
社会主义核心价值观在农村传播的渠道与效果研究

——对湖南衡阳市、永兴县、绥宁县部分农村的调查

廖志坤，乔玉为¹

【摘要】：调查发现，农村居民的媒介使用习惯直接影响其对社会主义核心价值观的认知。当前农村居民使用的主要媒介仍是传统媒体中的电视，然而以手机和电脑为代表的新媒体在农村居民中的使用率正不断提高。随着大众媒介对社会主义核心价值观传播力度的增大，多数农村居民已经知悉并能够使用社会主义核心价值观的概念，这或多或少影响到他们的日常行为。由于受制于诸多复杂因素，总的来说，社会主义核心价值观在农村的传播效果仍不理想，有必要通过强化文化认同、改进电视传播、增强网络传播力、创新三级宣教模式来提升。

【关键词】：社会主义核心价值观；媒介使用习惯；传播效果

“社会主义核心价值观作为当今主流价值观的最主要内容，奠定着社会制度的道义基础，是国家制度建立发展的灵魂，决定着国家制度改革与调整的基本方向。”^①有关社会主义核心价值观的研究在理论与实践层面都取得了一定进展，但社会主义核心价值观在农村地区的传播却没有受到足够的重视。本课题组通过对湖南三地农村进行问卷调查、实地考察、访谈与座谈，对社会主义核心价值观在农村传播的若干问题展开了研究，试图得出一些有价值的结论。

一、调查设计内容及目的

党的十八大提出，要在全社会“倡导富强、民主、文明、和谐；倡导自由、平等、公正、法治；倡导爱国、敬业、诚信、友善，积极培育和践行社会主义核心价值观”^②。这一对现阶段社会主义核心价值观的最新概括也是关于主流价值观的权威解读，为当代中国社会价值取向指明了方向。2013年12月，中央办公厅印发《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》，为进一步凝练、践行社会主义核心价值观提出了指导原则，同时也为当前中国社会和公民的道德实践提供了基本准则。

社会主义核心价值观的传播效果影响着公众，当然也包括农村居民。农村居民媒介使用的情况如何？哪些因素会影响农村居民对媒介的使用？社会主义核心价值观在农村地区的传播渠道有哪些？农村居民对社会主义核心价值观的认知与态度如何？怎样提升社会主义核心价值观在农村的传播效果？围绕这些问题，我们对主流价值观在农村的主要传播渠道等问题进行了多维调查与研究。

调查问卷主要包含两个方面的内容：一是农村地区媒介使用情况，以此为基础探讨农村地区媒介的普及率、媒介使用效率、媒介信息选择情况以及影响媒介使用的因素；二是社会主义核心价值观在农村地区的传播情况，重在调查社会主义核心价值观在农村地区的传播渠道与传播效果。

在选取调查样本方面，课题组既注重代表性，也注重客观性和可操作性，以求能够较为全面和有效地反映社会主义核心价

¹**作者简介**：廖志坤，湖南师范大学新闻与传播学院教授，博士生导师（湖南长沙410081）乔玉为，湖南师范大学新闻与传播学院研究生（湖南长沙410081）

值观在农村的传播情况。根据湖南省全面建成小康社会考评县市区分类标准，课题组将受调查地区分成发达、欠发达、落后三个层次，分别选取相对应的衡阳市蒸湘区、郴州市永兴县、邵阳市绥宁县作为主要调查对象，重点对这些县区农村地区相关人群进行调查。

课题组在2015年7月20日至2015年8月5日对三地农村居民媒介使用习惯及社会主义核心价值观传播效果进行了问卷调查，同时还辅之以在人群聚集地随谈和入户面访的调查方式。课题组共发放900份调查问卷，回收868份有效问卷。通过对868份调查问卷的分析发现，农村地区常住人口的受教育程度普遍偏低，初中以下的人口占63.1%，大部分村民只完成了九年义务教育。在职业上，常住农村人口大部分从事农业生产，占55.7%。在月收入方面，1500元及以下的人数最多，占总受调查人口的61.2%。在政治面貌方面，群众占69.2%，超过受调查人数的2/3。总的看来，调查能够较为真实地反映普通农村居民对社会主义核心价值观的态度。

二、调查数据分析与研究发现

课题组将调查问卷的全部题目与回答编成数据，输入SPSS20.0统计软件进行统计与分析。问卷信度分析Cronbach's alpha值为0.829，大于0.8，表示信度可以接受，问卷整体可信度较高。

1. 农村的媒介使用情况

在媒介使用方面，课题组考察了大众媒介在农村的普及率、农村居民对大众媒介的使用频率以及他们对媒介信息的选择情况，以期能在一定程度上把握农村居民的媒介使用习惯。

表1 农村居民家庭拥有媒介的情况

内容	频次	百分比	个案数百分比
电视	791	33.6%	92.6%
报纸	216	9.2%	25.3%
手机	657	27.9%	76.9%
电脑	369	15.7%	43.2%
书籍	189	8.0%	22.1%
杂志	86	3.7%	10.1%
收音机	45	1.9%	5.3%
总计	2353	100.0%	275.5%

其一，农村居民使用媒介的习惯与其家庭拥有媒介情况相关。数据显示（见表1），这些地区有92.6%的农村家庭拥有电视，拥有手机的家庭达到76.9%，43.2%的人家中有联网电脑。另外，还有25%的家庭订阅

报纸。而书籍、杂志以及收音机的家庭拥有率则较低，分别为22.1%、10.1%和5.3%。这说明，农村地区所依赖的主要传播媒介依然是传统媒介。其中，电视的家庭拥有率最高，其他传统媒介的拥有率则居后几位。在新媒介中，手机占据了拥有率的首位，电脑其次。尽管受到新媒介的冲击，电视所代表的传统媒介仍然占据了农村传播的主要地位。

