

我国民族政策的传播学思考

方建移

摘要: 民族政策的制定和实施要着眼于整个国家的大局,甚至要着眼于全球经济和社会发展背景,而不仅仅是少数民族群体,也不仅仅是少数民族地区。民族政策具有公共政策的特征,因此从民族政策的制定、调整到实施的全过程,都离不开准确而及时的传播。只有从“心”传播,才能有效消除不同民族间的隔阂与偏见,增进民族融合和民族团结。

关键词: 民族政策;传播;心理

作者简介: 方建移,男,教授,心理学博士。(浙江传媒学院 新闻与传播学院,浙江 杭州, 310018)

中图分类号: G206.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-6552(2012)04-0010-03

民族问题是当今世界普遍存在的重大社会问题之一,对于我们这样一个多民族国家,正确处理民族问题,维护各民族团结,不但关系到国家主权和领土完整,而且关系到经济发展和社会稳定。建国以来,我们一直坚持“各民族平等、团结和共同繁荣”的基本原则,实行民族区域自治的基本政策,使民族地区的经济社会发展取得了令人瞩目的成就。然而,近年来,特别是西藏“3.14事件”和新疆“7.5事件”以来,民族问题和民族政策再次受到了社会各界的高度关注,也引起了学术界的探讨和争议。^[1]

一、民族政策的传播对象

粗粗一看,人们往往认为,民族政策面对的自然只是少数民族群体和少数民族地区,但笔者坚持认为,民族政策的制定和实施要着眼于整个国家的大局,甚至要着眼于全球经济和社会发展背景,而不仅仅是少数民族群体,也不仅仅是少数民族地区。这是我国民族政策的根本目的所决定的。《中华人民共和国宪法》规定:“中华人民共和国各民族一律平等。国家保障各少数民族的合法权利和利益,维护和发展各民族的平等、团结、互助关系。禁止对任何民族的歧视和压迫”。经过民族合作、民族互助,实现民族共同发展、共同繁荣,这个目标要始终不渝地坚持,一切背离这一目标的民族政策注定是不得人心的。

民族互助就是经济发展先行的民族帮助经济欠发达的民族共同发展,而要使这种互助出于自愿而不是上级安排,出于个人内心而不是组织规定,出于主动积极而不是被动消极,那么从民族政策的制定到宣传、实施,都必须面向各个民族。

着眼于全国而不仅仅是少数民族地区,也是我们的民族分布所决定的。除了少数民族聚居区外,还有大量少数民族同胞因历史或其他原因散居于全国各个省市,在经济全球化的今天,往返于全国各地,或短时间停留或长时间居留于他乡的少数民族群众越来越多,他们的经济活动和社会交往对象肯定不仅仅局限于本民族同胞。因此,着眼于全国而不仅仅是少数民族地区制定、传播和实施我们的民族政策,有利于经济全球化背景下各民族的团结互助和融合。

二、民族政策的制定、调整和实施离不开准确而及时的传播

从某种意义上说,民族政策也属于公共政策,而公共政策的制定需要公众的参与,公众的智慧,公

共政策的实施需要公众的理解支持，因此从民族政策的制定、调整到实施的全过程，都离不开准确而及时的传播。

美国学者罗纳德·赖斯和查尔斯·阿特金认为，公共传播是指：（1）目的性行为；（2）出于告知、劝服或促动行为改变的目的；（3）针对大量目标明确的受众；（4）通常为了个人或社会的非商业性利益；（5）一般发生在特定时段内；（6）运用大众媒介等有组织的传播活动来进行；（7）多以人际传播为辅。^[2]国内学者石长顺和石永军认为，公共传播是指以社会公共利益为目的的公共信息发布。^[3]

公共传播无疑是党和政府进行社会变革的重要工具和手段，但遗憾的是，在信息化发展到全媒体阶段，我们在政府主导的公共传播中无论是在实践层面还是理论和方法研究上，都显得滞后。长期以来，政府公共政策的发布与传播始终带有计划经济时代的烙印，面临着传播渠道单一、过分依赖组织传播；反馈机制缺乏，不注重对社会公众的研究；宣传色彩浓厚，单面政策解读等一系列问题，传播效果不理想。由于受众存在逆反心理，有时不但没有解决问题，甚至激化矛盾，引发政府公共危机。

