



分类号: G206  
学校代码: 11066  
学号: 202100351019

烟台大学  
专业学位硕士论文

央视春晚小品中的农民形象塑造研究（1983-2023）

**Research on the image shaping of farmers in CCTV  
Spring Festival Gala sketch (1983-2023)**

研究生姓名: 程淑玲

指导教师: 张一真讲师

专业学位类别: 新闻与传播

专业学位领域: 新闻与传播

论文提交日期: 2024年6月1日

## 摘要

随着乡村振兴战略的提出和国家对农村工作的重视，农民的生存发展受到越来越多的关注。媒体对于农民的报道成为大众了解农民形象的渠道。农民形象的展现有助于引导受众了解农民、关注农民，对农民生活的改善和农村发展具有积极意义。中央电视台春节联欢晚会是一年一度的集体盛会，春晚小品中塑造了许多经典的农民形象。本文通过将 1983-2023 年中央电视台春节联欢晚会小品中出现的农民形象作为研究对象，主要探讨春晚小品中塑造的农民形象的特征，塑造这些农民形象的原因和依据，以及春晚中的农民形象塑造的优缺点，进而为将来电视节目中的农民形象建构提供建议。

本文以央视春晚小品 40 年出现的 97 个农民形象作为研究对象，运用内容分析法、文本分析法，归纳出央视春晚小品农民形象的总体特征和塑造的依托。论文共分为五个部分，第一章主要介绍选题背景和研究意义，归纳国内外媒介形象、农民形象等的相关研究现状，介绍相关理论和研究方法。第二章阐述研究过程，包括样本筛选、类目建构和内容分析。第三章在研究数据的基础上，从外在形象和内在形象两方面归纳出春晚小品中的农民形象呈现。主要得出九类农民形象：愚昧封建的落后者、虚荣固执的贪婪者、愚笨迟钝的“低知者”、淳朴直率的在地者、自信健谈的乐观者、传统美德的弘扬者、勤劳上进的致富者、正直负责的坚守者、热于政事的爱国者。研究发现这九类农民形象分别与当时的国家政策和社会现实存在交叉。第四章从国家语境、社会建构需要、农民发声需求三方面分析农民形象塑造的深层次原因。第五章指出央视春晚小品中的农民形象塑造确有合理之处，却也存在偏差，表现在农民现实问题并未深刻体现、缺少农民的个人叙事、农民形象日渐式微，并在此基础上展望未来电视节目中农民形象的合理塑造。

关键词：媒介形象；农民形象；央视春晚

## Abstract

With the proposal of the rural revitalization strategy and the country's attention to rural work, the survival and development of farmers have attracted more and more attention. Media reports of farmers have become a channel for the public to understand the image of farmers. The display of farmers 'image is helpful to guide the audience to understand farmers and pay attention to farmers, which has positive significance to the improvement of farmers' life and rural development. CCTV Spring Festival Gala is an annual collective event, the Spring Festival Gala sketch has created many classic farmers. In this paper, through the 1983-2023 CCTV Spring Festival gala sketch in the farmer image as a research object, mainly discusses the characteristics of the sketch of farmers image, shaping the farmers image reason and basis, and the farmers image of the Spring Festival gala, and provide advice for the TV farmers image construction in the future.

This paper takes the 97 farmer images of CCTV Spring Festival Gala sketch as the research object, and uses the content analysis method and text analysis method to summarize the overall characteristics and support of the farmer image of CCTV Spring Festival Gala sketch. The paper is divided into five parts. The first chapter mainly introduces the background and the research significance of the topic, summarizes the relevant research status of the media image and the farmer image at home and abroad, and introduces the relevant theories and research methods. The second chapter describes the research process, including sample screening, category construction, and content analysis. In the third chapter, based on the research data, the farmer image in the Spring Festival Gala sketch is summarized from both the external image and the internal image. Nine types of peasant images: ignorant feudal laggards, vain and stubborn greedy, stupid and slow "low knowledge", honest and straightforward in the ground, confident and talkative optimists, promoters of traditional virtues, industrious and motivated rich, honest and responsible standholders, patriots hot in political affairs. The study found that the images of these nine types of farmers intersect with the national policy and social reality at that

time. The fourth chapter analyzes the deep reasons of farmers 'image building from three aspects: national context, social construction needs and farmers' voice needs. The fifth chapter points out that the image shaping of the farmers in the CCTV Spring Festival Gala sketch is reasonable, but there are also deviations, which is reflected in the reality of the farmers are not deeply reflected, the lack of personal narrative of the farmers, the image of the farmers is declining, and on this basis, looking forward to the reasonable shaping of the image of the farmers in the future TV programs.

KEYWORDS: Media image;Farmer image; CCTV Spring Festival Gala

# 目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 选题背景、目的和研究意义 .....	1
一 选题背景.....	1
二 研究目的和意义.....	3
第二节 文献综述.....	5
一 媒介形象文献综述.....	5
二 农民媒介形象文献综述.....	8
三 春晚文献综述.....	10
四 春晚中的农民形象文献综述.....	11
五 文献综述总结.....	12
第三节 相关理论.....	12
一 刻板印象.....	12
二 社会建构论.....	13
第四节 研究方法.....	14
一 内容分析法.....	14
二 文本分析法.....	15
第二章 央视春晚小品中农民形象的研究概况 .....	16
第一节 研究思路.....	16
第二节 样本筛选.....	16
第三节 类目建构.....	18
第四节 指标说明.....	18
第五节 信度检验.....	21
第六节 对编码结果进行分析 .....	21
一 节目概况.....	21
二 人物形象.....	25
第七节 各类目交叉研究.....	29
一 性别和身份的交叉分析.....	29
二 外貌和语言的交叉分析.....	30
三 语言和形象正负面的交叉分析.....	31
四 节目年份和节目议题的交叉分析.....	32
五 人物形象与演员适配度的交叉分析.....	33
六 节目议题和节目政策相关性的卡方检验 .....	34
七 节目立场和人物形象正负面的卡方检验 .....	34
八 节目立场和节目主题的交叉分析.....	35

第三章 央视春晚小品中的农民形象呈现 .....	37
第一节 外在形象 .....	37
第二节 内在形象 .....	39
一 农村发展困境的亲历者 .....	39
二 乡土中国里的传统农民 .....	43
三 改革大潮中的引路人 .....	46
第三节 农民形象整体变迁 .....	51
一 场景逐渐城市化 .....	51
二 形象变迁复杂化 .....	52
第四章 央视春晚小品塑造特定农民形象的原因 .....	55
第一节 政治生态下的国家赋能 .....	55
一 国家政策的针对性下达 .....	56
二 农村发展的宣传需要 .....	57
三 国家稳定的维护策略 .....	58
第二节 建构现实的社会需要 .....	59
一 反映现实的真实再现 .....	60
二 现实语境下的片面创作 .....	61
三 弘扬社会价值的需要 .....	62
第三节 农民发声需求的兼顾 .....	63
一 农民释放情绪的“安全阀” .....	64
二 农民改善困境的发声口 .....	64
第五章 央视春晚小品农民媒介形象思考 .....	66
第一节 央视春晚小品农民形象的合理构造 .....	66
一 节目与时俱进农民种类丰富 .....	66
二 模糊刻板印象合理看待农民 .....	67
第二节 央视春晚小品农民形象塑造的偏差 .....	69
一 现实农民的浅显化表达 .....	69
二 现实问题的片面性缺失 .....	70
三 农民形象的日渐式微 .....	71
第三节 央视春晚小品农民形象塑造的展望 .....	72
一 凸显农民叙事主体地位 .....	72
二 加强个体叙事的生动性 .....	74
三 立体化打造农民形象 .....	76
结语 .....	78
参考文献 .....	80
附录 A 央视春晚小品农民形象内容分析编码表 .....	84

## 第一章 绪论

### 第一节 选题背景、目的和研究意义

#### 一 选题背景

在脱贫攻坚工作取得成功之后，国家工作转为全面推进乡村振兴。乡村振兴是“三农”工作的重点。“三农”即农业，农村和农民。党的“三农”战略核心思想发生了重大演进，从提出保障农民物质利益、到把解决“三农”问题作为全党工作的重中之重、再到“高度重视农业农村发展”、最后到实施乡村振兴战略。“三农”关系到国家富强和民族复兴，农民作为“三农问题”的核心，其发展备受关注。乡村振兴的目标就是要解决好我国社会发展中农村与城镇、农业与工业发展的问题，助力农村现代化发展和国家高质量发展。

我国为什么如此重视农业、农村和农民问题呢？这是由我国的国情决定的。中国是个农业大国，中国绝大多数人口是农民，城乡发展不平衡、农村发展不充分的基本国情要求农业农村优先发展<sup>①</sup>。尽管随着经济发展，农村人口逐渐向城市迁移。但根据国家统计局最新的数据显示，截至2023年底全国农村人口数量仍有6亿左右户籍人口。2023年末，我国城镇常住人口城镇化率为66.16%，比2022年提高0.94个百分点。<sup>②</sup>城镇化布局持续稳定，未来我国将全面进入城市化社会，专家预测将会有5亿人口留在农村，如果不把农村建设好，如果乡村发展衰败，势必会影响城市现代化的发展进而影响整个中国现代化的推进。拉美一些国家因为缺乏实施乡村振兴的能力导致大量失业人口聚集于平民窟。要实施乡村振兴，最终必定要实现农业农村现代化。所以乡村振兴战略的提出其实是在提醒我们农业农村现代化绝不能忽视农业、农村和农民问题。

农民在推动乡村振兴方面具有强大的主体作用。实施乡村振兴首先要去除市民和农民的身份差异，让农民享受到城市居民所享受到的各种现代文明，真正使城乡

---

<sup>①</sup> 熊小林.聚焦乡村振兴战略 探究农业农村现代化方略——“乡村振兴战略研讨会”会议综述[J].中国农村经济,2018(01):138-143.

<sup>②</sup> 王萍萍.人口总量有所下降，人口高质量发展取得成效.<http://www.stats.gov.cn/sj/sjjd/202302/t20230201896742.html>.

结成命运共同体。<sup>①</sup>正确认识农民群体，对于打破城乡信息壁垒，促进乡村经济发展十分关键。而在现实生活中居住在城镇的人几乎没有机会和农村的农民近距离接触。因而媒介成为了解农村人的主要渠道，受众通过媒介获得新闻知识，同时也潜移默化接受了媒介建构的主体形象。媒介通过建构农民形象影响受众认知，随着媒介对农民群体的报道，会增加受众对于农村的深刻认识。媒介作为农民形象展示的平台和话语输出的中介，通过持续报道农民形象，引起舆论关注。

作为一年一度的春节联欢晚会，央视春晚承载了很多人的记忆。自1983年央视春晚首次创办以来，截至2023年已经陪伴中华儿女走过了40年。凭借其特殊的文化意义和影响力已经成为我国特有的媒介仪式。春晚以温暖人心的精品节目和美轮美奂的舞台为全球华人送上文化大餐。2023年中央电视台春节联欢晚会全媒体累计点击110亿次，其中年轻用户占比高达50%。<sup>②</sup>毫无疑问，央视春晚是电视媒介再现的一个重要文化符号<sup>③</sup>。央视春晚之所以受到广大观众的喜爱，根本原因在于它传达的丰富的传统文化以及强化的“想象的共同体”理念。国家是看不见的，必须被想象才能被接受。央视春晚同时也奠定了阖家团圆、家国一体的总基调。通过在除夕夜向所有中华儿女展现我们这一年以来的成就与不易，以怀旧的方式使受众产生心理冲动。从八点开始到零点结束，受众被营造在一个时间里，这种共时性的营造打破了地域界限，从而进一步加强对中华文化的认同与归属。

每年春晚的节目都会成为观众议论的话题，小品作为其中最重要的节目形式以其特色的戏剧冲突的表现形式深受观众的喜爱，春晚小品常常起到地域和人物形象塑造和传播的功能。在央视春晚小品中塑造的各种各样生动有特色的春晚人物形象更是广受讨论。这些鲜活可爱的人物形象说出了很多经典流行的台词。1995年巩汉林和赵丽蓉的《打工奇遇》中的经典台词“宫廷玉液酒，一百八一杯”<sup>④</sup>至今令人印象深刻；1999年赵本山和宋丹丹、崔永元搭档的《昨天今天明天》成为塑造典型的“白云黑土”系列的开端，其中黑土的经典台词“改革春风吹满地，中国人民真争

---

<sup>①</sup> 唐任伍.新时代乡村振兴战略的实施路径及策略[J].人民论坛·学术前沿,2018(03):26-33.

<sup>②</sup> 央广网：总台2023年春晚全媒体触达超110亿人次再掀海内外热潮.<https://www.cnr.cn/#country-radio0207>.

<sup>③</sup> 张海燕.浅析央视春晚媒介景观符号的构建[J].新闻爱好者,2013(04):45-47.

<sup>④</sup> 央视网:小品打工奇遇 20130410.<https://www.cnr.cn/#country-radio0207>.

