数媒体在谈到人口“大逃离”的时候,总会提及东北地区曾经有过一个人口大量流入的辉煌时代——“闯关东”。自然环境好、区位优势明显且发展条件佳的东北在清朝时就被满人称为“龙兴之地”、“龙脉所在”,也因此,自清朝同治年间到中华民国这个历史时期内,大量中原地区百姓会背井离乡来到东北开始“闯关东”而谋生,为此,清朝政府更是曾经颁布各种禁令政策禁止汉人到东北“龙兴之地”垦殖,然而这些禁令并没能阻挠这场人口流入大潮的涌动。根据数据记载,1871年东三省

① 《2015年黑龙江省普通高校毕业生就业质量报告》指出,“黑龙江生源毕业生到省外就业的有11826人,占省内生源已就业毕业生的8.51%;省外生源毕业生留在黑龙江省就业的有1456人,占省外生源已就业毕业生的2.81%,省内生源到省外就业的人数和比例远高于省外生源省内就业的人数和比例。”

② 《2015年吉林省高校毕业生就业质量报告》中的数据显示,“在已就业的吉林省生源中,出省就业的为21272人,占生源比例的27.79%,持续呈外流趋势。”

人口数量是330万，而到了1911年，人口则增加到了1841万；从清初到民国年间，内地闯关东的人数达到了3000万人次。盛况并未短暂消逝，到了民国年间，由于军阀割据混战，全国各地尤其是华北平原上战争、灾害不断，在1920年后形成了第二次“闯关东”的高潮，1927年到1928年的一年时间，百万人口涌入东北。由于大量人口资源的到来，加上东北地区自身的丰富资源，东北发展成为了当时中国最发达的地区。正是这种从“闯关东”到“大逃离”的意义链接与赋予使得东北这一地区在大众眼前的形象更为清晰，为人们提供了一个“统一化”、“整体化”的意象性东北景观。

其次，从媒介形象来看，如今的东北地区深受“经济差”、“人口外流”、“东北人攻陷燕郊”以及“天价鱼”等媒体新闻的负面困扰，尤其是例如“病情加重的东北村庄”这样被刷屏的假新闻，更是让不少人信以为真，虽被证实属假新闻，但是它也降低了东北在广大并未真正了解东北的人们心里的形象地位。在诸如以上种种媒体报道的呈现中，东北是一个集合了以上所有关键词的不被人向往的值得担忧的脑海中的区域。由于媒体一边倒地只关注东北当前经济以及人口问题，一味地唱空唱衰，黑化东北，而不真正地正视问题以及关注东北在社会转型期间所做出的成就，形成了一种负面的舆论放大效应，为大众制造了一个“正在衰败的东北”景观。而这一东北形象借由符号的传达，在媒体与民众之间，秘而不宣地达成想象共同体。

三、“逃离东北”的真实成因

德波认为，“景观是对在生产领域或由生产所决定的消费领域中已做出的选择的普遍肯定。在内容和形式方面，景观总是现存体制条件和目标的总的正当性的理由，景观也是这种正当性理由的永久在场。”^[3]因此他又总结到：“景观不是影像的聚积，而是以影像为中介的人们之间的社会关系。”^{3}中国城市化以来，人口跨省、跨区域流动性增大，由此而来的一系列问题便引起了媒体的关注，图书、电视剧、新闻报道等群起而将目光转向这一现象，为不曾经历过的受众生产了关于人口迁移的大量影像集合，这种影响的景观无形之中消解了观看者的反思意识，人们会认为现实就如同这些图书、电视剧、新闻报道所描述，这也正体现了消费社会中，人们在大量空洞地接受符号后忽略真实。同时，这些影像集合的背后无一不体现了当代中国社会人们相互之间的社会关系，也进而影响观看者的行为选择与行为方式。

同样都是媒体建构，但与“逃离北上广”不同的是，以“逃离东北”为代表的年轻人逃离广大欠发达地区的社会现象更加值得注意，它是年轻人想要追求更有竞争性与期待值的生活环境而进行的一场“主动逃离”。诚然，根据相关报道能够看到的是，大部分年轻人离开东北的原因是这里多年来经济下行、产业结构单一、新增就业岗位数量减少，而毕业生人数却在逐年增加，就业压力较大。在此，我们打破景观，只是意味着认清真实，打破这一景观所营造的一种“迷幻”状态，并非只是全盘否定，完全不承认媒体所报道的基本事实。因而，下文将会分析东北地区人口外流的一些基本原因。