与时俱进，适时适度调整民族政策。任何事物都不是一成不变的。时代在变，国内外形势在变，民族政策也需要适时适度地加以调整，但调整的原则应是更好地服务于民族大团结、各民族共同发展的目标。从学术争议和网民评论，都可以看到关于民族政策调整的两种极端看法。一种看法是，我国的民族政策是党和政府根据马克思主义民族理论，结合我国多民族的基本国情和民族问题长期存在的客观实际制定的，而且几十年来的实践证明，中国的民族政策是成功的，少数民族地区的经济社会发展是有目共睹的。因此，民族政策不容置疑、不宜调整。另一种看法是，建国以后的民族识别、民族区域自治和民族优惠政策等完全效仿前苏联的模式，体现了政治化的政策导向，可能不恰当地强化了民族意识甚至带来民族分裂。笔者认为，我们对现有的民族政策既不能全盘否定，推倒重来，也不能僵化地坚持。在坚持民族政策总体目标的前提下，宜对当前民族政策的优势和缺陷进行反思，对政策本身和政策的执行既要理性分析也要感性分析，既要宏观分析还要微观分析，并在此基础上作出及时、适度且慎重的调整。所有具体的民族政策都是服务于民族团结互助这一大目标的手段，两者不能倒置。

中华人民共和国成立前，农牧业是中国少数民族地区的主要产业，一些地区仍停留在“刀耕火种”的原始农业生产方式，经济和社会发展相对落后。为了促进各民族共同发展与进步，国家根据民族地区的实际情况，制定和采取了一系列特殊的政策和措施，帮助、扶持民族地区发展经济、教育和文化事业，并动员和组织汉族发达地区支援民族地区。但是在这些政策的具体实施中也确实出现了各种各样的问题，有的问题是政策本身存在缺陷，更多的问题是政策传播和执行中的缺陷，如近年来媒体时有披露的更改民族身份获取高考加分的事件。不少汉族群众对中国政府针对少数民族实行的各种优惠政策，包括高考加分、生育优惠和免费医疗照顾等政策存在异议，特别是对司法上实行“两少一宽”，即对少数民族罪犯少捕少杀、在处理上一般要从宽，表示不能接受，政策不能凌驾于法律之上。而部分民族群众也对这些支持民族地区发展的政策心存疑虑甚至不满。由此可见，作为公共政策的组成部分，民族政策的制定、调整和实施都离不开准确而及时的传播，离不开各族人民的全力配合，也离不开国际社会的理解支持，这在媒体多样化发展的信息社会尤为重要。

三、民族政策要从“心”传播

（一）正视偏见的形成机制，增进民族间的日常交流

政策传播不到位，加上各民族间缺乏实际交流，极易产生刻板印象甚至偏见。心理学对刻板印象有着很多的研究。一般认为，人的刻板印象的形成主要有两种途径，一是亲身经历，二是社会学习。我们对自己不熟悉的一个地区、一个民族、一种职业的刻板印象都是如此。如，第一次去某个城市便遇到小偷，就有可能产生该地治安不良的印象；连续听到周围的朋友说某个民族的人好斗，或观看某部具有民族偏见的影视剧或阅读相关的文学作品，我们就可能产生对该民族民众的刻板印象。由此可见，刻板印象的产生往往来源于自己偶然的亲身体验或少数他人的评价，这正说明了各民族间增进交流以

消除偏见的重要性。

跟刻板印象有关的另一种偏见是“先入之见”。心理学对先入之见也有很多研究。Hastorf 和 Cantrill (1954年)曾做过一项著名研究,该研究的“标本”是1951年达特茅斯大学和普林斯顿大学的一场橄榄球赛。研究者把这场比赛的录像分别放给两校的学生看,要求他们注意比赛的所有犯规行为,并把它们按照“严重”犯规和“轻度”犯规统计下来。结果表明,尽管研究者告诫学生观看时应完全客观,但是两校学生看到的犯规情形却大相径庭。^[4]看球赛如此,接收其他信息也是如此。可见,先入之见制约着人们对信息的理解、解释和记忆。