气”<sup>①</sup>在B站上被网友做成鬼畜视频的BGM, 疯狂转发。春晚也塑造了许多典型的农民媒介形象, 关于农民的小品不仅是对当下农民生存状态的艺术展映, 也折射了时代变迁和农民心理变化, 小品节目中独特的语言艺术和视觉观感是其他节目无法效仿的。小品塑造的农民形象深刻影响着大众对农民群体的认知, 影响着农民在社会上获得认同与尊重。央视春晚小品塑造的农民形象让受众对农民形成特定态度和意见, 进而影响农民群体生活状态, 助力相关的政策实施。春晚塑造的典型农民形象或许会成为城市人对农村和农民的想象和记忆。

## 二 研究目的和意义

### (一) 研究目的

中国特有的“三农”问题的理论源于中国特有的城乡关系和特有的城乡发展路径。而三农问题在我国长期存在并一直被重视, “三农”问题总的情况是农业问题已经基本上得到了解决, 但农民问题和农村问题还很严重<sup>②</sup>。国家的现代化发展离不开农民的力量。央视春晚是社会转型的表征, 是刻写社会变迁的方式, 是主流话语表达的舞台。作为以传统节日为契机、以大众媒介为平台的媒介仪式, 央视春晚见证了中国社会转型期政治、经济、文化的变迁。春晚以其极高的收视率和极大的影响力在其传播的过程中重塑社会价值。在央视春晚 40 年的小品舞台上出现了各种各样的农民形象。这些农民形象是经过艺术加工的, 展现的只是现实生活中的“非典型侧面”, 电视节目并非完全反映现实, 而是塑造一种媒介真实, 对社会现实进行建构。对于受众而言, 传播活动展现的现实环境, 大多是自己无法接触的现实世界的模拟, 最终成为受众认知世界的桥梁。在我国媒介的宣传方针与国家的宣传方针一致, 由此可知央视春晚农民媒介形象是顺应国家发展和社会变迁的, 对于春晚中的农民形象研究应置于时代的坐标上进行。媒体对农民的形象定位与政府后续的决策相关, 农民形象被准确塑造关乎着农民自我的准确定位以及社会如何改善农民的生存环境。

通过分析央视春晚小品中农民形象的塑造情况可以了解春晚塑造了怎样的农民

---

<sup>①</sup> 小品昨天今天明天.<https://baike.baidu.com/item/>.

<sup>②</sup> 陆学艺.中国“三农”问题的由来和发展[J].当代中国史研究,2004(03):4-15+125.

形象、建构此类形象的背后原因、这些农民形象经历了怎样的嬗变、嬗变的原因及背后反映了怎样的社会现实。通过研究主流传统节目春晚对农民形象是如何塑造的，从而为电视节目更好地塑造农民形象提出优化措施，能进一步完善农民形象，此研究有利于改善社会对农民的认知，引发社会对农民现状的关注，重新思考电视节目如何全方位塑造农民形象。

## （二）研究意义

中央电视台春节联欢晚会作为国家级电视晚会，陪伴着十几亿中国人度过除夕佳节，春晚被称为社会发展的缩影，见证了许多的“年度中国事件”。小品一直是观众最期待的节目，40年间春晚小品塑造了很多典型的农民形象，它所塑造的农民形象深刻影响大众对于农民的印象，也影响着农民群体的自我认知。

央视春晚存在严格的审核机制，为了精益求精，节目都经过严格的审查和筛选，尤其是语言类节目，在被选中之后还需要重新编撰剧本，集中排练，在反复的修正和挑选之后<sup>①</sup>，最终留下通过审核的作品。春晚的节目编排上可以明显看到程式化与固定化的顺序及框架，导演对节目的设计本身是在既定的模式和程序下进行的<sup>②</sup>。央视春晚层层筛选的审核机制必然有其背后的原因。

春晚小品之所以受到如此多的关注和重视，与其塑造了很多成功的人物形象密切相关。这些人物形象成为了时代变迁的见证，他们的精神风貌和生活状态，往往能让观众身临其境的体验到他们的生活，从而引起人们的思考。特定的媒介形象总是产生于特定的时代背景下，因此对于农民形象的研究应置于时代背景和社会发展中予以解读。以此分析农民形象与社会变迁存在何种联系。

在网络如此发达的现代社会，媒体对于农民形象的建构有其专有的优势，春晚作为国家大型主流晚会更是如此。目前关于农民形象的研究主要集中于纸质媒体和电视专栏节目，在知网中搜索关于农民形象的研究发现，对于春晚中的农民形象相关研究少之又少，因此本研究以央视春晚小品为研究对象，对相关研究起到了补充作用。通过对40年间央视春晚小品中的农民形象进行分析，汇总结论，揭示主流媒体在对农民形象进行塑造的过程中遵循何种原则，这有利于理解社会变迁与农民的

---

<sup>①</sup> 陈红.浅析央视春晚小品的传播效果[J].新闻世界,2014(06):65-66.

<sup>②</sup> 张媛.符号再现与记忆建构:传播仪式观视野下的“春晚”[J].电视研究,2016(08):48-50.

媒介形象塑造之间的关系。一方面央视春晚小品承载着弘扬社会美好品德的功能，其塑造的农民形象是否真实再现了农民生活状况，可以在本研究中探讨。通过研究春晚对农民形象的塑造来分析农民形象建构的优势与不足，可以为春晚及类似节目的形象塑造提供建议。另一方面，研究小品中的农民形象可以探究出主流媒体是如何引导农民形象的塑造，并分析农民的形象和地位在春晚舞台上究竟是否发生嬗变。春晚也是世界了解中国的窗口，每年有很多海外观众收看节目，从春晚小品中农民形象塑造这一角度切入可以唤起对农民群体和社会变迁的集体记忆，唤起中华民族认同感。也有利于西方国家了解中国农民群体形象。

## 第二节 文献综述

### 一 媒介形象文献综述

20世纪20年代，李普曼在《公众舆论》一书中提出大众媒介的报道为我们建构了一个虚拟的现实环境。<sup>①</sup>这个拟态的环境就是大众媒介建构的现实，也成为很多人了解事实的中介。李普曼成为媒介形象研究的开创者。此后许多学者在媒介形象研究领域展开研究。格伯纳提出电视会培养形成人的世界观，人们在认识和了解社会现实的过程中会受到“象征性现实”的影响。因此人们对现实的认知会出现或多或少的偏差。<sup>②</sup>

媒介形象和社会现实中的形象并非完全相等，有时是完全不同的呈现。媒体社会学家越来越依赖框架的概念，媒体框架是不言而喻的，它为我们组织了世界。学者 William Gamson 认为媒体巨头会通过商业广告等媒体向全国和全球受众传播相同的图像和看法，大量图像中隐含政治信息。<sup>③</sup>媒体现实建构是在商业化空间中进行的。21世纪以来，媒介形象的研究更精细化。例如：LM Groesz 和 MP Levines 通过采用 meta 等分析方法检验大众媒体建构的图像对女性身体形象的影响，结果发现观看媒体建构的图像后身体图像会更负面<sup>④</sup>。

---

<sup>①</sup> 王朋进.媒介形象”研究的理论背景、历史脉络和发展趋势[J].国际新闻界,2010,32(06):123-128.

<sup>②</sup> 郭镇之. 乔治·格伯纳及其“电视教养”理论和“文化指标”研究 [J]. 国际新闻界, 2006, (01): 48-50.

<sup>③ ④</sup> Hardin M, Dodd J E, Chance J, et al. Sporting images in black and white: Race in newspaper coverage of the 2000 Olympic Games[J]. Howard Journal of Communications, 2004, 15(4): 211-227.

近年来，国外对特定人群媒介形象的研究逐渐增多，Marie Hardin 通过观察 5 份美国日报对美国 2000 年奥运会运动员的种族化描述发现黑人运动员在力量运动中的比例过高，强化了黑人的原始种族差异。

关于媒介形象的相关研究，国外研究相比于国内更早，成果丰富。西方学者对媒介形象的研究主要定位于被传播者也就是受众，其研究方向涉及广告、政治、以及特定人物，对本文的研究具有启迪意义。

在国内，对于媒介形象的研究相对较晚。我国学者栾轶玖给媒介形象下了定义：“媒介形象是指媒介在社会交往中形成的能够吸引注意力的品相，是受众对媒介组织的印象集合”<sup>①</sup>，这一概念主要强调传媒自身的形象。随后该学者对媒介形象进行系统研究，通过揭示媒介形象生成受到各种社会因素的影响，解读媒介形象在受众中生成的过程和规律，并认为媒介形象具有双重维度，分为媒介组织建构的形象和受众认知的形象。宣宝剑首次提出媒介形象系统的设想，初步分析了媒介形象系统的内涵、特征、结构和功能，提出了被传播者媒介形象系统的分类标准和媒体非平视效应的概念以及传播者在媒介形象塑造中存在的问题。<sup>②</sup>

部分学者对媒介形象的建构过程进行研究。江根源基于媒介建构现实的角度提出媒介与社会互动建构的过程是一种意义建构过程，具有历史与文化的特点。台湾学者倪炎元主张语言并非反映而是建构真实世界。张晓莺通过研究认为媒介形象不是客观世界在媒介中的简单呈现，它涉及传受双方的意义传递，体现了一种动态的建构过程，该学者从框架理论的角度剖析媒介形象是如何建构的，最终得出在生产媒介形象时，新闻框架采用两种框架来建构形象，受众则对媒介形象进行主动建构<sup>③</sup>。

相关学者对媒介形象的本质和产生机制进行研究。学者吴予敏从媒介形象本质的角度提出媒介形象是现代社会运转的生产性要素，存在于社会生产体系的循环之中。媒介形象本身就意味着一组生产关系，意味着意识形态和价值观的生产<sup>④</sup>。童兵则分析媒介形象再现的“他者化”倾向产生的机制和表现，及其背后的权力关系来

---

<sup>①</sup> 栾轶玖.媒介形象的研究现状及重新定义[J].今传媒,2006(09):16-19.

<sup>②</sup> 宣宝剑.媒介形象系统论[D]. 中国传媒大学,2008.

<sup>③</sup> 张晓莺.论框架理论与媒介形象之建构[D].暨南大学,2008.

<sup>④</sup> 吴予敏.论媒介形象及其生产特征[J].国际新闻界,2007(11):51-55.

理解新闻报道的他者神话<sup>①</sup>，认为媒介建构的形象与现实是存在偏差的，大众媒体不是反映现实世界，而是塑造现实世界。

媒介形象还聚焦于研究某一类媒介形象在大众媒介中的呈现，具体包括国家形象、相关地区形象和具体人群的研究。在国家形象的研究中，王朋进给出国家形象建设的两条建议，一是要在实体层面上进行改善，另一条则是在大众传播角度多维度、多视角的报道，尽量构建客观真实的国家媒介形象<sup>②</sup>。多位学者从奥运会的视角深入解读国际赛事奥运会对国家形象建构的作用。江根源和季靖借助《人民日报》的报道统计数据，发现地区媒介形象的形成与刻板印象有关。其中包括经济政治地位、地理位置、地区突发性事件等地区传统与个体权威、权威机构、大型节庆活动等权威认同<sup>③</sup>。刻板印象影响了地区媒介形象的形成。万新娜以《人民日报》十年来对新疆的相关报道为研究对象，总结得出《人民日报》在建构新疆形象时努力建构新疆积极正面的媒介形象，在议题的选取上尽量选择新疆发展的关键词，但在面对国外媒体和国内部分媒体对新疆的偏见时也应多关注一些被忽视的议题。

媒介形象研究中聚焦具体人群的研究也较为丰富。主要涵盖农民、医生等群体的研究。夏倩芳和张明新采用新闻框架理论，对1979-2005年间主流媒体报道的党员和精英形象进行研究，认为刻板印象往往作为记者建构形象的思考基模或前提，发现党员框架和精英框架基本上是分离的，党员虽然在传统形象上被强化，但是更具时代特征的形象却未凸显<sup>④</sup>，这与现实脱节。方晓红和贾冰通过对《人民日报》中的农民形象进行内容分析，发现《人民日报》在塑造农民形象上虽然动态的反映农民形象变化，但是对于报道主题的选取太过单一<sup>⑤</sup>。苏林森通过研究工人群体的媒介形象，提出媒体刻板化建构形象势必会把偏见当成事实，加重不公平和歧视。<sup>⑥</sup>他在研究结果中发现新闻报道中工人话语缺乏，工人形象倾向于被动且对不同工人采取的叙事类型不同，存在主观化的特点。风笑天通过对大众媒介中的独生子女形象进行

<sup>①</sup> 童兵,潘荣海.“他者”的媒介镜像——试论新闻报道与“他者”制造[J].新闻大学,2012(02):72-79.

<sup>②</sup> 王朋进.媒介形象:国家形象塑造和传播的关键环节——一种跨学科的综合视角 [J]. 国际新闻界, 2009, (11): 37-41.

<sup>③</sup> 江根源,季靖.地区媒介形象:传统、权威与刻板印象[J].新闻与传播研究,2006(04):61-68+95.

<sup>④</sup> 夏倩芳,张明新.新闻框架与固定成见:1979-2005年中国大陆主流报纸新闻中的党员形象与精英形象[J].新闻与传播研究,2007(02):29-41+95.