首先，独特的历史造就的较为薄弱的经济发展基石。东北曾是一个少数民族众多的地区，由其而来的鲜卑、契丹、女真、蒙古等少数民族，曾建立过北魏、辽、金、元、清等王朝，其中元和清还是全国性的中央王朝。有野史记载，满族入主中原以后，清朝皇帝把东北当成龙兴之地，禁止汉人朝鲜人去开垦土地。直到关内遇到水旱灾害，山东、直隶等地的饥民不得不冒险“闯关东”之时，清朝皇帝才对此放松政策。到了近代，边境受到俄、日等国的侵犯，清朝皇帝在衡量利弊之后开始开放关禁，同时招募汉人去东北屯垦，东北人口大量增长。到了民国时期，东北已经有3000万人。“所以，就全国老百姓的生活水平来说，整个晚清民国时代，东北人的生活水平比关内要高。建国初期，东北是重工

业基地, 同时还有部分纺织厂, 因此, 在整个计划经济年代, 东北人的平均生活水平也还是比关内高。”^[4]然而, 改革开放后, 东北的经济发生了根本逆转。作为最后开放的区域, 东北在改革的步调上略微滞后。其国企较多, 计划经济的基础比其他地方要牢固, 改革难以迈开步子。而在改革开放后, 由于重工业众多, 而轻工业薄弱, 东北成为内地资源供给地的同时也成了内地的商品市场, 它在消耗自己资源的同时没能及时获得经济发展的红利, 因而在后续经济发展中, 其增长势头始终不如其他地区。

其次, 以农业经济和计划经济为主的经济形态。由于上述历史因素, 东北地区的主要经济形态是农业经济和计划经济。对于东北地区来说, 农业资源丰富, 又少有荒年, 所以黑土地上的农业养育了这里的祖祖辈辈。同样地, 闯关东逃离至此的灾民也同本地居民一样尝到了黑土地给予人类的丰厚馈赠。在一些相关采访中也能够看到东北人的一种“虽不会大富大贵, 但生活不成问题”的共识, 因而人们是没有强烈的愿望去改变现状的。市场经济兴起以后, 由于农业经济不同于市场经济的一大特点正是其没有激烈的竞争意识, 没有淘汰机制, 因而农民进取意愿低, 农业经济形态扁平, 几百年来“靠天吃饭”, 没有穷则思变的刺激, 缺乏活力。而同时, 在东北, 又有一种较为普遍的看法便是“外出闯荡是有野心, 留在本地便是安分守己”。再者, 就是计划经济。建国初期, 由于地理位置条件, 东北优先享受了苏联在工业上的扶持。一五期间, 有三分之一的国家重点建设项目分布在东北, 东北曾经是整个国家工业发展的中流砥柱。长期以来, 东北的工业一直是一种计划经济的模式, “各种行政干预由上至下渗透到基层, 加上传统公有制惰性因素, 生产组织本身缺乏自主性和积极性、主动性、创造性, 满足现状, 不思进取”^[5]。至今, 传统计划体制的惯性力量依然存在, 制约着整个东北地区经济的发展。把“计划”跟“工业”拆开, 工业经济是典型的实体经济, 市场被大型国企垄断, 本土中小型投资者无法涉足, 使市场缺乏竞争, 从而无法刺激国企主动谋求发展。

第三, 东北地区独特的社会文化与心理。无论是近些年媒体报道所呈现的信息, 还是通过各种媒介由东北年轻人所传递的观感, 都指向了东北社会文化环境的一些症结, 比如官文化与人情关系过重以及由此而衍生出的潜规则体系等。东北地区长期以来的计划经济除了产生上述影响之外, 还在思想观念的深层次上束缚了人们的行为, 使人们喜欢循规蹈矩并按照传统的思维方式去思考问题, “凡事先问有没有红头文件, 上面不说, 下面不干, 没有上级应允, 绝不敢越雷池一步”^[5]。这就使得改革尤其是国有大中型企业的改革难以摆脱传统观念的束缚。正是由于思想观念上的依赖性才导致东北在经济和社会发展模式上对传统路径有着根深蒂固的依赖性。同时, 由于东北思维模式深受计划经济体制的影响而似乎缺乏创业精神与创新意识, 相比于长三角等经济发达地区, 东北经济的市场活跃度不够, “官文化”太浓而“商文化”较缺乏。正如《中国青年报》在相关报道中所言: “相比起经济指数的涨落, 精英人群择地发展的深层标准往往是如下几个: 这个地方是否有公平的竞争规则和多样性的机会? 其社会治理是否是高效且贴合人的权利诉求的?”东北地区由于官文化浓厚, 人们深深迷恋曾经带给东北人无数自豪感的体制, 同时经济持续下行, 缺乏活力, 因而不能够为广大青年才俊提供其谋求发展想要的公平、创新、高效、多样的社会环境。对于单个人来说, 这种情况压制了个体成长的空间和多元发展的可能性; 对于社会来说, 上述情况则和市场经济所需要的现代契约精神形成了冲突, 和知识群体与中产阶级的价值观形成了违和。