不可忽视的是，在农村居民中，使用移动媒介的人数日益增多。手机的拥有率已高达76.9%，仅位于电视之后，电脑的拥有率也达到了43.2%。由此可知，农村地区的媒介使用呈现出空间偏向的特点。从农村居民的媒介拥有情况看来，电视、手机以及电脑都属于空间偏向的媒介，这种空间偏向的媒介常常利用降低知识难度的方式实现便捷、快速的传播，以获得数量上的影响

力③。而这恰与农村居民的文化水平相适应。

其二，农村地区媒介的使用频率与其媒介的拥有率成正比（见图1）。电视在农村的普及程度最高，其接触程度也最高，经常使用电视获取信息的人占到78.9%，从不使用电视的人仅有4%。而广播相较于其他三种获取信息的方式，农村居民接触广播的程度最低。在拥有情况调查中，广播的拥有率也最低。从不使用广播的人有48%，经常使用广播的人仅13.8%。

其三，农村居民使用媒介主要是为了获取信息。在农村居民获取的媒介信息中，关于社会、时政和农业的信息分别列前三位。农村居民使用报纸、广播以及网络主要用于获取“社会”类的信息，“农业”、“时政”类

信息的获取率则依次居后。

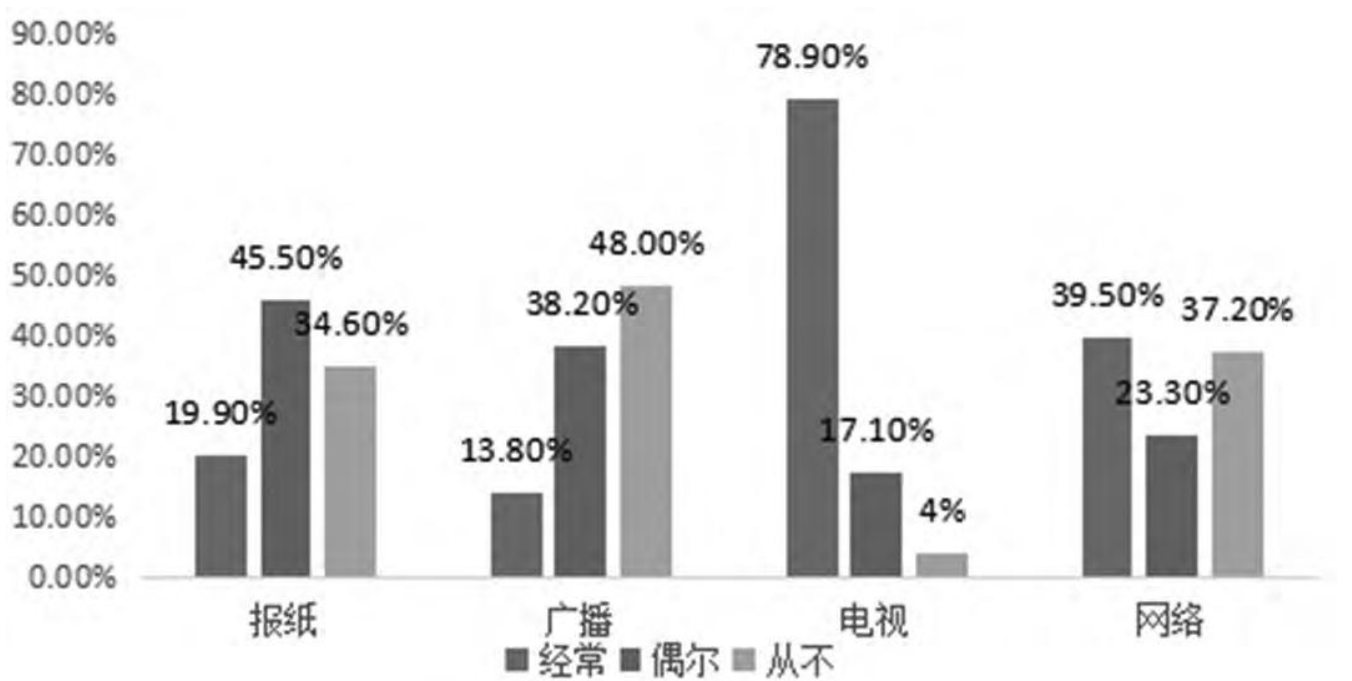


图1 大众媒体使用频率

媒介娱乐功能在农村的实现并没有我们想象的那样充分，即使使用电视，农村居民也主要以之收看“新闻”节目。除了“电视剧”能占据湖南三地农村电视用户25.9%的比例外，其他三大媒介的娱乐内容都不是农村居民的主要获取对象。在报纸受众中，只有14.4%的读者阅读“娱乐”内容，而收听娱乐类广播的人仅为13%。上网浏览娱乐内容的网民虽然多一些，但也只占20%。娱乐类内容与其他类型的内容相比，只拥有很小一部分受众。

因此，就农村地区居民对信息的选择情况来看，四大媒介在传播活动中实现的主要是信息传播功能，娱乐功能居于次要地位。另外，就信息的类别来看，农村居民更多关注的是涉及社会伦理道德的社会新闻、关乎国家方针政策的时政信息以及与农村耕作紧密相关的农业新闻。

2. 影响农村居民媒介选择的因素

在美国学者詹姆斯G·韦伯斯特等人所提出的媒介使用模型中，受众的个体差异是影响受众媒介使用行为的因素之一。基于

该模型，课题组将受众因素归为两类，即行为性因素和结构性因素^④。行为层面的受众因素包括可使用的媒介时段、选择媒介的方便程度与受众对媒介的偏好。结构层面的受众因素包括年龄、受教育程度与月收入。

(1) 行为层面的媒介使用影响因素

其一，媒介可使用时段。调查发现，影响农村居民媒介使用的因素虽然较多，如农村居民的文化程度、性格、爱好和媒介节目呈现的规律与质量，但最主要的因素却是媒介可使用时段（见表2）。农村居民习惯晚上收看电视的达到91.7%，而上午与中午收看电视的分别仅占17.0%和23.6%，“黄金时段”受众远高于“日间时段”受众^⑤，时段因素严重影响农村居民对电视的使用。一般来说，农村居民主要在白天进行田间劳作或开展其他工作，因此“日间时段”很少使用媒介；而晚上处于休息状态，此时段的电视凭借操作简单、内容丰富和接收方便等传播优势成为他们晚上休闲的首选。另外，新闻节目、综艺节目或是电视剧等晚间节目固定的规律性播出也是村民准时打开电视机的重要诱因。