<sup>⑤</sup> 方晓红,贾冰.论《人民日报》“农民形象”塑造——兼议衡量媒介三农报道的一个重要指标 [J]. 新闻界, 2005, (04): 33-36.

<sup>⑥</sup> 苏林森.被再现的他者:中国工人群体的媒介形象 [J]. 国际新闻界, 2013, 35 (08): 37-45.

解读,发现媒介建构独生子女形象时总体是负面形象,大众媒介对独生子女存在“妖魔化”倾向<sup>①</sup>。

部分学者对典型人物的媒介形象如何变迁进行了研究。蔡琪和曹慧丹揭示了焦裕禄媒介形象的发展历程。认为大众媒介对媒介形象的塑造其实是对历史的记录,并且从集体记忆的角度指出焦裕禄媒介形象逐渐从一个具有强烈政治色彩的英雄人物转化为一个全心全意为人民服务的公仆形象<sup>②</sup>。

## 二 农民媒介形象文献综述

通过查阅中国知网关于农民媒介形象的相关研究,发现对农民形象的研究主要可以分为文学作品、电视节目、电影中的农民形象和媒体发布中的农民形象几个方面。

程光炜分析了鲁迅和毛泽东对于农民形象理解的两个角度,鲁迅对农民形象分三个层次进行阐释:农民处境麻木导致的奴隶性、革命的冲动、对农民的审查。鲁迅在塑造农民形象的时候是通过批判农民,希望借此改变中国命运的角度进行塑造的。毛泽东将农民进行分类,包括艰苦贫农和一般贫农,并认为农民群众是历史前进的动力。学者对 50-70 年代农民概念形成的线索进行梳理,第一阶段从静态考察农民,虽也描述农民配合运动的姿态,却怀念乡土中国淳朴的农民形象;第二阶段从现实斗争看农民,体现农村现代化、农村生活发展与农民形象的断裂;第三阶段将农民形象塑造置于阶级斗争背景,这一时期作家塑造的农民形象摆脱传统的农民气质,成为阶级斗争的产物。最后告诫农民形象塑造不可逃脱历史语境。施学云将 80 年代以来中国小说文学中的农民形象分为三类,第一类是文化表征型,既包括负面的痼疾型文化农民,也包括正面应和传统文化的理想型文化农民。第二类是现实变革型,描述中国由农业社会向工业社会乃至后工业社会过渡的剧烈现实背景下,在离土与守土的矛盾中催生了离土者与守土者两种农民形象。第三类为民间生存型,他们秉持朴素坚韧的乡村文化精神,以自由自在的乡村文化心态对抗意识形态同化

---

<sup>①</sup> 风笑天.独生子女:媒介负面形象的建构与实证[J].社会学研究,2010,25(03):177-198+245-246.

<sup>②</sup> 蔡琪,曹慧丹.焦裕禄:媒介形象的建构与发展[J].新闻记者,2013(04):58-63.

和改造乡村的企图。农民形象的嬗变也反映了时代思潮和作家立场的变迁。<sup>①</sup>李兴阳将新世纪乡土小说中的农民分为“流动农民”、“在乡农民”、“乡村知识分子”三类，这不仅是中国农村社会不断加速转型的产物，亦是携带不同价值取向和道德选择的作家的艺术创作，中国农民逐渐走出传统进入现代的过程，就是摆脱乡土关系束缚的过程<sup>②</sup>。农民的现代化是大势所趋。90年代农民流动现象日益明显，由于生存需求，农民不得不流入城市，学术界对于“流动农民”持负面评价，作家对于农民形象的书写呈现消极被动状态，缺乏与现实的沟通。对文学作品中农民形象的分析对于研究春晚小品中塑造的农民形象具有指引作用，其中关于农民形象变迁的研究给予笔者一定启示，即从社会文化和创作立场的角度思考农民形象。

陈旭光等学者统计 1949-1966 年电影荧幕上的农民形象，归纳出电影中呈现的是勤劳无私、爱国爱党的进步形象特征。新时期农村题材电视剧致力于展现农村发展风貌，着重反映乡村振兴和脱贫攻坚等时代主题，塑造了一大批支持农村改革、带领村民脱贫致富的农民干部形象，新时期的农民致力于为农村建设不懈努力。农村题材电视剧中农民形象的塑造体现国家的大政方针和国家对农村的关注。在电影方面，农村题材电影大部分是在国家语境下创作的，国家的节目生产和审查机制使得电影必须迎合主旋律。农村题材电影总是在传统道德限制下播出，因此农民形象的表达缺乏全面性和灵活性，人物形象缺少个人特色。农民形象与观影者真实体验的农民形象存在差距。更有学者发现纪录片中展示的农民形象也是基于节目制作者的想象性建构，缺少对于农民生活的实地探索。

在艺术领域，顾丞峰则从美术的角度分析 1942 年以来农民形象的变迁，得出农民形象经历了从主角、到配角、再到看客的过程，这个变化符合中国社会发展过程中农民的角色偏移现象。从言说主体的角度看，中国农民始终处于被言说的地位，很难发出自己的声音。当知识分子更关注自身生活状况时，农民群体被边缘化是不可逆的，学者还将农民问题和女性问题进行对比，女性正在用自己的力量崛起，而农民问题由于农民比例不断下降，面临的困境更加值得关注。

---

<sup>①</sup> 施学云.论 20 世纪 80 年代以来小说中的农民形象及其文化内涵[D].南京师范大学,2006.

<sup>②</sup> 李兴阳.终结过程中的裂变与新生——新世纪乡土小说中的农民形象综论[J].南京师大学报(社会科学版),2013(05):153-160.

媒体领域的农民形象研究中既包括传统媒体领域，也包含新媒体领域。传统媒体集中于报纸中建构的农民形象。卢迎安通过对三份报纸的相关报道进行分析，发现农民形象再现是一种低度再现甚至是误现，国内报纸对农民的再现并不是完全真实的，其中与媒体的喉舌作用有关。造成这种现象的原因是我国媒体存在“重宣传、轻传播”的倾向，媒体从业人员缺乏对农民的实地了解，农民自身缺乏发声和话语表达的权力。黄典林通过分析农民工形象，发现农民工在《人民日报》中的再现方式发生变化，从消极、威胁性的负面框架到正面的“新工人阶级”框架，在新的意识形态逻辑中，农民工的处境是矛盾的，作为国家发展中的工具性群体，自身的多样性被忽视。杨芸等学者运用框架分析解释农民形象的媒介框架演变，媒介框架的建构与嬗变，也反映了一定时期中国社会的发展状况及媒体的宣传导向<sup>①</sup>。在新媒体领域，快手让边缘人群有了话语表达权，成为农民表达自身的平台。但消费主义以及阶层偏见使得视频博主迷失在主流文化轨道外，陷入自我建构的困境。这不利于农民形象的积极形塑。孙杰通过快手上塑造的农民正面形象个数大于负面形象个数而负面形象传播效果更好的现象，提出农民形象塑造应坚持客观公正的看法。<sup>②</sup>

### 三 春晚文献综述

春节联欢晚会自从1983年举办以来，已经成为中国人的新传统。对于春晚的研究主要集中于以下几方面：

对于春晚建构集体记忆的研究主要如下：谢卓潇以春晚为例对春晚媒介记忆机制展开讨论，强调春晚是记忆实践的途径，春晚文本的串联表达了国家权力的运作过程，春晚成为记忆之所，记忆唤起和记忆操演的承携者<sup>③</sup>。同时春晚也能确保中华民族对于文化记忆的存储和传承。学者凯瑞认为传播是仪式活动，春晚周期性仪式让观众形成同处同一个时空的感知，春晚成为建构集体记忆的载体。

---

<sup>①</sup> 杨芸,姚小烈.改革开放以来农民形象的媒介框架演变——以《人民日报》为例[J].铜陵学院学报,2022,21(01):93-96.

<sup>②</sup> 孙杰.快手中农村人群的传播形象研究[D]. 中央民族大学, 2019.

<sup>③</sup> 谢卓潇.春晚作为记忆实践——媒介记忆的书写、承携和消费[J].国际新闻界,2020, 42 (01): 154-176.

相关学者对春晚的意识形态运行进行探究，王娟提出央视春晚以潜移默化的方式建构国家认同，形成国家意识形态共识。<sup>①</sup>郭镇之通过审视春晚历史，发现春晚完成了从服务人民到召唤大众的转型，这反映了中国社会的基本变迁，也反映了央视春晚的转型之路更需坚持。李黎丹对央视春晚意识形态运行模式的变迁进行总结：从 80 年代央视春晚党国一体的“具体化”建构到 21 世纪家国一体的具体建构，<sup>②</sup>春晚逐渐被延伸为对国家意识形态的认同。

学者还聚焦于春晚传播效果方面的研究，春晚的传播策略包括塑造集体记忆、节目与受众互动、利用科技手段打造视听盛宴等，未来利用故事叙事营造共鸣将有利于提升春晚的传播效果。赵月枝以乡村春晚为研究对象，认为乡村春晚诠释了国家与乡村之间精神纽带的重新连接，她强调要重视春晚中农民的主体性，要注重调查研究，深挖农民底色。游洁则认为要用市场的眼光看待春晚。春晚受众繁多，央视春晚既要考虑观众需求，更要坚守责任导向，突出总台基调，传播时代观念。

综上，春晚以特有的形式参与着国家和集体记忆的建构，具有弘扬传统价值观的感召力。随着新媒体时代的到来，央视春晚应顺应技术逻辑，尊重受众的需求，在塑造人物形象、传达主流意识时重视挖掘人物特色，利用故事叙事注重情感传播。

#### 四 春晚中的农民形象文献综述

对央视春晚的研究集中于媒介记忆、意识形态、传播策略和节目转型等方面，春晚对人物形象的研究涉及老年人、农民（农民工）、主持人和女性形象等群体。央视春晚关于农民形象的研究从以下几个方面展开：汝云通过对不同时期春晚小品出现的人物形象进行分析，发现春晚小品中的人物形象与政治形态和国家价值观不可分割。在春晚场域中，国家意识形态始终占据主导地位。因此春晚小品塑造的人物形象具有虚构性。且农民形象数量在春晚中呈现下降状态。张丽萍认为春晚对农民形象的再现是在宏大主题与春晚语境下进行的。<sup>③</sup>春晚中的农民处在和谐的状态中，与现实中农民的真实处境和尴尬境地形成对比，央视春晚是一种以娱乐的外壳裹挟

---

<sup>①</sup> 王娟.从仪式传播到主流意识形态培养——央视春晚对国家认同的建构[J].当代传播, 2021, (02): 64-65+96.

<sup>②</sup> 李黎丹.央视春晚意识形态运行模式的变迁[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2011, (05): 30-34.

<sup>③</sup> 张丽萍.央视春晚中的农民形象再现研究[D].西北师范大学,2011.

意识形态的软性传播平台，农民在春晚中获得的话语权仅是一种幻象。陈开举对1995-2000年赵本山“赵氏小品”中的农民形象进行解读，与传统文化中农民负面建构做对比，赵氏在春晚上建构了一系列的正面农民形象，对时事的关注迎合了民族主流意识形态，这为农民角色赢得话语权。春晚小品中农民工形象经历了巨大变化，农民工的现象塑造与国家对于农民工的需求度，以及传媒的价值逻辑相关。农民工现象如何出现与国家经济发展以及城市对劳动力的需求紧密关联，却也离不开媒体社会意识。农民工形象的变化对社会公众和农民工自身都有深刻影响<sup>①</sup>。

## 五 文献综述总结

综上所述，通过对国内外的媒介形象相关文献进行梳理，发现在媒介形象研究领域，对于媒介形象的建构机制和具体形象的量化分析较为丰富。其中将媒介形象建构置于特定立场下进行的研究对于本文具有启发意义。农民形象是社会转型的产物也是创作者自身立场的展现，与时代主题相关，农民形象的表达缺乏对社会现实的考察，更多的是基于创作者的想象性建构。近年来对于农民媒介形象的研究较多集中于纸质媒体和网络媒介，关于央视春晚小品中的农民形象研究较少。且大部分研究选择农民工群体这一研究对象，不能代表农民群体的整体形象。研究结果也都是将农民形象描述为有倾向性的再现、农民形象建构是在一定的建构标准下进行的这种宽泛性的结论，缺少对农民形象具体呈现和时代性解读。这成为本研究的研究切入点。

本研究将从更细致的角度切入，对1983-2023年央视春晚小品中出现的的农民形象进行分类归纳，回答春晚小品中的农民形象具有何种特征和形象塑造的深层次背景，丰富媒体对于农民形象研究的成果。

## 第三节 相关理论

### 一 刻板印象

刻板印象这一概念引入中国已有三十多年，最早起源于李普曼的《舆论》一书

---

<sup>①</sup> 陈世海.农民工媒介形象再现及其内在逻辑——基于央视春晚的分析[J].青年研究,2014(05):70-78+96.