第四, 东北地域形象的刻板印象。区域虽是一个包含多种因素的复杂体系, 却极易被接收者固化于少数鲜明的因素。例如人们往往会以赵本山、二人转以及二人转里的人物形象来代替东北的概念, 而除此之外的其他因素, 比如东北人的热情爽朗、东北的自然风光等就会处于隐匿环境, 由此导致对其

形象的框架化、片面化与扭曲化理解。在一篇对于东北形象进行研究的文章中，有关于“东北整体形象”问题的问卷统计，其中“冷”、“落后”、“乡村式文化”分别占据38.9%、29.9%和15.6%。而在“与东北相关的具体事项”的问题的回答中，“冰雕”、“二人转”、“东北菜”和“赵本山”等词高居榜首，出现频率分别为51.1%、35.6%、26.7%和25.6%。^[6]李普曼在《公共舆论》一书中曾经写道：“多数情况下，我们并不是先理解后定义，而是先定义后理解。”^[7]因此，媒介传播的刻板印象往往极易造成接收者对区域认知的主观偏向性，而固有记忆与意识的逐渐被激活又对实践有着不可估量的“指挥”作用，影响着区域的政策落实、招商引资及文化输出等发展措施的实施，同时也影响着年轻高学历者从心理上想要“逃离”。

第五，消费社会影响下追求阶级与财富认同。鲍德里亚认为当代社会的人们处在一种被物所包围的环境当中，我们所身处的社会是一个消费社会，在这样一个社会中，反抗不平等的意识得到淡化，取而代之的是全社会追求财富、地位、高档生活，在这场旷日持久的社会运动中，大众渐渐形成新的认同形式，即对于财富与金钱的追求。因为金钱总是能够转化为等级特权、权利和文化特权。消费社会中，判断一切事物的标准是财富以及由财富而形成的阶级，这个标准的权威性的获得，则是由媒体这只看不见的手而得到传播与强化的。由于传媒对于一切华丽奢侈的符号的堆积与宣扬，人们正朝着一个空虚的、同质化的方向前进，人们不假思索地会靠近媒体上呈现的所谓大多数认为繁华的城市，追求所谓大多数认为的有品位的生活方式，而离开媒体上呈现着的所谓大多数认为是落后的地区。正如鲍德里亚在《消费社会》一书中所认为的消费社会的特点就是：“在空洞地、大量地了解符号的基础上，否定真相。”^[8]人们生活在媒体所创造的拟态环境中，忽略了事实的真相或者不屑于事实的真相。正是由于消费社会中这样一种普遍的社会心态与标准，逃离东北迁往北上广等发达区域的人越来越多。

四、应对措施

如果说消费社会建筑了一个符号与图像的世界，在德波看来，景观社会则通过文化设施和大众传播媒介构筑了一个弥漫于人的日常生活的“伪世界”，人们必须解放出来。要想打破当前媒体所构筑的有关东北的这一系列“景观”伪真实，就必须找寻真实，直面现状。首先，着力发展东北本地媒体，增强区域话语权，提升东北地区整体形象。话语是一种权力，权力通过话语而发生作用，它能够将自身价值观与状态进行舆论浸润与渗透，进而影响着传播主体地位的确立和被认知程度。近年来，媒体有关东北的报道集中体现在重工业、经济以及传统文化等公众普遍熟知的因素上，尤其是媒体对于《刘老根》《乡村爱情》等东北农村题材电视剧的扎堆传播都呈现出议程的明显限制与固化，将东北形象局限于“小农”形象。因此当地政府应当大力发展东北本地的报纸、电视、广播与网络新媒体，打造明星网络传播媒体，多种媒体交互动，主动并多样地进行议程设置，全方位传播东北新闻，打破刻板印象，这样不仅能够通过发展传媒而拉动经济发展，留住大批高校毕业生人才，而且能够达到提升东北整体形象与东北本地居民的地域自豪感，吸引更多青年留在东北，降低迁出率。