人们根据预先的期望或理论去寻求、挑选和抽取资料的心理倾向,就是所谓的“证实偏差”(confirmation bias)。如,当人们去寻求信息以检验自己的理论或观点时,他们表现出明显的想要证明自己正确无误的倾向。一个对其他民族有偏见的人,会不自觉地去寻找能够证实这种偏见的事实来源,与此同时,他会回避那些可能动摇这一先入之见的事实,而且这种“寻找”或“回避”往往是在下意识中进行的。

(二) 换位思考少数民族的“弱势心理”,淡化民族区分意识

前面已提到,考虑到少数民族地区经济文化相对落后,我国政府制定了一系列优惠政策以更好地促进这些地区的经济社会发展。从网友的评论看,人们对这些政策大多持肯定的态度,但也有一些网友提出,尽管这些政策在某个特定历史阶段有其进步性、合理性,但随着时代的发展,需要逐步加以调整,特别是高考加分、计划生育和司法上的“两少一宽”政策,否则会助长少数民族的优越感,强化其民族意识,甚至引发民族矛盾。有些人建议,西部地区汉族人口并不多,可否实行与少数民族相同的生育政策?

另一种观点则认为,对少数民族过多的照顾或政策倾斜,就可能使他们觉得与众不同,觉得不是一家人。少数民族群体由于人口数量少以及经济发展水平相对落后等原因,容易产生“弱势感”。其实,从一个群体来看,民工、城市贫民或者其他的一些城市社会弱势群体,经历过一些有意或者无意的被歧视,极易把自己列入被排挤的、甚至被迫害的群体。国家层面也是这样,一些贫穷或者被边缘化的国家始终认为国际社会抛弃了自己,强国和富国在一再压迫和遏制自己,于是对于外界的评价和看法特别敏感。由此可见,国家的优惠政策可能被他们当作一种“优势群体”的恩赐,因而也就难以换来他们的认同感和归属感。这一观点尽管偏颇,但在少数民族地区经济普遍取得快速发展后的今天,我们在进一步重视民族政策传播的同时,应该更多地淡化民族性,强化公民性。只有人人平等才能实现民族大融合,这种平等除了法律层面的,更重要的是心理层面的。美国政界和学术界强调把少数民族看作是“亚文化群体”,日本强调阿依努人和冲绳人具有文化习俗的差异,而尽可能不把他们作为界限分明的“民族”来对待,这种在政治上淡化种族或民族身份、在文化上则对其予以充分尊重的思路^[5],值得我们借鉴。

总之,在媒体日益发达的今天,无论是民族政策的制定、调整还是具体实施,都需要做及时而准确的传播,而且,这一传播应从“心”开始,以取得各族人民发自内心的支持。随着经济、科技和市场的“全球化”,随着国家社会和经济的不断发展,随着各地民族交流和人口迁移的不断增加,民族之间的合作互助必将进一步加强,民族融合也将进入新的阶段。

参考文献:

- [1] 王希恩. 也谈在我国民族问题上的反思和实事求是——与马戎教授的几点商榷 [J]. 西南民族大学学报:人文社科版, 2009(1): 1-17.
- [2] Jennings Bryant, Dolf Zillman. 媒介效果与理论研究前沿(第二版) [M]. 石义彬, 彭彪译. 北京: 华夏出版社, 2009: 313.
- [3] 石长顺, 石永军. 论新兴媒体时代的公共传播 [J]. 现代传播, 2007(4): 12-14.
- [4] A H Hastorf, H Cantril. They saw a game: a case study. Journal of Abnormal and Social Psychology, 1954, 49, 129~134.
- [5] 马戎. 关于民族研究的几个问题 [J]. 北京大学学报: 哲学社会科学版, 2000(4): 132-143.