中，意指“人们由于生活在比较狭小的一隅，对该环境中生活的某一类人或某一类事会形成固定、概括、笼统的看法”<sup>①</sup>。它指的是由于人们存在固有的想法而对事物产生错误的看法和偏见。

由于现代社会越来越复杂，人们的生存空间日益扩大，注意力和时间以及见识上的限制让许多人越来越难以与事实直接接触，只能凭借自身以往形成的经验去评价事件，从而以一种简约的模式建构真实环境。在这种情况下，人们对事物的看法中夹杂了以往的固有观念。而刻板印象的形成主要有三种方式：权威与传统规范的影响，个人已有观点的影响，以及大众媒介传播的影响，可以看出媒介对于形成刻板印象起到了关键作用。

综上可以看出，刻板印象由来已久，是一种由传统观念和个人特质乃至传媒共同形成的影响人们判断力的一种概念。人们通过认知印象，从而强化加深印象，最终在群体的影响下形成刻板印象。大众对于农民的印象正是通过观看媒体加工塑造出的形象而得出的。长期接触传媒展现的单一农民形象，就会在脑中形成固定的农民形象。刻板印象理论对于本研究具有重要意义。

## 二 社会建构论

社会建构论源自西方心理学的一种思想，它反对反映论观点，也即媒介内容反映社会实在，主张知识是建构的，认为人们的互动和协商产生一切现象。人类对社会实在的表达是主动参与式地建构。建构论关注的不是媒介内容是否确切地反映了社会实在而是媒介如何反映社会实在以及为何要如此反映<sup>②</sup>。

对建构论有着深刻影响的是胡塞尔的现象学，通过意向性过程对事物进行现象学还原，在主体间性中达成对真理的认识，这提供了建构主义的方法论，博格和鲁曼进一步拓展观点，认为人们在建构世界的同时，建构的手段、方式和程序也逐渐被人们接受并反过来影响人们对生活世界的建构<sup>③</sup>。塔奇曼对此进行理论延伸，从理论上阐述了建构手段在新闻生产中的使用，根据塔奇曼的观点，新闻生产的行为是

<sup>①</sup> 李普曼.《舆论学》[M].林珊.北京：华夏出版社, 1989:55.

<sup>②</sup> 黄顺铭.“镜子”与“探照灯”辨析——对新闻传播学中反映论与建构论的认识思考 [J]. 现代传播, 2003, (01): 26-29.

<sup>③</sup> 张斌. 新闻生产与社会建构——论美国媒介社会学研究中的建构论取向 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2011, (01): 23-27.

对现实本身的建构而不是现实的图像的建构。新闻本身作为一种公共性存在。新闻的选择再现必须依托语境和细节。

在建构论发展的支流中，米德继承了齐美尔对“社会化”和“互动”的强调并创建了社会学的符号互动论，对米德而言，意义起源于社会互动，互动会产生固定的意义并导致固定行动<sup>①</sup>。李普曼在社会建构主义的影响下，指出媒介建构的世界只是一种拟态现实，不一定是真正的社会现实。

社会建构论考虑到媒体在选择新闻时会为新闻事件赋予主流价值观点，媒介在报道事实和建构形象时会渗透媒体本身的价值观，这为我们深入认识和理解大众传播媒介的运作流程和机制提供新的启示意义。同时大众传播媒介对某一群体的形象建构也蕴含特定含义，会以此影响受众和群体自身认知。在媒介进行建构的同时，由于媒介与社会的互动性，也会受到社会因素的干扰。

## 第四节 研究方法

### 一 内容分析法

内容分析法是一种对研究对象的内容进行深入分析，从而透过现象看本质的科学方法，可追溯到第二次世界大战时期，当时盟国情报部门通过监听欧洲电台播放的音乐的数量和类型推测欧洲大陆反攻的情况<sup>②</sup>。战后内容分析常用于研究报纸和广播的宣传。内容分析法是对已有的文件样本进行量化分析的一种研究方法，学术上将内容分析多运用于研究某种现象或报道，使结果更加准确。

学术界一般公认为内容分析法给出系统定义的第一位学者是美国传播学家伯纳德·贝雷尔森(Bernard Berelson)，贝雷尔森在《传播研究中的内容分析》中首先把它定义为一种客观地、系统地、定量地描述交流的明显内容的研究方法<sup>③</sup>，弗雷德·克林格在贝雷尔森的基础上，进一步完善了内容分析法的系统性、客观性和定量性。有许多学者对内容分析法提供多种看法。霍尔斯蒂提出“内容分析是通过客观和系

---

<sup>①</sup> 乔治·H·米德.《心灵、自我与社会》[M].上海:上海译文出版社, 1992:68.

<sup>②</sup> 邱均平,邹菲. 关于内容分析法的研究 [J].中国图书馆学报, 2004, (02): 14-19.

<sup>③</sup> Michael Singlefary. Contemporary Methods and Application[M]. Mass Communication Research, 1994.

统地识别信息具体特征而进行推断的任何技巧”<sup>①</sup>。并给出内容分析的检验公式。20世纪70年代后迈克尔和维尼尔认为内容分析是为了审查被记录的信息而设计的一种系统性程序。内容分析常被用于研究媒介建构的世界与现实世界是否一致。研究者以现实生活为标准检验媒体对某个团体形象、性格和特征的描述。越来越多的研究开始使用内容分析来研究某个群体在媒体当中呈现何种形象，从而改进报道或揭示社会倾向。就具体研究过程而言，内容分析主要包含以下几个步骤：提出研究问题、进行抽样、确定分析单位、确定类目、类目建构与编码、编码结果统计，最后进行解释检验。

综上，内容分析法允许研究者对一定阶段内发生的事件进行统计分析。只要能收集到足够的文献资料，并找到合适的量化方法，就可以从事内容分析，便于重复研究。

## 二 文本分析法

文本分析法是定性研究方法，是指对文本数据或语料库内的语料进行分析，最终提取出给定语料的各种信息，它是研究者用来描述并解释媒介讯息的，侧重于解释文本的深层含义。是研究文本内容与性质的一种研究方法。通过运用符号学、结构学、语言学的方法对文本内容进行理论分析，不断深入挖掘内容背后的深层次意义，对于潜藏在背后的价值观念和意识形态进行解读。文本分析强调对于媒介内容的深入理解，与内容分析相比更注重微观细节和文本蕴藏的深层次内容。文本分析没有特别系统的方法论，但对于细节的掌控要求特别高。

在本次研究中，文本分析法与内容分析法进行互补使用，多用于对具体人物的分析，并结合时代背景和相关政策分析央视春晚小品中的农民形象，对农民的外在穿着和言语重点标记，得出农民的性格特征和形象特点。

---

<sup>①</sup> 周翔.《传播学内容分析研究与应用》[M].重庆:重庆大学出版社, 2014:26.

## 第二章 央视春晚小品中农民形象的研究概况

### 第一节 研究思路

本研究拟采用内容分析和文本分析相结合的方法对央视春晚 40 年间涉及农民形象的小品节目进行讨论，从而描述春晚小品中农民角色的形象特征。首先通过互联网搜索历年春晚节目单，挑选出其中的全部涉农小品节目，之后选取 1983-2023 年央视春晚小品中出现的所有农民形象作为研究对象，接着采用内容分析的方法，对所选样本进行类目建构和编码分析，整体上把握农民形象特征及其变化，并用文本分析的方法分析农民形象的变化是否与我国政策有关，农民形象的塑造与国家价值观和/or 社会现实有何关联，最后对整理出来的数据进行总结，归纳得出央视春晚小品农民形象塑造的深层逻辑。

### 第二节 样本筛选

本文选择央视春晚 1983-2023 年的所有涉农小品节目作研究样本。

小品，泛指较短的关于说和演的艺术。它的基本要求是语言清晰，形态自然，能够充分理解和表现出各角色的性格特征和语言特征，最为代表的是喜剧小品。

<sup>①</sup>1984 年在央视春晚舞台上演的《吃面条》是春晚首次出现的小品节目。小品的种类丰富，包括戏曲小品，魔术小品，哑剧小品等。1990 年在央视春晚上上演的小品种类丰富，其中包括舞蹈小品《背起那小妹妹》，戏曲小品《拷红》，杂技魔术小品《争先恐后》，而这三类小品由于缺乏对人物形象的充分塑造，而是重视节目的艺术形式和最终呈现效果，所以无法完整塑造人物形象，因此在选择样本时，这类小品可以酌情剔除。

对于春晚小品中出现的人物是否为农民形象，则按照农民的定义严格判断。按大众理解，农民，在国内一般指在农村以种植业、畜牧养殖业为生的社会人群集合，也可以指农村劳动力(人力资源)。<sup>②</sup>目前主流的农民定义即居住在农村的在户籍上是

---

<sup>①</sup>小品定义. <https://baike.baidu.com/item/%E5%B0%8F%E5%93%81/109145>.

<sup>②</sup> 张春莲.新型农民理论的国内文献综述[J].安徽农业科学,2008(29):12991-12993.

农民且从事农业劳动的群体。农民是一种身份，与城市居民相区分。习近平总书记在参加 2017 年“两会”四川代表团审议时提出新型农民的概念，与“身份农民”不同，新型农民更突出农民职业的自由选择性，他们热爱农业，手握先进技术，具备致富能力<sup>①</sup>。随着科学技术在农业中不断被使用，新型农民的产生是一种偶然中的必然。因此本文在判别春晚小品中的人物是否为农民时，按照这样一个标准：明示或暗示来自农村且从事农业相关活动，比如 1991 年央视春晚中魏积安的小品《乡音》中明确表示主人公是一位农民企业家。而未明确表示角色的身份时，本文通过搜索小品创作背景和观察角色间的语言互动进行判断。农民工作为农村人向城市流入的代表，农民工的收入也主要是为了补贴家用，我国的户籍制度使得农民工在社会上无法享受与城里人相同的待遇，处于话语输出的弱势地位。在绝大多数城里人的观念里，农民工就是不在农村而出来打工的“农民”，基于此，本研究将农民工的媒介形象一并纳入农民媒介形象的分析当中。

由于春晚舞台对小品角色身份的表述并不总是十分清晰，因此为了保证样本录入的准确全面，在观看小品时根据人物的语言、细节等具体分析角色身份。比如在 1996 年春晚小品《打工奇遇》中赵丽蓉饰演的角色一开口就表明自己家可是八代贫农，直接点出角色身份。在小品《找焦点》中黄宏饰演的角色自称是农村人来北京拍摄作品参加电视录像大赛，根据衣着和口音对身份进行确认。在辨析农民身份时区分演员本人和塑造角色的差异，即重点分析角色是否为农民而不是演员给人长期的农民印象。最为大众熟知的小品演员赵本山就是典型的农民艺术家，笔者在搜索以往研究时发现绝大多数研究者都将赵本山所塑造的小品角色统一归类为农民形象，笔者认为有失偏颇。应立足于角色重点分析选择样本。

涉及到一人分饰多角时，只要任何一个角色都明确表示为农民形象，就将它纳入样本数据中。出现“戏中戏”时，样本的录入按角色最原始的状态来录入，小品《戏里戏外》中厨师牛二因为要临时拍摄电影从而出现戏中戏的角色，在选取样本时，只选取“戏外”形象。此外在《打工幼儿园》中，虽然出现的孩子形象明确表示是农民工的孩子，但由于同质性较高，统一按一个形象整理。

---

<sup>①</sup> 习近平九字定义新型职业农民 [J]. 渔业致富指南, 2017, (21): 19-21.

### 第三节 类目建构

量化内容分析在选择合适的分析单位时至关重要，分析单位是研究者用于描述和解释的个体单位。比如在研究文字内容时，将字、词、句子等作为分析单位，与文本传播内容的分析单位相比，视觉传播分析单位的具体形式有所不同。对于春晚小品中的农民形象进行内容分析，主要将节目和人物作为分析单位。确定分析单位之后，要考虑如何设置变量。类目事实上是变量的属性体现<sup>①</sup>，最后变量决定内容分析如何编码。

为了全面统计央视春晚小品中的农民形象，深度分析研究问题，笔者在观看历年春晚（1983-2023）共242个小品节目后，共挑选出55个涉农小品，其中经统计共出现农民形象97个。根据现有研究成果和类目建构原则来设计内容分析的分析单位，将小品节目本身和小品中的所有农民人物分别作为分析单位。其中在节目的信息指标中主要包括：节目年份、节目名称、节目场景、节目议题、节目主题、节目立场倾向、节目是否与时事相关、节目是否与政策相关等。人物形象的类目主要包括：性别、年龄、职业、地域、语言、性格特征以及外貌特征、角色的类型是正面还是负面、农民角色是主角还是配角。

### 第四节 指标说明

**节目年份：**主要用来记录小品节目出现的时间，春晚小品节目从1983年开始，当时的节目基本上还是不成熟的，形式多种多样且主题分散，本指标可以划分不同时间段，根据年份可以推测出当时小品的创作需求，结合特定的时代背景来分析节目创作的目的从而分析塑造特定人物的原因，从历史的角度为人物形象塑造找到根基。

**节目名称：**为了分清和查找每个节目而设置此指标。

**节目发生场景：**即节目发生的地点，研究农民形象出现在城市和农村时的特征是否存在差异，以及特定场景下的农民形象各有何种含义。此外特定场景下的节目主题也不尽相同。在城市中的农村人多为打工者的形象，而在农村中的农民多处主

---

<sup>①</sup> 周翔.《传播学内容分析研究与应用》[M].重庆:重庆大学出版社,2014:167.