表 2 哪个时间段收看电视

内容	频次	百分比	个案数百分比
上午	137	12.9%	17.0%
中午	190	17.9%	23.6%
晚上	737	69.3%	91.7%
总计	1 064	100.0%	132.3%

其二，媒介选择的方便程度。选择媒介的方便程度也是影响农村居民媒介行为的重要因素^⑥。在“通过什么方式了解国家政策、方针更方便”的问题上，选择电视的受众高达82.5%，位居第一。其次是手机和电脑，分别为44.2%和25.1%。选择村委宣传与报纸的仅占20.5%和20.2%。选择书籍、杂志、广播和与家人、朋友聊天的则更少，分别为6.7%、4.7%、6.1%和12.0%。这种数据的分布与媒介选择的难易程度密切相关。电视在农村的普及程度最高，且操作简单，农村居民最易获得，农村居民的使用频率也最高。作为印刷媒介的报纸、书籍、杂志等，因为需要购买与识字能力，接触成本高，农村居民并不容易获得，使用率不高。然而，即便人际传播较为方便，但农村居民并不认为邻里、朋友间的聊天是他们获取时政信息的便捷渠道。在获取信息方面，无论是村委宣传还是家人朋友聊天，其受欢迎的程度都不能与大众媒介匹敌，这不仅因为农民之间的交往亦有隐性成本，还因为农民掌握的信息具有残缺性和滞后性。

其三，形象性感知的媒介偏好。形象性感知在很大程度上亦影响农村居民的媒介使用偏好（见图2）。这与农村居民整体受教育程度较低有关。受教育程度越低，越愿意收看生动形象、具体可感的节目。目前，农村居民选择通过电视获取国家重要信息的占68.6%，愿意通过手机获取信息的则有18.2%，电脑仅排在第三位，只占4.7%，而依靠村委宣传和家人朋友之间的人际传播获取信息的更少，只占3.8%和1.6%，均高于报纸的1.4%。这表明，农村居民更加依赖于生动可感的传统媒体电视获取信息。当问及“今后最想通过哪种渠道获取信息”时，农村居民仍然首选电视，选择电视的受众仍有57.9%，位居第一。但相比“通过电视了解国家方针、政策最为方便”和“当发生重大事件时，最想通过电视获取信息”的高比例，已经有了明显下降。而“通过手机获取信息”和“通过电脑获取信息”的比例则大幅度上升，分别达到23.5%和11.0%。选择“通过报纸获取信息”的受众仍然很少，仅占1.1%。

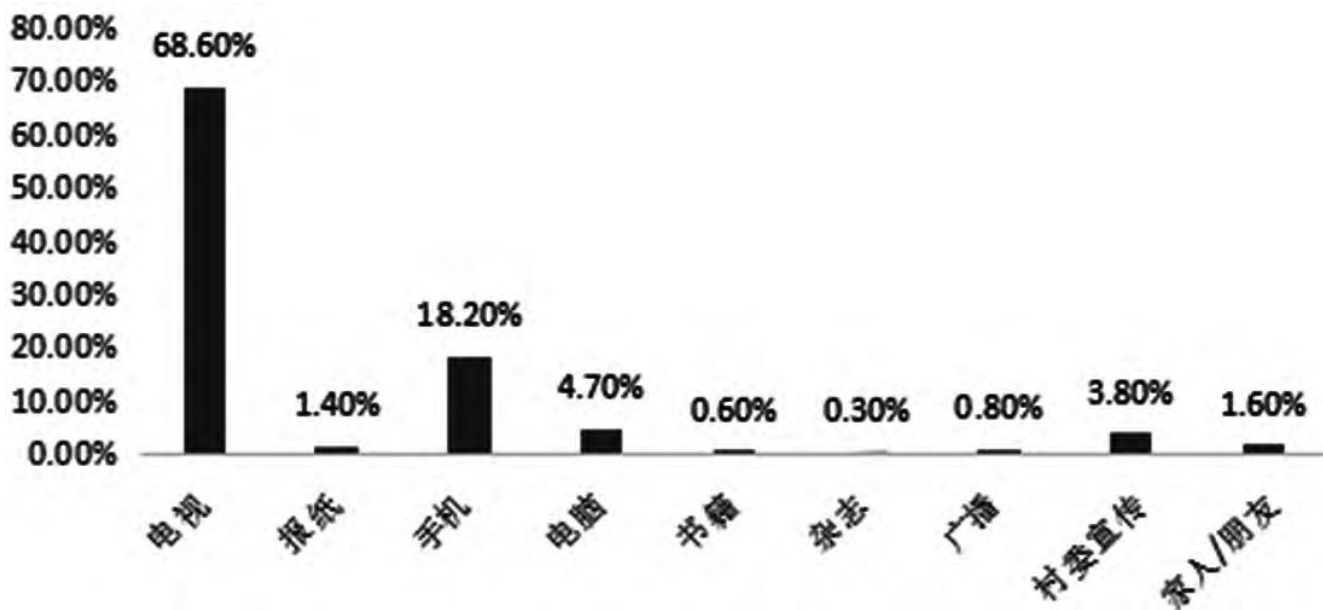


图2 当发生重大事件时，更愿意通过哪种渠道获取信息

(2) 结构层面的媒介使用影响因素

结构层面的媒介使用影响因素，主要有年龄、受教育程度和月收入三个方面。其中，在对新媒体的使用上，年龄与其呈现出反向相关性，而受教育程度和月收入与其呈现出正向相关性。