其次，重构创业创新文化。一方面，毋庸置疑，作为曾经辉煌的老工业基地，东北有着大批的一流高校，如何吸引本地及外地大学生人才，解决人口危机，还需要东北各大高校激励创新创业，制定清晰而有针对性的人才培养目标，积极与当地企业合作，疏通就业渠道。“鼓励大学生留在大学所在地创业实践：‘企一地一校’通力合作，在高校提供创新创业园，实训基地和开放式课堂教学的同时，需要地方政府给予高校资金和政策支持，为合作企业实行税费优惠”等^[9]。另一方面，政府应该说到做到，做好社会表率，增强政府信誉，同时培育“敬商”氛围和环境，敬畏市场规律，尊敬企业家和创业者。

运用媒体构建一个敢于想象、敢于探索、敢于行动和敢于争取的创业环境。

第三,转变文化传统,促进区域合作。东北有着根深蒂固的计划经济文化传统,要想推动东北经济发展,解决东北人口危机必须转变这种传统,在发挥自身资源优势的同时,主动与邻近经济体实现区域合作。充分认识到东北地区在构建和引领“环黄海经济圈”、“环日本海经济圈”、“图们江国家合作开发”、俄罗斯与中国边境经济合作、中国与朝鲜的边境合作等方面的重要潜力和现实意义。必须加快和促进东北民族文化的融合,创新经济发展方式。针对东北三省各自不同的地域特点,研究分析其各自的优缺点与发展方向,提出针对性措施,最终为东北地区找到适合社会进步和经济发展的新的经济增长方式,提高生产率,从而实现东北地区的经济增长及可持续发展。“以东北地区经济发展的优势为依托,大力拓展中俄、中蒙、中朝、中日全面务实的区域合作”^[10],实现区域经济的互补、互助和互惠发展。

第四,媒体应该坚持社会责任理论,正视东北问题,坚守立场,而非一味唱衰。由于商业化大潮的影响,当前不少媒体为了迎合受众“娱乐化”的心理和自身经济利益,往往跟随话题潮流,将议程标签化以吸引眼球,但这样的行为往往使得受众对于东北地区的形象立足于几个窄化的标签,而对东北地区的整体形象缺乏感知。因此,媒体在面对有关东北的热门话题时,不应该一味地以贴标签或标题党的方法固化人们熟知的所谓“东北特点”,而应该另辟蹊径,坚守客观立场,发出具有全面而真实内容的声音。

参考文献:

- [1] 青年逃离东北,光明日报刊文:碰触到东北发展的一个老伤疤[EB/OL].<http://news.163.com/16/0926/09/C1SL4NNF00014SEH.html>, 2016-09-26.
- [2] [美] 贝斯特.情境主义国际[A].罗伯特·戈尔曼.“新马克思主义”传记辞典[Z].赵培杰等译.重庆:重庆出版社, 1990: 767.
- [3] [法] 德波.景观社会[M].王昭风译.南京:南京大学出版社, 2007: 4.
- [4] 东北人为什么逃离东北?[EB/OL].<http://www.anyv.net/index.php/article-220101>, 2016-02-20.
- [5] 李怀.“东北现象”:问题的实质与根源[J].管理世界, 2000(4).
- [6] 陈倩.区域形象“脸谱化”的传播定式——以东北媒介形象传播为例[J].新闻爱好者, 2012(3): 37-38.
- [7] [美] 沃尔特·李普曼.公共舆论[M].阎克文,江红译.上海:上海人民出版社, 2006: 62.
- [8] [法] 鲍德里亚.消费社会[M].刘成富等译,南京:南京大学出版社, 2000: 12.
- [9] 赵妍.东北人口困局破解路径分析[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2015(11): 70-72.
- [10] 吴卓娅,张铎.实现东北地区文化经济互动 推动区域经济合作[J].人民论坛, 2015(8): 229-231.

[责任编辑:赵晓兰]