导地位。

**节目议题：**节目主要围绕着什么情节展开，该指标主要用于研究春晚舞台对农民的塑造主要集中在哪些方面，是关于农民日常生活还是城乡关系等，农民形象在节目中处于一个什么样的地位。从观看视频的情况来看，春晚中涉及到农民形象的节目议题是多样的，这也体现出春晚节目创作的多样性。

**节目主题：**是节目的核心，作为节目创作的灵魂，主题最能体现一个节目创作农民形象的目的和原因。春晚小品在创作人物形象时主题多样，基本可以分为揭露农民困境、呼吁城乡理解、歌颂祖国发展、讽刺社会乱象、弘扬传统美德等方面，在进行主题建构时农民扮演着何种角色和作用，为何要借助农民之口来表达此主题，这都是研究的重点。

**节目是否与政策相关：**研究央视春晚是否将对农政策或其他政策渗透进节目之中。农民出现的节目总会伴随着政策背景，这体现了国家对于农民的高度关注，也可以看出农民在小品节目中的具体作用。

**节目立场：**节目中表达出来的主题是积极或是负面、中立的，可以看出节目的倾向性。

**节目是否与社会热点相关：**在观看 40 年的视频时，发现很多节目是基于特定的事件和议题而来。这个指标反映了春晚作为一年一度的总结晚会，对于过去一年和即将到来的事件做出的积极回应。2008 年奥运会作为举国关注的大事，自然成为春晚中的“常客”。

**人物性别：**统计男女形象的所占比例，从性别的角度观察农民话语主体。群体形象出现时性别归为混合。

**人物年龄：**旨在关注春晚小品塑造的农民形象呈现何种年龄分布。由于节目中基本不会有具体年龄的透露，因此该类目变量设置为少年，青年，中年和老年。

**人物身份：**该指标旨在统计农民以何种面貌出现，有具体职业的记录具体职业，没有表明具体职业的则依据故事背景记录角色身份。根据身份归纳春晚中再现的农民是何种形象。人物身份主要统计农民职业，包括 1. 农民企业家，2. 个体种养殖户，3. 普通村民，4. 知识型农民，5. 厨师，6. 保姆，7. 农村干部，8. 洗车工，9. 保安，10. 服

务员, 11.小贩, 12.明星, 13.清洁工, 14.心理医生, 15.未知, 16.学生, 17.农民工等。

语言: 农民大多来自农村, 语言多为方言。语言通常被认为是区分城里人与农村人的基本指标。在许多节目中, 方言述说者通常是被冠以愚昧落后的形象, 本研究从语言的角度探究农民形象和语言两者是否具有相关性。

外貌特征: 外表是最能直接体现人物形象的要素, 通过穿着打扮来塑造人物特征是视频类节目最常用的方式。在本类目中, 主要分为四个变量, 分别是带农村特色的穿搭, 时髦着装, 工作服, 和其他类服饰。具体带农村特色的穿着打扮主要包括但不限于包袱、头巾、花棉袄棉裤、袖套、布鞋、以及扁担、筐和水壶、手电筒等。时髦着装主要包括西装西裤、领带、手表、皮鞋、高跟鞋、皮夹克等具有城市气息的打扮。工作服主要考虑到特定职业的着装需求, 例如: 保安、农民工、厨师、清洁工等。除此之外的外貌特征归于其他类。

性格特征: 性格特征最能看出一个角色的本质, 性格指标就等同于人物的内在形象。性格特征指的是一个人在行为、情感和思维方面的个性特点和倾向。体现在人物的语言和行为中。笔者通过观看并统计春晚 40 年涉农小品中的农民性格特征, 将它们归为勤劳真诚、认真、有责任感、上进、好学、爱国、爱憎分明、关心时事、节约、诚实、隐忍、学识渊博、自信、乐观、机智、正义感、健谈、直率、淳朴、老实、善良、幽默、细心、多才多艺、孝顺、知恩图报、小心眼、愚笨、贪婪、虚荣爱面子、虚伪、愚昧、懒惰、固执、自私、贪小便宜、没文化、阿谀奉承、严谨、勇敢、迟钝、循规蹈矩、爱子/女心切、单纯、见利忘义、好奇、疑心重、粗心大意、小气、乐于助人、势力等特征, 根据节目中出现的特征一一编码。

人物形象是正面还是负面: 央视春晚小品塑造农民形象时是否客观全面。

主角还是配角: 农民在春晚小品中是处于聚光灯下的中心地位, 还是处于节目主题中的边缘地位。

人物形象塑造是否与本人高度适配: 笔者观看小品节目时发现人物语言与塑造形象的演员之间有着某种关联, 因此特将此指标记录下来便于分析。

## 第五节 信度检验

本研究以两位学习过内容分析法和 divominer 软件的硕士研究生作为编码员，经过统一的编码知识培训和编码指引来检验编码的信度。随机抽取总样本的 10%（10 条人物样本）作为测试信度的数据，根据科恩系数（ck）进行信度检验信度计算结果显示编码员的复合信度为 0.93，单个变量的编码信度在 0.73 以上，符合信度检验的要求。完成信度测试后，开始正式编码并分析。

## 第六节 对编码结果进行分析

### 一 节目概况

#### （一）节目年份

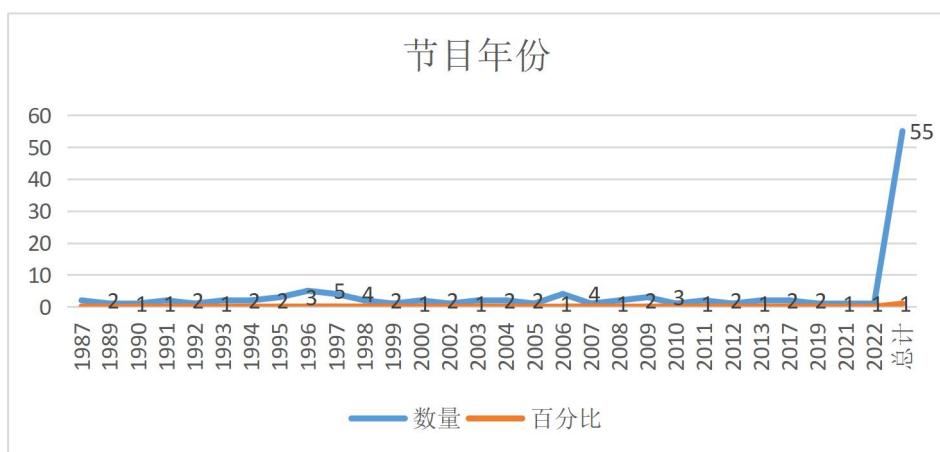


图 2.1 节目年份

节目年份指标可以代表春晚每年对农民议题的关注程度，每年有多少个涉及农民形象的小品，从折线图可以看出央视春晚小品中关于农民节目的数量变化整体平稳，从 1987 到 1995 年间基本每年出现 1 到 2 个涉农小品（1988 年没有农民小品），而在 1996 年（当年春晚总共 7 个小品）和 1997 年（当年春晚总共 7 个小品）涉农小品达到高峰，分别出现 5 个和 4 个涉农小品节目，随后持续平稳波动，直至 2006 年又出现 4 个涉农小品节目。在 2013 年之后，小品节目中连续三年未出现农民形象，之后每间隔一年才出现农民形象，小品数量也仅仅为 1 个。

## (二) 节目发生场景

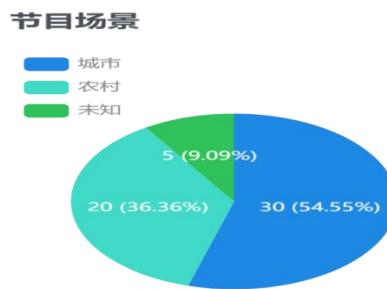


图 2.2 节目发生场景

节目发生场景的统计如上扇形图所示，由图可知，一半以上的节目场景定位于城市，城市成为春晚小品中塑造农民形象的主要地域。在 55 个春晚涉农小品中，有 20 个小品演绎了身处农村场合的农民形象，约占总场景的 36.36%，此结果表明央视春晚在选择节目场景时优先将城市作为农民形象再现的场所，随着中国城镇化的不断发展和城市议题种类的丰富性，小品更倾向于将城市作为塑造农民形象的重要场所。

## (三) 节目议题

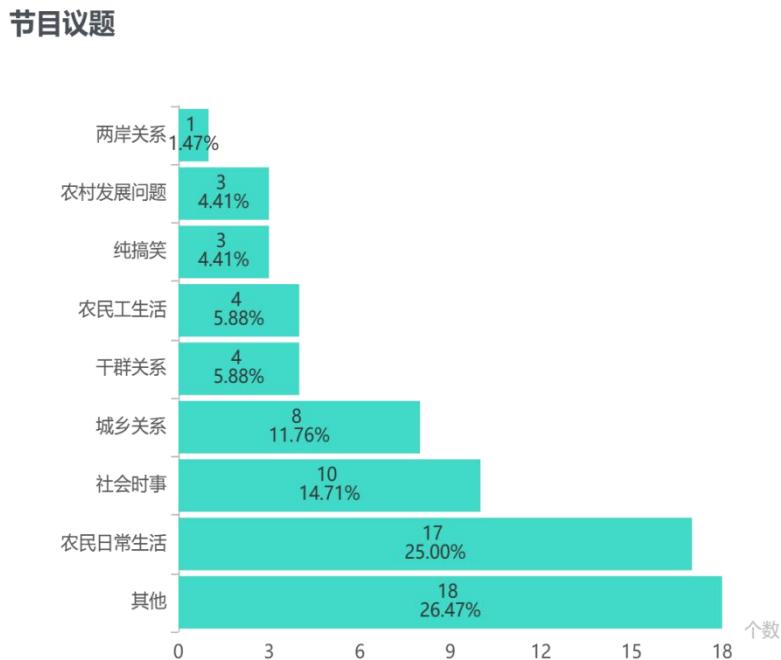


图 2.3 节目议题

含有农民角色的春晚小品共计 55 个，考虑到小品议题不止一个选项，因此将本类目设置为多选。除去无明显议题特征的其他类选项，农民日常生活是春晚小品所表现最多的主题。其中主要包括农民婚恋、农民找工作、农民学文化等议题。社会时事类议题位居第二，在社会时事中主要包括申办奥运会、捐款问题、改革开放出国潮、超生问题、脱贫反腐等议题。城乡关系类节目议题共有 8 个，占比 11.76%，这说明春晚给予城乡关系一定关注。两岸关系类议题只出现一个节目（2000 年的《小站故事》），干群关系议题出现 4 个节目，农民工生活议题同样出现 4 个节目，而直接涉及农村发展问题的仅占 4.41%，这表明春晚在塑造农民形象时在一定程度上弱化了农村发展困境，在一定程度上存在节目议题设置的不合理性。

#### （四）节目主题

### 节目主题

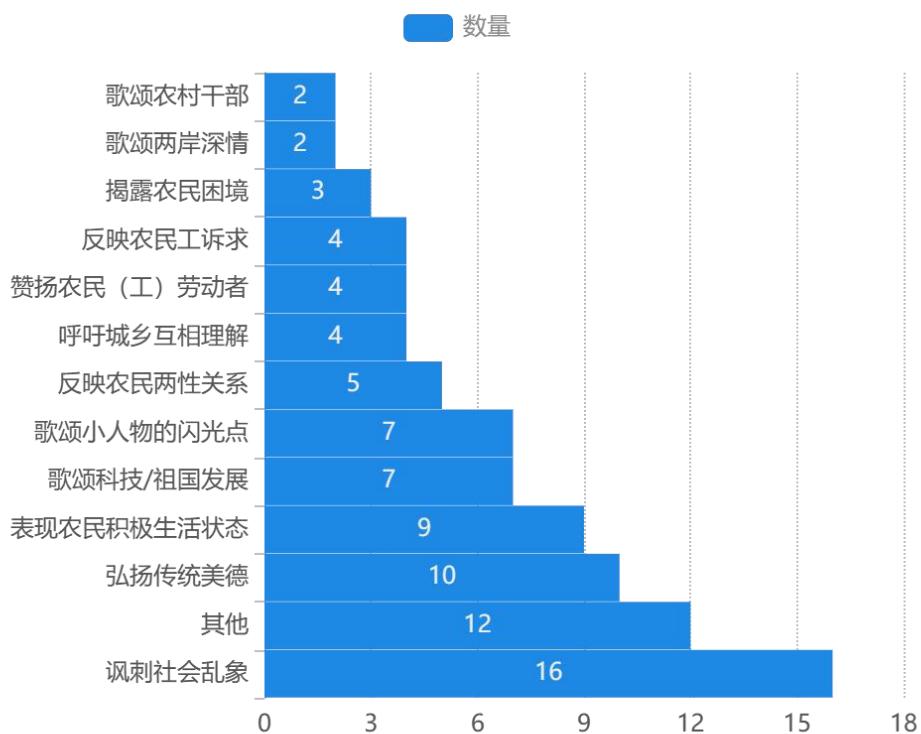


图 2.4 节目主题

节目主题并非单一，本类目同样设置为多选。统计结果显示在所有节目中，主

题为讽刺社会乱象的小品数量最多,达到16个,其中社会乱象具体包括腐败(2019年演戏给你看)、重男轻女(1990年小品难兄难弟、1987年小品产房门前)、讽刺假冒伪劣(1996年小品打工奇遇)、炒作现象(2007年小品策划)、形式主义(1989年懒汉相亲)、拖欠农民工工资(2013你摊上事儿了)和社会心理问题(2003年小品心病)等。这也与春晚高度关心社会时事的特性及小品艺术形式特有的讽刺功能有关。那些足以引起全体人民共鸣、能够强化社会共识的时新现象成为春晚节目的动情点。<sup>①</sup>弘扬传统美德类主题共有十个,在编码结果中显示为拾金不昧(1996年一个钱包)、关爱老人(2003年都是亲人)和歌颂养育之恩(1995年父亲)等。表现农民积极生活状态的小品共有9个,主要描述在改革开放的政策下农民积极向上的生活状态,其他主题依次为歌颂科技/祖国发展、歌颂小人物的闪光点、反映农民两性关系、呼吁城乡互相理解、赞扬农民工劳动者、反映农民工诉求、揭露农民困境,这充分体现主流平台对农民工进城和城乡关系的关注。歌颂农村干部的小品仅有2个,分别是1998年范伟、赵本山和高秀敏的《拜年》及1996年赵本山的《三鞭子》。在春晚4个干群类议题小品中,其他两个小品节目则是以建构负面的农村干部形象的方式讽刺社会乱象,由此可见,农村干部的形象建构较为客观。