一为年龄（见表3）。年龄与使用网络的相关系数为-0.543，为负值，属于负相关，两者关系明显，显著性系数为0.000<0.01，为强显著。这说明，年龄越大的人使用网络越少。这可能是因为农村，手机与电脑作为新事物，难以为年龄大的人所接受。调查显示，年龄与收看电视频率的相关系数为0.136，为正值，属于正相关，但相关性一般；年龄与阅读报纸的相关系数为-0.211，显著性为0.000<0.01，属于负向高相关。阅读报纸需要一定的识字能力，接触门槛高，在农村年岁越大的人，选择阅读报纸的人也就越少。年龄与广播收听者的相关系数为-0.126，属于负相关，显著性系数为0.000<0.01，具有负相关性，但是相关性并不明显。

表3 年龄与媒介使用频率的相关性

		阅读报纸	收听广播	收看电视	使用网络
年龄	相关性	-0.211	-0.126	0.136	-0.543
	显著性	0.000	0.000	0.000	0.000
	频次	848	847	853	843

二为受教育程度（见表4）。受教育程度越高的人，其选择使用网络的频率越高。从受教育程度与媒介使用的相关性来看，受教育程度与使用网络行为的相关系数为0.349，为正值，属于正相关关系，显著性系数0.000<0.01，在0.01的水平上相关显著，属于正向高相关。而受教育程度与收看电视频率不存在相关性，从两者的相关数据分析，相关系数为-0.048，显著性系数0.160>0.05，表示两个变量不存在相关性。受教育程度与收听广播行为的相关系数为0.140，为正值，属于正相关，显著性系数0.000<0.001，两者有相关性，但相关系数不明显。另外，受教育程度越高的人，阅读报纸的频率越高。受教育程度与选择阅读报纸的频率相关系数为0.294，为正值，属于正相关关系，显著性系数为0.000<0.001，相关系数明显。

表 4 受教育程度与媒介使用频率的相关性

		阅读报纸	收听广播	收看电视	使用网络
受教育程度	相关性	0.294	0.140	-0.048	0.349
	显著性	0.000	0.000	0.160	0.000
	频次	848	847	853	843

三为月收入（见表5）。从月收入与媒介使用的相关性系数得知，月收入与使用网络频率的相关系数为0.187，为正值，属于正相关，显著性为 $0.000 < 0.01$ ，相关系数明显。数据表明，农村居民收入越高，越倾向于选择使用网络。当前网络并没有在农村全面普及，农民获取手机与电脑的成本较高，需要一定的经济实力支撑，月收入因而成为农村居民使用网络的一个显著影响因素。另一方面，月收入与农村居民选择收看电视倒不存在相关关系。月收入与收看电视的相关系数为-0.010，显著性系数为 $0.775 > 0.05$ ，两者不存在相关性。这可能是因为在农村普及率高，几乎家家有电视，所以月收入并不是农村居民选择使用电视的影响因素。此外，月收入与农村居民选择收听广播的关系也不明显。月收入与收听广播的相关系数为0.092，两个数据相关性较小。月收入与阅读报纸频率的相关系数为0.082，为正值，属于正相关，显著性为 $0.018 > 0.01$ ，相关性并不明显，月收入也不是农村居民阅读报纸的影响因素。

表 5 月收入与媒介使用频率的相关性

		阅读报纸	收听广播	收看电视	使用网络
月收入	相关性	0.082	0.092	-0.010	0.187
	显著性	0.018	0.008	0.775	0.000
	频次	839	838	844	834

3. 社会主义核心价值观在农村的传播

社会主义核心价值观通过大众媒介在农村地区进行传播需要关注的问题很多。本次调查主要考察以下问题：农村居民主要通过何种渠道来了解社会主义核心价值观？他们更愿意使用何种媒介来了解社会主义核心价值观？农村居民对社会主义核心价值观的认知程度如何？农村居民对社会主义核心价值观的态度以及社会主义核心价值观对农村居民的影响怎样？

（1）社会主义核心价值观的传播渠道

调查发现，电视这一传统媒体目前仍是社会主义核心价值观在农村传播的最主要渠道（见表6）。在问及“首选哪个渠道了解社会主义核心价值观”时，受访农村居民有30.7%的人表示通过电视了解此类信息，其余依次是手机18.4%，电脑11.9%，报纸11.8%，村委宣传10.0%。而在回答“通过哪些渠道了解社会主义核心价值观”时，受访居民中则有81.2%的人表示通过电视了解此类信息；此外，还有48.7%的人表示通过手机，31.5%的人通过电脑，31.3%的人通过看报，26.5%的人通过村委宣传，15.4%的人通过书籍，12.6%的人通过家人朋友，9.4%的人通过看杂志，8.1%的人通过听广播来了解社会主义核心价值观。从农村居民具体选择媒介的类型来看，当前以电视为首的传统媒体仍是农村地区传播社会主义核心价值观的主渠道，手机、电脑等新媒体开始成为传播社会主义核心价值观不可忽视的“潜力股”，而村委宣传则在老年农民中有不少市场。为什么电视能成为农村居民熟知社会主义核心价值观最倾向选择的传播媒介？这有可能是因为电视在农村的普及率最高，农村居民已经形成收看电视的习惯或者有自己的电视节目和主持人。

值得关注的是，在问及“未来希望通过什么渠道获知社会主义核心价值观”方面的信息时，调查对象的回答与之前一般性媒介倾向并不完全一致。其中，有58.6%的人表示更愿意通过电视了解社会主义核心价值观；其次是手机，占调查人数的16.3%；再次是村委宣传，占8.9%；电脑只占7.2%。此外，书籍、家人朋友、广播、杂志所占的比例较低，依次为2.9%、1.3%、0.9%和