### (五) 节目政策相关性

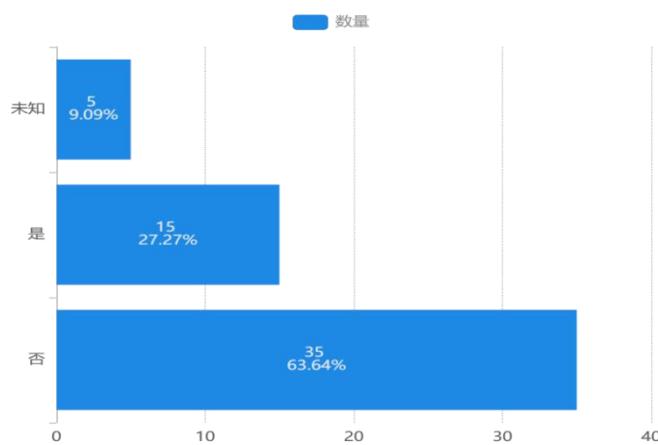


图 2.5 节目政策相关性

55个小品节目中,涉及相关政策的共占四成以上,这符合总台春晚承载主流意

<sup>①</sup> 郭镇之.从服务人民到召唤大众——透视春晚 30 年[J].现代传播(中国传媒大学学报),2012,34(10):7-12.

意识形态的功能特征。通过研究结果发现其中覆盖最广的是改革开放致富政策、普及义务教育政策、科技兴农政策、计划生育政策。

## 二 人物形象

### (一) 人物性别

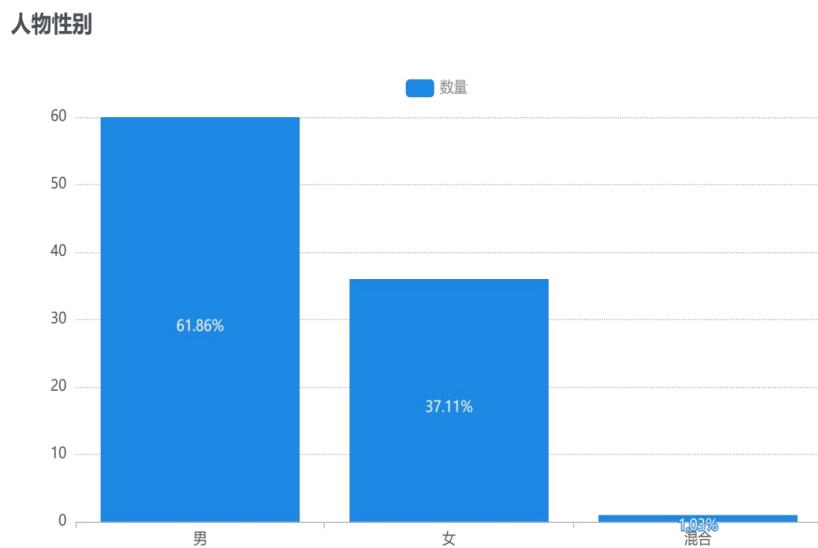


图 2.6 人物性别

被列入人物形象样本的 97 个农民形象中，男性占比 61.86%，女性占比 37.11%，男性占比相对较多，春晚更倾向于塑造男性农民角色。在混合性别中主要是考虑农民形象同质性高，因此以一个形象来分析。

### (二) 人物年龄

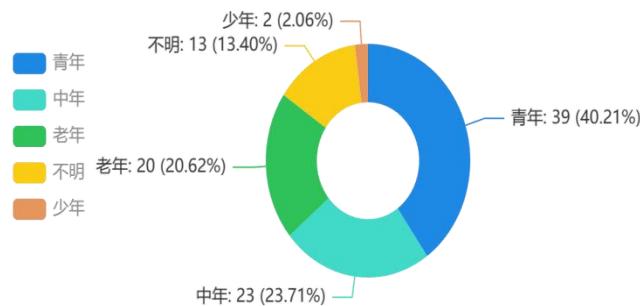


图 2.7 人物年龄

“青年”和“中老年”形象是农民角色的主要构成,这两部分的占比分别为 40.21% 和 44.33%, 总体来说央视春晚农民形象是以中老年和青年为主, 且中老年形象基于的节目议题主要为展现科技变化带来生活改善, 春晚借中老年农民群体之口述说社会新潮和祖国的日益强大, 而青年形象根植的议题种类则更加丰富, 涵盖求职、城乡关系、提高生活质量等。

### (三) 人物身份

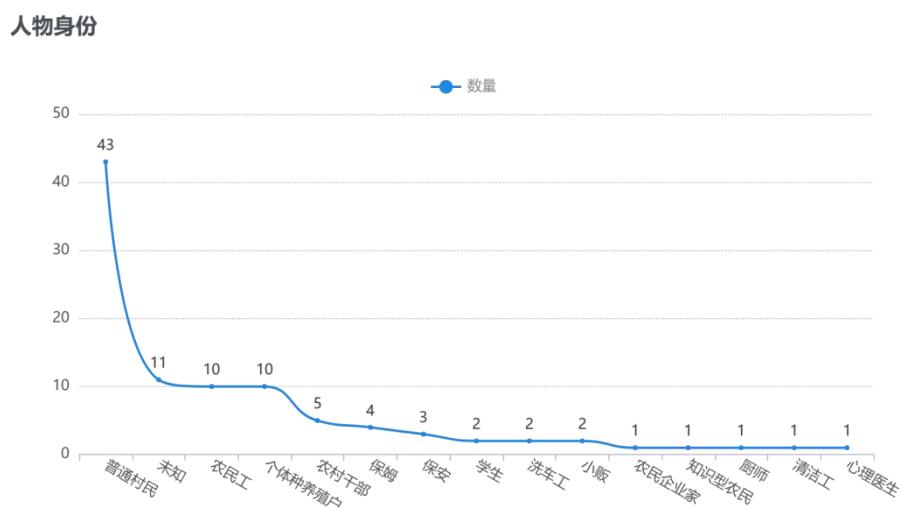


图 2.8 人物身份

人物身份反映人物的状态和社会地位, 在本研究中以职业来代替身份。分析农民形象最关键在于明确农民的社会身份。对于明确提到该人物来自乡村, 以及该人物生存的场景为农村时, 统一将人物归于村民身份。其他未明显标识场所在村里且无明显职业特征的农民形象都被归于未知身份。根据类目编码表的统计结果可看出无特定职业的普通村民数量最多, 高达 43 个。农民工和个体种养殖户数量均为 10 个, 农村干部数量为 5 个, 其他依次为保姆、保安、学生、洗车工、小贩, 出现次数最少的有农民企业家、知识型农民 (科技人才)、厨师、清洁工和心理医生。

#### (四) 外貌特征

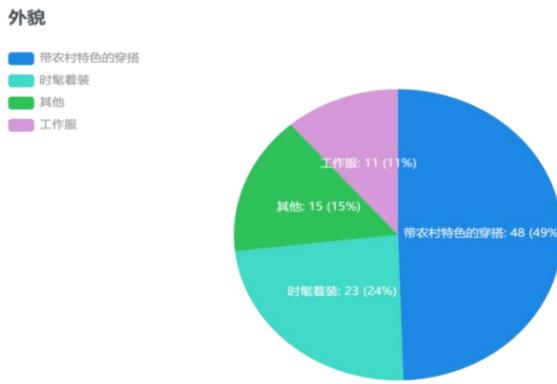


图 2.9 外貌特征

由图可知，农民角色的外貌特征普遍以带农村特色的穿搭为主，这符合农民长久以来给人们的印象。农民穿搭中以布鞋、粗布衫、袖套、花棉袄、头巾等为主要穿搭。外貌特征能大体反映农民角色的性格特点，穿着朴实无华的角色往往性格淳朴老实。在小品《懒汉相亲》中宋丹丹饰演的“魏淑芬”带着绿色头巾，扎着双麻花辫，身着红棉袄，说着一口地道方言，这样一个来自农村的老实单纯的妇女形象让人印象深刻。

外表是身份的表征，体现着个体追求身份认同的思想。穿着打扮是编剧对于农民形象的独特设计，也是观众了解农民角色的方式。在研究中发现 2011 年以前的农民穿着具有典型地域特色，2011 年之后在穿搭上则与城里人没太多差别。其次占有较高数量的角色外貌特征表现为“时髦着装”，男性以西服领带、衬衫、皮鞋和牛仔裤为主，女性以高跟鞋、裙子、丝巾、发夹、首饰为主，这也体现了农民群体渴望融入城市、追求进步的形象特点。穿着前卫的农民中既有勤劳致富的农民企业家，也有村子里的养殖大户，更有农村的农民干部，这也从服饰的角度改变观众对农民衣衫破烂、不修边幅的刻板印象。有 11 个穿着工作服的农民形象，其中包括《吉祥三保》里的保姆和保安，《公交协奏曲》和《小站故事》里的农民工，《心病》中的心理医生等。在涉农小品中，2017 年的《天山情》将具有民族特色的农民穿搭展示在春晚舞台上。值得注意的是，农民角色具有展演的“不协调”性，一方面他们渴望受到城里人的尊重，追求时尚，另一方面却由于审美的差异导致穿搭格格不入。

这体现在农民穿搭上的“混乱”——西装革履搭配球鞋、领带凌乱、身着五颜六色等等。2011年小品《新房》中“刘诚实”作为一个来到城市的农民，穿着米色西装，黄色裤子，搭配一双雨靴，使得农民审美处在一种想向城里人看齐却处处闹笑话的尴尬境地。

总体来说，农民形象的外貌特征有明显的地域特色。

### （五）性格特征

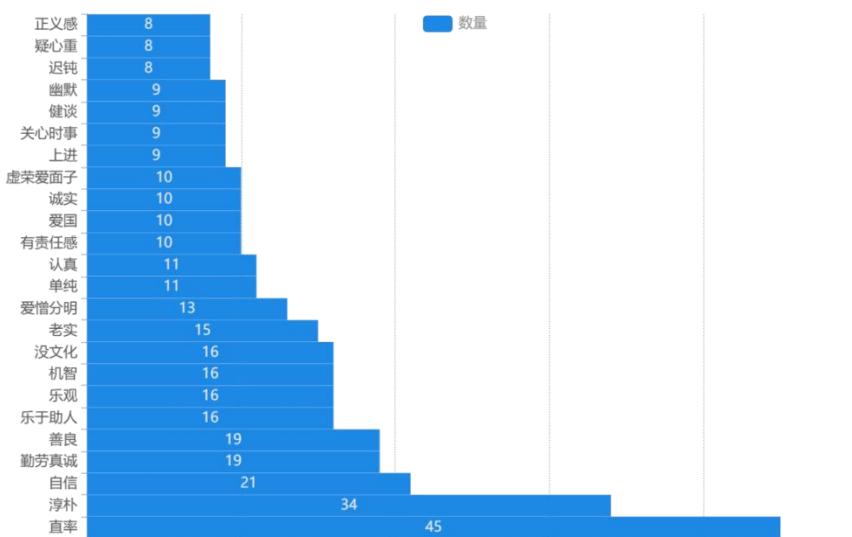


图 2.10 性格特征(a)

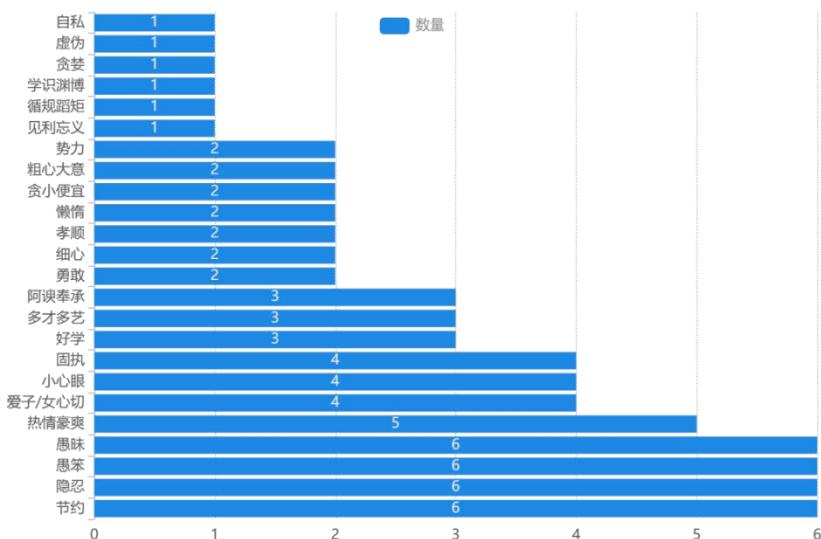


图 2.10 性格特征(b)

在分类的 51 种性格中，按照排名情况对性格编码结果进行汇总，排名前十的性

格依次为直率、淳朴、自信、勤劳、善良、乐观、机智、没文化、老实、爱憎分明，这充分说明央视春晚中塑造的农民形象多为正面积极的形象，排名后十位的性格特点依次为自私、虚伪、贪婪、学识渊博、守规矩、见利忘义、势力、粗心、贪小便宜。愚昧和愚笨性格特征共出现 12 次，集中于农村发展落后时期。这也体现出农民形象根植于特殊的时代背景，是与当时的社会发展息息相关的。

在 97 个农民形象中出现 10 个爱国形象和 9 个关心时事形象，由此可见春晚将农民作为国家议题的放大镜。在 2008 奥运会举办前后，央视春晚分别推出 2008 年小品《火炬手》，2009 年小品《黄豆黄》，都是以农民视角述说奥运，让农民积极参与到奥运中，也从侧面传达农民积极参与国家生活的状态。

本节主要对节目年份、节目名称、节目场景、节目议题、人物年龄、人物身份、人物语言、人物性别等变量进行了统计分析，统计了这些变量在 40 年里宏观的发展演变情况。通过图表展示，初步对央视春晚塑造农民形象的大致特征有了了解，接下来将通过不同类目的交叉分析对数据进一步统计。

## 第七节 各类目交叉研究

### 一 性别和身份的交叉分析

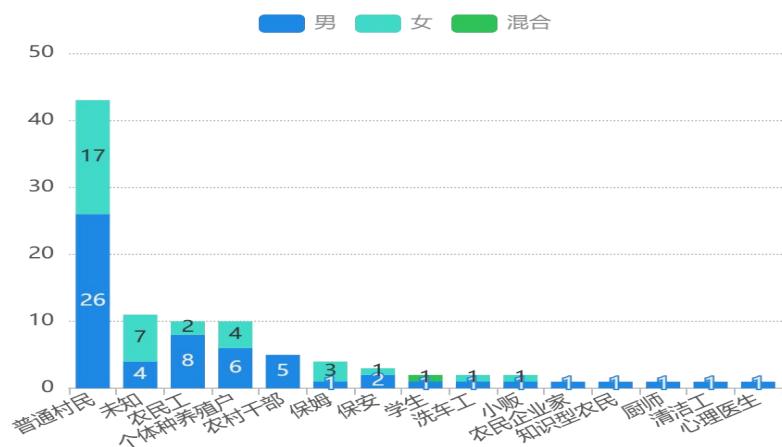


图 2.11 性别和身份的交叉分析

数据统计卡方检验 $\chi^2=61.741$ ，自由度(d.f)=28，P 值(Sig.)=0.0002<0.001，性别和身

份二者具有显著关联关系。

由前述分析结果可知，在春晚小品中农民形象塑造以男性为主，身份上以普通村民居多，男性主要分散在各个职业中且占据数量优势，其中农村干部则全部由男性担任。女性职业主要集中于农民工、保姆、种养殖户和普通村民。根据第三次全国农业普查的数据，规模农业生产经营人员中男性为 681 万人，女性为 609 万人，比例为 1.12: 1<sup>①</sup>，因此春晚小品中出现的农民角色在性别上呈现比例与现实不符的特点。根据《中国妇女报》的相关报道，妇女成员在村干部中的比例逐渐提高，平均每个村班子成员中就有一名女性成员，女性在沟通调解、关心关爱等方面有着天然的优势<sup>②</sup>，其作用不可忽视。而春晚小品中的女性农村干部的稀缺也体现媒介对事物的再现与事物本身存在差异。

## 二 外貌和语言的交叉分析



图 2.12 外貌和语言的交叉分析

从桑基图中可以直观看出外貌和语言之间具有显著关联。穿着较为时尚前沿的大部分是说普通话，而穿着具有农村特色的人物更多说方言。农民工群体是从农村流向城市的一股外来力量，在口音上更多是用方言交流，这也体现了农民工融入城

<sup>①</sup> 第三次全国农业普查主要数据公报.[https://www.stats.gov.cn/sj/tjgb/nypcgb/qgnypcgb/202302/t20230206\\_1902105.html](https://www.stats.gov.cn/sj/tjgb/nypcgb/qgnypcgb/202302/t20230206_1902105.html).

<sup>②</sup> 澎湃新闻：全国村“两委”换届完成，妇女在村班子中占 28.1%，提高 7.1 个百分点.[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_18259364](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_18259364).

市的不易以及城乡依然存在差异的特点。

### 三 语言和形象正负面的交叉分析

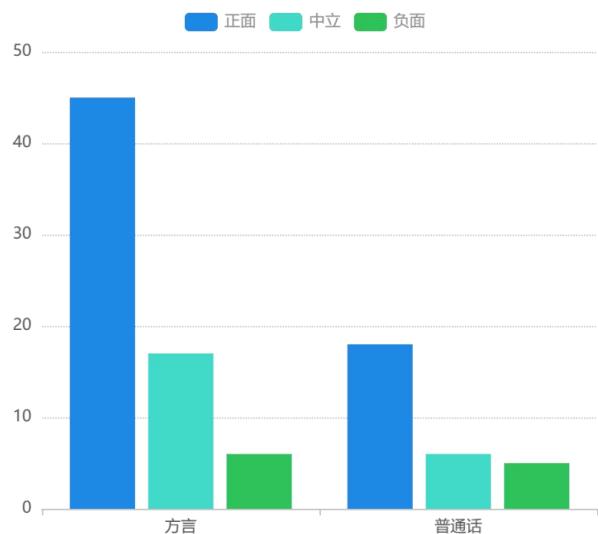


图 2.13 语言和形象正负面的交叉分析

央视春晚小品塑造的农民形象中正面和中立形象的个数远大于负面形象的个数，这说明春晚中的农民形象塑造大体上是积极正面的，虽存在一些负面建构，整体基调是和谐的。在语言为方言的农民中，正面角色出现 45 次，中立 17 次，负面 6 次。在语言为普通话的农民中，正面角色出现 18 次，中立 6 次，负面 5 次。语言为方言的正面形象出现的作品包括《乡音》、《牛大叔提干》、《打工奇遇》、《邻居》等，综合来看，塑造了勤劳、有爱心、有正义感、正直的农民形象，而《难兄难弟》、《心病》、《不差钱》则集中描绘了一批封建愚昧、虚荣、脆弱的负面农民形象。小品《桥》、《柳暗花明》、《过河》回应社会关切，塑造一批讲普通话的正面农民形象，其中大部分是小有成就的农村致富高手，他们有知识、敢上进，在城市和农村交融的大潮中书写自己的故事，与此相反的就是懒惰虚伪、爱贪小便宜的另一群人，成为经济发展大潮中的落后者。语言侧面反映了农民在城乡关系中的状态，能看出农民是融入改革进程的还是安于农村现状的。

#### 四 节目年份和节目议题的交叉分析

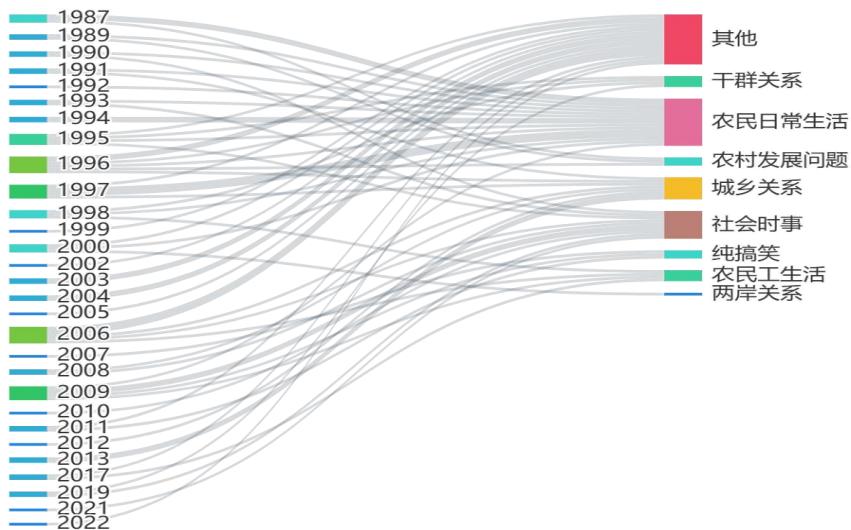


图 2.14 节目年份和议题的交叉分析

节目的议题体现节目的呈现内容和节目的最终目的，从节目议题中可以窥探农民现象在整个小品节目中的作用和功能。也即春晚为何选择农民作为议题的展演者，背后的社会原因为何？迄今为止央视春晚关于农民形象的小品中共涉及上述九类议题，从最初的 1987 年到 2000 年间展现农民日常生活、讲述农村发展问题到 1990 年之后的论述城乡关系、社会时事和展现农民工的生活转变，反映了改革开放四十年中农民所处地位和处境的变化。

在 1987 年小品《恩爱夫妻》中为我们带来“卫生模范村”因为村里建设需要投资，导致农民“老二哥”“老二嫂”被迫自导自演一出“被抢劫”的戏码，侧面反映了农村建设不规范、存在形式主义的问题。同样在 1989 年《懒汉相亲》中也反映此类问题，可以看出农村发展问题与时代紧密相关。为促进农村发展，20 世纪 50 年代就提出社会主义新农村这个词语，2005 年以来胡锦涛总书记、温家宝总理在不同场合多次提出，它是中央在已有基础上进一步解决“三农”问题的一项战略举措，是推进现代化建设的又一重大步骤<sup>①</sup>。而 90 年代随着农村人口向城市流动，农民逐渐处于城市边缘地位，社会和心理体验受到影响。流动人口的群体特性并不是凝固

<sup>①</sup> 李炳坤.扎实稳步推进社会主义新农村建设[J].中国农村经济,2005(11):4-9.

不变的而是在不断地建构、解构和重构之中。<sup>①</sup>1991年的《陌生人》中通过农村陌生人给乡下小妹带路的故事，歌颂陌生人之间的感动，也表明城乡关系的和谐。2006年小品《跟着媳妇当保姆》中通过冯巩塑造的“小心眼”“缺乏安全感”的农村人形象与朱军塑造的城里人形象之间的戏剧冲突诠释城里人对农村人的新看法，摆脱了农村人过去毫不讲理、强硬的负面形象。社会时事议题的节目年份较为分散，这与春晚选择节目的标准有关：契合当时的社会环境和社会主题。在社会时事类议题中农民大都积极主动关心国家大事，春晚借助农民的口吻输出国家日益强大、人民生活日益改善的事实，这高度符合春晚的叙事语境。

春晚对农民工的形象塑造自1998年以后逐渐丰富，农民工在舞台上被塑造成积极融入城市生活、渴望被理解、具有无私奉献精神的人群。他们拼搏孝顺，老实善良，然而农民工在现实生活中遇到的困境很少被提到，春晚对农民工形象的塑造是片面的。

## 五 人物形象与演员适配度的交叉分析

13.语言	14.人物形象的塑造是否与演员本人高度适配	数量	
		数量	占比
方言	否	48.0	49.5%
方言	是	20.0	20.6%
普通话	否	29.0	29.9%

图 2.15 人物形象和演员适配度的交叉分析

卡方值 (Value)	自由度(df)	P 值(Sig.)	显著性
9.023	1	0.0027	**

图 2.16 人物形象和演员的卡方检验结果

在春晚小品中塑造了很多经典的人物形象，这与演员本人赋予人物鲜活的特点

<sup>①</sup> 王春光.新生代农村流动人口的社会认同与城乡融合的关系[J].社会学研究,2001(03):63-76.