0.5%。手机和村委宣传比重的增加表明手机的普及率和影响力有了提高，同时也反映出社会主义新农村建设尤其是农村基层组织建设近年来所取得的成效。

(2) 社会主义核心价值观的传播效果

问卷第三部分调查受访者对社会主义核心价值观的接受情况，主要包括农村居民对社会主义核心价值观的认知、态度等。

表 6 通过哪些渠道了解社会主义核心价值观

内 容	频次	百分比	个案数百分比
电视	459	30.7%	81.2%
报纸	177	11.8%	31.3%
手机	275	18.4%	48.7%
电脑	178	11.9%	31.5%
书籍	87	5.8%	15.4%
杂志	53	3.5%	9.4%
广播	46	3.1%	8.1%
村委宣传	150	10.0%	26.5%
家人/朋友	71	4.7%	12.6%
总计	1 496	100.0%	264.8%

一是关于社会主义核心价值观的认知情况的调查（见图3）。在问及“是否听说过社会主义核心价值观”时，868名有效受访对象有759人表示听说过社会主义核心价值观，占调查人数的87.4%，有109人则表示没听过社会主义核心价值观，占调查人数的12.6%。这说明，大多数农村居民对社会主义核心价值观已整体知悉，但社会主义核心价值观的传播覆盖率还有提升的空间。

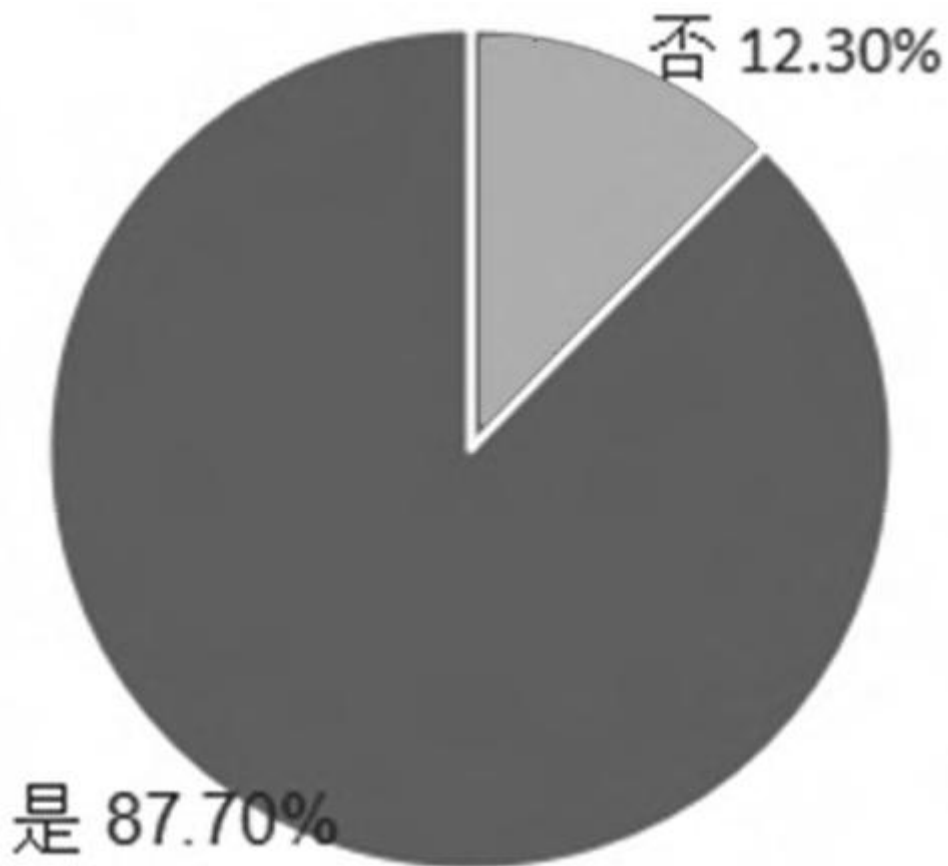


图3 是否听说过社会主义核心价值观

在“是否听说过社会主义核心价值观的内容”调查中，受访农村居民对“富强、民主、文明、和谐”等国家层面的核心价值的认知度最高，达到82.4%；其次是关于“自由、平等、公正、法治”等社会层面的核心价值认知，72.1%的人表示听说过这些内容；再次是关于“爱国、敬业、诚信和友善”等个人层面的核心价值的认知，有66.3%的人表示对这些内容有所接触。这表明，大众传播媒介普及社会主义核心价值观取得一定成效。

二是关于受访者对社会主义核心价值观态度的调查。这种调查所观测的态度既包括直接看法，也包括间接表示。对这一问题，主要考察农村居民对社会主义核心价值观的认同情况。

在直接看法方面，我们对受访者提出的问题是“对社会主义核心价值观的看法”（见图4）。受访农村居民中有67.5%的人表示“非常赞同”，26.8%的人基本赞同，总赞同率达到94.3%，社会主义核心价值观在农村居民中拥有相当高的认同度。

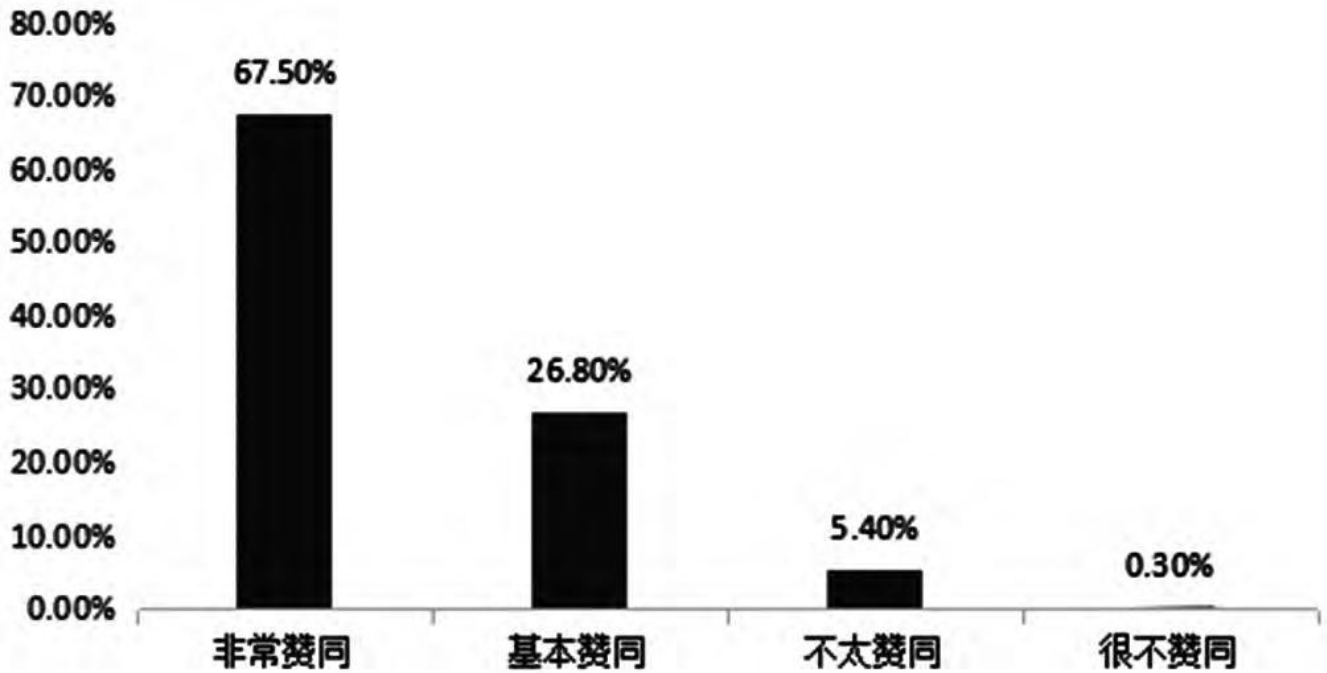


图4 对社会主义核心价值观的看法

在间接表示方面，我们设计了对“我国发展状况”、“当地治安情况”、“公民应具备的行为规范”三个观测点。对这三个问题的看法，在一定程度上反映了农村居民对社会主义核心价值观的认同情况。

在“我国发展状况”调查中，有44.4%的人表示中国发展情况非常好，有38.1%的人表示好，有19.7%的人表示发展一般，有1.3%的人表示发展差，仅有0.5%的人表示发展非常差。这说明，农村居民大多数对我国发展情况持积极乐观的态度，仅有很少一部分人看法悲观。

在“当地社会治安情况”调查中，有28.2%的人表示非常好，有35.3%的人表示好，有30.4%的人表示一般，有4%的人表示差，有2.1%的人表示非常差。这说明，大多数农村居民对社区安全拥有信心，但其社区安全感还有相当大的提升空间，这对加强和改善我国农村地区治安工作是一种警醒。

在“公民应具备哪些行为规范”调查中，受访农村居民中有85.8%的人选择“热爱祖国”，有79%的人表示应该“诚实守信”，有71.7%的人表示应该“友善邻里”，70.1%的人认同“爱岗敬业”。由此可见，农村居民对于这四方面的行为规范认同度都非常高，农村居民对社会主义核心价值观中个人日常价值规范普遍认同的态势已经形成。

（3）社会主义核心价值观对农村居民行为的影响

众所周知，人们对于某个事物的认知与认同程度并不等于其相关行为的坚决程度。因此，在设计问卷时，我们还设置了农村居民是否按照社会主义核心价值观引领行事的问题。数据显示，虽然大部分农村居民会按照社会主义核心价值观的引导行事，但农村居民对社会主义核心价值观对行为指导的接受度在总体上仍然低于其对社会主义核心价值观的认知、认同水平。

在问及“是否以社会主义核心价值观来指导自己的言行”（见图5）时，受调查农村居民有78.9%的人认为社会主义核心价值观对自己的言行有指导作用，15%的人表示不清楚。访谈中，选择“不清楚”选项的农村居民大多表示，由于不理解社会主义核

心价值观内涵，所以并不知道自己日常生活中的行为是否符合社会主义核心价值观的要求。值得注意的是，有6.1%的人表示自己的言行不受社会主义核心价值观的影响。这一数字与不赞同社会主义核心价值观的数据基本相当。这说明，农村居民对社会主义核心价值观的认同与否直接影响他们对社会主义核心价值观的践行。

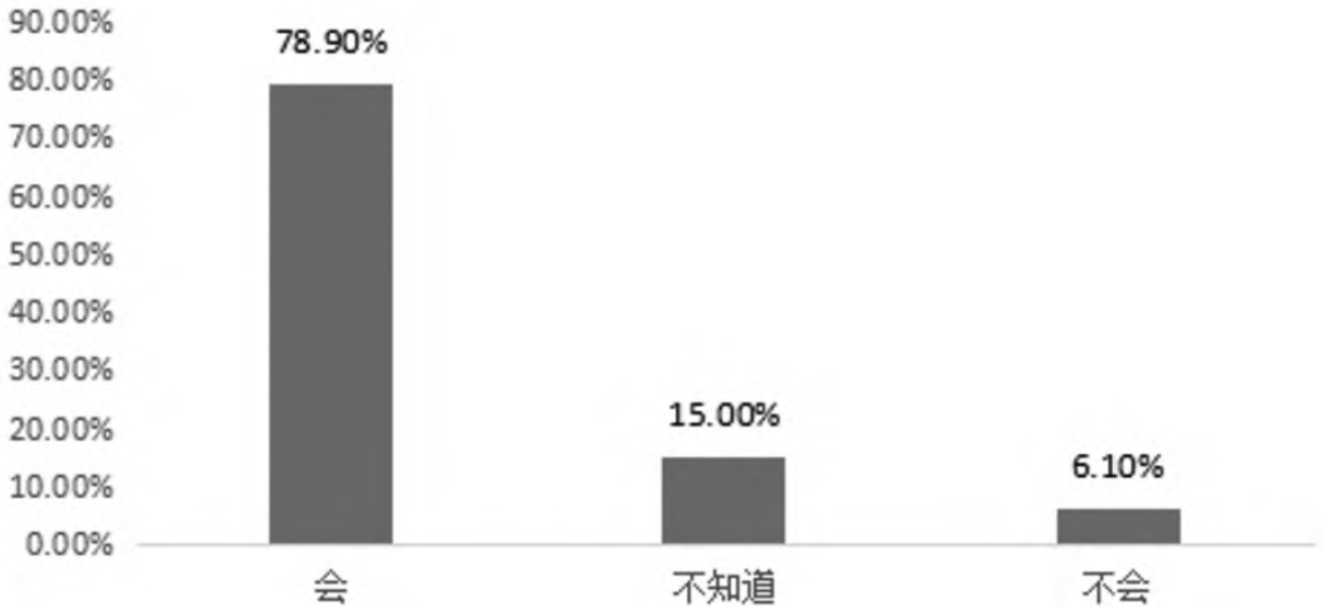


图5 是否以社会主义核心价值观来指导自己的言行

在调查农村居民“是否会践行热爱祖国、爱岗敬业、诚实守信、友善邻里等行为规范”时，有78.8%的人表示会在日常生活中去践行，有17.2%的人表示没注意，有4%的人则表示不会去践行。这表明，社会主义核心价值观虽然能够影响到大部分农村居民的行为实践，但并未能对所有农民的行为产生有效的道德约束，需要引起重视。

综上所述，社会主义核心价值观主要通过电视、手机等渠道在农村居民中进行传播，农村居民对社会主义核心价值观的认同度较高，大部分人的言行举止会受到社会主义核心价值观的积极影响。但是，在对社会主义核心价值观进行具体内涵的阐释，帮助引导农村居民通过对国家发展、生活改善、治安进步的体认来认同社会主义文化，引导农民自觉践行社会主义核心价值观等方面，政府和相关部门还有很多工作要做。

三、社会主义核心价值观在农村传播的改进建议

本次调查为改进社会主义核心价值观在湖南农村地区乃至国内其他地区的传播提供了实证支持。调查发现，增强社会主义核心价值观在农村地区的传播效果，前提是增强农村居民的国家、民族和文化认同，关键是农村居民对传播媒介的有效接触。只有充分正视和研究农村居民的文化习俗与媒介使用习惯，才能进一步提升社会主义核心价值观在农村的传播效果。

1. 强化文化认同

社会主义核心价值观能否在农村得到有效传播，找准传播渠道，优化传播方法固然重要，但最重要的还是要进一步引导农民强化民族认同、国家认同和文化认同。可以设想，一个不爱国的人对这个国家所确立的主流价值会是一种怎样的态度。然而，爱国情怀、爱国意识和爱国主义对于农村居民而言，并不会随着其降生而自然获得。他们需要在生活中，在特定文化环境中慢慢习得。因为所谓文化认同，是人们“在一个民族共同体中长期共同生活所形成的对本民族最有意义的事物的肯定性体认，其

核心是对一个民族基本价值的认同，是凝聚这个民族共同体的精神纽带，是这个民族共同体生命延续的精神基础”^⑤。正是在这个意义上，文化认同影响乃至决定民族认同、国家认同，当然也在最基本的意义上决定一个国家核心价值观的认同与传播。

在广大农村地区强化文化认同，尽管需要以改善民生、创新社会治理为基础，但最直接的还是要将优秀传统文化、现代法治文化和中国共产党所代表的先进文化的基本内容和具体要求生动可感地传播到农村，传播给农民。与此同时，将这些需要强化的文化内容固化为可以引导农民行为方式的制度安排，促使文化引导与农民利益的深度融合，促进主流文化在农村居民中的广泛认同。在这方面，个别县乡有过一些尝试，但总体来说，还远未成为一种自觉。

2. 改进电视传播

“受众生活与电视的精神交往已经成为形成社会关系的一个重要方面。”^⑥目前，电视是农村居民获取新闻、娱乐等信息的最重要渠道。因此，在社会主义核心价值观的传播中，有必要进一步改善电视传播生态，提高电视传播水平，增强电视传播在农村地区的影响力和引导力。

(1) 变“硬传播”为“软传播”，实现传播的本土化

调查显示，农村居民使用电视主要是为了收看新闻和电视剧。现阶段，新闻节目中也有一些宣传社会主义核心价值观的内容，这些内容大多直接对核心价值观进行概念阐释。这种传播方式可以归入“硬”性传播范畴。这种方式的优点是直接、准确，具有权威性；缺点是抽象、生硬，公信力较弱。如果能够将现有概念灌输的“硬”传播模式，转化为老百姓喜闻乐见、与他们切身利益息息相关的“软”传播模式，传播效果可能会更好。这就要求各地电视台根据本地区农村的实际情况，用贴近本地区老百姓的语言和素材来讲述老百姓感兴趣的道德故事。

(2) 既接“天线”又接“地气”，提高主旋律电视节目质量

电视剧具有文以载道的特点，它是农村居民体认社会价值的重要触媒。一方面，媒介希望电视剧能够吸引人、感化人，提升人的精神境界。另一方面，时下的这类电视剧又走不出图解概念、粗制滥造的窘境。比如说，尽管抗战剧、谍战剧等主旋律作品大量占领电视剧市场，但由于一些情节不符合历史事实、不符合常识逻辑，这类电视作品往往备受受众诟病，这就在无形中降低了“红色”电视剧这一剧种本应具有的宣传社会主义核心价值观的效果。解决这一问题需要多方努力，最为根本的是电视剧生产者必须坚持既“接天线”又“接地气”的创作原则，创作出思想性、艺术性俱强，具有时代气息，雅俗共享的精品力作。此外，在调研中，不少村民还呼吁政府设置专项资金，定期进村免费公映弘扬主旋律和社会主义核心价值观的影视作品。这实际上也是一种群众喜闻乐见的低成本传播手段。

(3) 既相对固定又适时调整，将相关节目安排在农闲时段

由于受到农业耕种、收获的季节性影响，农村居民电视节目收视时间也呈现出季节性。此次调研集中在七、八月份，正是农忙时节，此间农村受众晚上看电视的时间主要集中于7时到10时，较好地体现了农村地区的夏季作息规律。据村民反应，冬季晚上看电视的时间主要集中于6时到9时，而夏季则要推后一个小时左右。因此，在设置传播社会主义核心价值观的电视节目时，应当因地因时制宜，充分考虑电视节目主要覆盖地区农村居民的作息规律和收视习惯。

3. 增强网络传播力

移动互联网正在深刻地改变世界。当前，互联网和移动终端在我国农村的普及率已经很高，农村居民特别是年青一代对手机和电脑的认可度更高，这一趋势还在发展，有增无已。这是“因为在网络上受众不仅可以根据自身的需求来获取信息，享受

娱乐，并且其互动性大大增强”^①。毋庸置疑，互联网将取代电视等传播媒体成为新时代传播社会主义核心价值观的主渠道。增强网络传播社会主义核心价值观的吸引力、引导力与影响力，业已成为文化软实力建设的重要课题。

增强网络传播社会主义核心价值观的吸引力首先是要增强传播内容的针对性，这是取得良好传播效果的基础。其次，要特别重视把握网民心理与关切，尤其是青年网民的思想变化和精神需求，尝试对传播内容、方式和体制机制进行创新，努力以他们喜闻乐见的形式、语言、风格对社会主义核心价值观进行传播。此外，还要及时帮助农村受众解决具体问题，在解决问题的同时强化社会主义核心价值观的教育和引导，防止将社会主义核心价值观的宣传变成空洞的说教。

增强网络传播社会主义核心价值观的引导力还需要提高互联网传播的公信力与权威性。其中，关键是互联网传播要能客观理性地传播新闻信息和思想理论，帮助农村受众在多元文化冲突中明辨是非，分清好坏。为了实现这一目标，一方面需要通过对社会思潮的引领来加强和巩固我国主流意识形态的建构，另一方面需通过对社会舆论的引导来影响并规范人们的社会认知^②。现阶段互联网所传播的一些内容充斥着虚假信息，这就必然降低传播的可信度，从而影响社会主义核心价值观的传播效果。因此，有必要通过完善新闻立法，建立相关规章制度来增强现有互联网新闻生产的专业性和严肃性，压缩有偿新闻、假新闻等恶性新闻的生存空间。有必要通过加强政府和主流媒体网上官方平台建设，来增强政府和主流媒体对突发事件和网络谣言的应急反应能力，提高媒体和政府的公信度、美誉度。

同样值得重视的是，农村受众对社会主义核心价值观的认同需要一个过程，这就要求主流网络媒体坚持不懈地营造健康的网络生态环境和晴朗的网络空间，持之以恒地进行合理的议程设置和内容创新，使农村居民在不知不觉中通过耳濡目染、潜移默化，自然而然地了解、认同社会主义核心价值观。只有这样，社会主义核心价值观在网络传播中所形成的影响才能够正面、深远、持久。

4. 创新三级宣教模式

在所有的媒介渠道中，农村居民对村委宣传这种渠道的偏好度和未来使用意愿都较低，分别只占全部调研对象的3.8%和3.5%。通过与调研地政府部门的座谈，我们发现，县级党委、政府宣传社会主义核心价值观的主要手段是出台众多文件与工作方案，将社会主义核心价值观的整体概念传达到各部门。这在某种程度上确实有助于各部门在实际工作中对社会主义核心价值观的认知、认同。但是，在促进社会主义核心价值观的具象、深度传播过程中，县级层面更多依靠公务人员的自发行为，办法不多，更未建立长效机制。乡镇一级的情况更加不容乐观，传播观念落后、传播方法单一、传播内容碎片化等问题普遍存在，难以有效统筹社会主义核心价值观在农村的传播。村委传播和践行社会主义核心价值观的工作严格地说并未起步，即使有些努力，也只流于形式，这就使得农村居民对社会主义核心价值观的认知浮于概念，难以内化为日常行为。调查发现，既有的村委宣传方式主要为村委宣传栏和入户通知两种形式，而村委入户宣传社会主义核心价值观的方式则较少采用，大多数农村居民只能通过阅读村委宣传栏上张贴的海报等材料来了解社会主义核心价值观。

这表明，在传播社会主义核心价值观方面，县、乡、村三级现有的传播方式和方法亟待改进。增强社会主义核心价值观在农村的传播效果需要县、乡、村三级在通力配合的前提下各自优化传播策略和方法。县一级单位要加强统筹和考核，适时出台宣教规划，建立健全对有关人员的考核激励机制。乡镇和村组则需要在明确责任，培养人才上下功夫，切实改变基层组织宣导工作的碎片化状况^③。

注释：

①冯留建：《社会主义核心价值观培育的路径探析》，《北京师范大学学报》2013年第2期。

②胡锦涛：《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进为全面建成小康社会而奋斗——在中国共产党第十八次全国代表大

会上的报告》，北京：人民出版社，2012年，第31页。

③（加拿大）哈罗德·英尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，北京：中国人民大学出版社，2003年，第72页。

④⑤（英）丹尼斯·麦奎尔：《受众分析》，刘燕南、李颖、杨振荣译，北京：中国人民大学出版社，2006年，第23页，第49页。

⑥（美）威尔伯·施拉姆：《传播学概论》，李启、周立方译，北京：新华出版社，1984年，第115页。

⑦朱贻庭、赵修义：《抗震救灾升华中华民族的“文化认同”》，《探索与争鸣》2008年第8期。

⑧（法）皮埃尔·布尔迪厄：《关于电视》，许钧译，沈阳：辽宁教育出版社，2000年，第39页。

⑨蔡骥：《多维视野中的受众研究》，《湖南师范大学社会科学学报》2003年第2期。

⑩郑洁、梁虹：《网络媒体传播社会主义核心价值观的有效方式》，《学习与实践》2014年第1期。

⑪吴春梅、席莹：《农村的社会主义核心价值观认同：困境与出路》，《科学社会主义》2014年第6期。