有关。本指标目的在于探究农民形象的塑造与演员本人的形象特质、艺术表达是否有关，也即农民形象塑造是否是在演员本人的光环下展出的佳作。最为熟知的“小品大王”赵本山就在春晚塑造了典型的东北农民角色，这些小品包括《火炬手》、《心病》、《说事儿》、《策划》、《不差钱》等，这些小品的共性即都反映了农民的闪光点，为观众带来了正面的农民形象，赵本山和宋丹丹的“白云黑土”系列以及和高秀敏、范伟的铁三角系列中塑造的农民形象基本定型为“中山装，蓝色老头帽”的幽默、正直形象，此后的赵氏小品中延续此形象。同样典型的小品演员郭达在春晚小品中最令人印象深刻的是那一口浓郁的陕西方言，郭达赋予农民形象以淳朴、见证时代发展和敢爱敢恨的特征，赵丽蓉为我们带来一个直面不公、揭露黑暗的机智老太太形象，不同的演绎方式和风格在舞台上有不同的展演反响。这些演员具有的共性是均采用方言的方式塑造农民形象，恰巧是这种演绎方式让他们塑造的农民群体拥有独特的烙印。

## 六 节目议题和节目政策相关性的卡方检验

将节目议题和节目政策做卡方分析，结果得出卡方值(Value),自由度(d.f), P 值(Sig.),显著性分别为 32.188,16,0.0095,\*\*。这表明节目议题和政策具有相关性。

节目中与政策相关的小品共有 15 个。其中政策相关性小品多是围绕农民日常生活，社会时事和农村发展问题进行展开，集中于 1987 年到 1997 年之间，涉及的国家政策有：计划生育政策、鼓励农民创业政策、改革开放出国潮政策、普及文化教育和科技兴农等政策，政策的实施是为了解决社会问题和农村发展困境，促进农民致富而制定。从这个角度来看，政策和节目议题显著相关情有可原。也符合春晚是在国家管控下的文艺节目，具有为国家服务的语境特征。

## 七 节目立场和人物形象正负面的卡方检验

节目倾向为支持的的 33 个节目中，正面形象为 27 个，负面 6 个。节目倾向为反对的节目里面，正面形象和负面、中立形象的比例达到 1: 1，而在节目为中立倾向时，中立的角色也呈现较多。节目本身的态度与节目中出现的农民形象具有很大

关联。将节目立场和人物形象正负面做卡方分析,结果得出卡方值(Value),自由度(d. f), P值(Sig. ),显著性分别为16.346,4,0.0026,\*\*。这表明节目立场和人物形象正负面具有相关性。

## 八 节目立场和节目主题的交叉分析

表 2.1 节目立场和主题统计表

节目立场	节目主题	数量
支持	弘扬传统美德	8
支持	其他	8
支持	表现农民积极生活状态	7
支持	歌颂小人物的闪光点	6
支持	歌颂科技/祖国发展	5
支持	反映农民两性关系	5
支持	赞扬农民(工)劳动者	4
支持	反映农民工诉求	4
支持	呼吁城乡互相理解	3
支持	歌颂两岸深情	2
支持	讽刺社会乱象	2
支持	揭露农民困境	2
支持	歌颂农村干部	1
反对	讽刺社会乱象	10
反对	歌颂科技/祖国发展	1
反对	歌颂小人物的闪光点	1
反对	表现农民积极生活状态	1
反对	其他	1
反对	揭露农民困境	1
中立	讽刺社会乱象	4
中立	其他	3
中立	弘扬传统美德	3

续表 2.1 节目立场和主题统计表

中立	呼吁城乡互相理解	1
中立	歌颂科技/祖国发展	1
中立	歌颂农村干部	1

将节目立场和节目主题进行交叉分析，并进行卡方检验得到卡方值(Value),自由度(d.f), P 值(Sig.),显著性分别为 43.090,24,0.0097,\*\*。两者存在显著性关系。

在支持类节目中，弘扬传统美德，歌颂农民生活状态的节目个数最多，春节联欢晚会致力于以正向的方式表达对农民的赞扬，这反映了晚会的价值观。在反对立场和中立立场的节目中，讽刺社会乱象主题位居第一，节目中分别出现 10 个和 4 个农民形象，这也表明农民处于社会环境中，选择以正义机智的方式对社会不公提出抗议。

## 第三章 央视春晚小品中的农民形象呈现

改革开放以来，人民生活发生极大改善，农民的社会地位和精神风貌发生翻天覆地的变化。回顾春晚四十年，中国农民的形象伴随着社会发展和国家的关注被越来越多的人熟知。“春晚”小品塑造了许多家喻户晓，影响力大的农民形象。由于农民形象是与社会现实挂钩的，因此农民形象整体上并非一成不变。通过对 40 届春晚小品中出现的 97 个农民形象进行分类归纳，本文可以从外在形象和内在形象两方面揭示农民形象的整体呈现，借此反映农民形象塑造与社会变迁的关系。

### 第一节 外在形象

通过对农民形象进行内容分析，发现春晚中的农民形象以男性为主（61.86%）女性为辅（37.11%）。年龄上中老年居多（23.71%），青年次之。青年形象主要侧重于城乡关系和农民工生活类议题，体现了青年农民渴望融入城市、渴望被尊重的心理。2008 年的《公交协奏曲》中王宝强饰演的农民工被冯巩饰演的城里人“请”做公交车，春晚将视角对准农民工群体，在该故事中，王宝强饰演的农民工是一个为救工友的难产老婆而献血捐钱的热心人，在沟通中，市民和农民工由存在芥蒂到彼此了解，这也成为农民工融入城市的缩影。而中老年形象出现在农民日常生活、社会时事和干群关系议题中居多，这也反映出对老年生活的关注以及农民在时代发展中的生存状态。1992 年《秧歌情》中黄宏饰演的村长和宋丹丹饰演的秧歌队队长是一对夫妻，小品通过回忆往昔反映了农民的积极状态。2009 年春晚小品《黄豆黄》中的“黄豆黄”则是一个爱国、密切关注奥运的老年人形象。接近一半的农民是以普通村民的形象出现，未说明具体职业。农民工和个体种养殖户各占总数的 10%，央视春晚小品基本符合在地农民的社会现状。从外表上来看，春晚中的农民可分为三类：

朴素穿搭类：共出现 48 处人物形象。表现为穿着粗布衫、布鞋，中山装的男农民形象，带着毛线帽、袖套、围巾和围裙、扎着麻花辫的女性农民形象。典型代表如 1987 年《恩爱夫妻》中王馥荔带着围裙、穿着布鞋，尽显农村妇女的姿态。1994

年《八哥来信》中黑妹饰演的小妹扎着麻花辫，穿着碎花衬衫，展现了极具年代感的穿搭。在朴素穿搭中有一类形象显得格格不入，虽身穿西装却不着调的搭配球鞋，这一系列着装体现了农民自身存在的尴尬境地：渴望与城里人平起平坐，自身的审美和文化却跟不上，因此往往闹出不少笑话。《恩爱夫妻》中陈裕德扮演的角色，身穿西装外套，领带耷拉着，裤脚卷起。《昨天今天明天》中赵本山扮演的角色“黑土”穿着中山装，搭配白球鞋，整体呈现“混搭”的格调。穿着具有典型地域特色的农民形象与大众对农民的想象基本重合，成为很多人的记忆。

时髦前卫类：共出现 23 次，男性穿着衬衫、西服、皮鞋、球鞋、牛仔裤，女性穿着唐装、高跟鞋，带着丝巾、发夹。农民不再是大众眼中土里土气的形象，农民在春晚舞台上开始有自己的审美和追求。《过河》中科技兴农的高峰是一个掌握专业知识的青年人，他的打扮时尚，身穿时髦外套、牛仔裤，白球鞋。充分体现了人物自信上进的精神风貌。

工作服类：共出现 11 处，此类服装主要与农民个体的职业和身份相关。制服穿搭可以丰富人物形象，让观众能一目了然地了解农民角色。《大城小爱》的高空清洁工、《装修》中的黄大锤、《过年》里的保姆等，一眼望去观众就知道人物的身份。

70%以上的农民在语言的使用上选择方言，使用最多的方言有东北话、陕西话、河南话、河北唐山话。方言能最真实最直观地展示农民日常状态，能最真实的反映农民的生活环境。春晚中的农民形象大部分来自北方，东北农民的形象出现最多。而对于其他地域的农民形象很少提到，他们的生活无法得到充分关注。

央视春晚小品塑造的农民形象从外表来说可分为以下几类：

- 1.中老年居多，穿着最朴素的特色农村穿搭，说着方言，不修边幅，大部分是务农为主；
- 2.农村青年人，穿着上开始向城里人看齐，追求时髦，掌握科技知识的新时代农民形象；
- 3.在城市打拼的农民工，穿着民工套装，说着不流利的普通话；
- 4.少数民族农民形象，穿着少数民族服饰，职业为奶牛场工人；

## 第二节 内在形象

1978年，十一届三中全会中指出要对农村进行改革。农村发生了翻天覆地的变化，农民的经济地位、职业结构、阶层结构、文化素质都有了很大的改善，中国的农民形象和身份地位发生改变，也带来了央视春晚小品中农民形象的改变。本章通过对研究结果进行分析，将春晚小品中的农民形象置于时代背景下进行角色剖析和形象归纳，将其分为以下几类。主要通过合并同类性格选项，得出春晚小品节目中出现过的所有农民形象，通过分析农民形象透视央视春晚塑造特定农民形象的原因。而农民的精神形象也并非截然独立，存在相互交叉重合的部分，特结合节目主题选取最能体现出的农民形象进行总结。

### 一 农村发展困境的亲历者

在农村改革和发展阶段，由于农村建设的滞后性，农村的发展经历了一些曲折的探索过程，农民亲身经历物质和精神方面的困境，在国家相关政策的宣传下，农民开始以一种“反抗”的方式维护自己的利益。在央视春晚小品中，对农村发展过程中农民的困惑和落后进行了展演，借助落后的农民形象完成对社会现实的直接反映，农民成为诉说和批判社会现状的中介。

#### （一）愚昧封建的落后者

在春晚出现的性格特征中，愚昧特征共出现6次，没文化的落后人物形象共出现16次，占据春晚小品农民的22%。这一部分人群是在封建社会思想浸透下的传统农民，统一归纳为愚昧的落后者，主要集中于《产房门前》、《恩爱夫妻》等节目中。封建思想是在小农经济上产生的愚昧思潮，农村经济落后，文化接收慢，一些农村传统思想“重男轻女”、“男尊女卑”深深浸透进农民的脑子。此思想来自古以来的继承制，父权制社会，王权只在男子间传承，中国古代是家国一体的结构，男子出外打仗消耗大量劳动力，男性生育能力显得极为重要。经济上的不平等造成夫妻间的不平等。在农村实行家庭联产承包责任制后，家庭劳动力成为家庭收入的主要来源，也成为男孩偏好的经济基础。80年代中期计划生育进入严格控制阶段，

如若按这一政策，农村会有约 1/4 的家庭没有男孩，为了多生瞒报溺婴的现象也是经常出现。<sup>①</sup>

1987 年央视春晚上正式出现有农民形象的作品，其中小品《恩爱夫妻》中，一对夫妻因为村里要搞文明示范村建设而不得不捐款，却因村里需要建设的项目太多，需要捐钱高达一万之多，迫不得已才自己设计绑架自己。故事中的妻子“老二嫂”十分尊重她的丈夫“老二哥”，做戏做全套，丈夫让妻子使劲砸晕自己。妻子不敢，在她心中丈夫是家中的顶梁柱，是自己的依靠。哪怕被丈夫“家暴”，也认为是因为自己赌气而没给丈夫做饭的缘故。由此可看出，“老二嫂”是典型的农村妇女，骨子里有着传统女性“三从四德”的思想。宋丹丹的小品《懒汉相亲》也印证了这种思想，节目中的农村妇女认为嫁鸡随鸡，嫁狗随狗，婚事由父母做主，子女全听父母的吩咐。孝顺是中华民族的传统美德，但孝顺不应盲目愚孝，不少农村却将这种封建糟粕奉为圭臬，体现了农村发展中消息的闭塞落后。此外，随着计划生育在全国范围内普及，央视春晚也将此类小品搬向舞台。《产房门前》和《难兄难弟》就是典型的讽刺超生、多生的艺术节目。小品《产房门前》中郭达饰演的陕西农民和杨蕾饰演的陕西孕妇来到城里准备生产，遇到了高兰村扮演的等待妻子生产的城里人，表面上城里人安慰郭达生男生女一样好，没有女性这个世界就不平衡，但是在得知自己生的是女孩时却大惊失色。郭达扮演的丈夫虽然对妻子十分疼爱，在误会妻子生了女孩后痛苦担忧家里不让她进门，好在小品最后，妻子生了一个男孩，在小品中妻子沦为了生育工具。《难兄难弟》中一对表兄弟抱着出生不久的孩子从乡下来到城市躲避检查，两个没有文化的农村兄弟也有着重男轻女的观念，认为不生儿子对不起祖宗，宁愿冒着遣送回乡罚款的危险也要超生，反映出极端的愚昧思想。央视春晚是政府的喉舌，往往选择的是一年中最具代表性和影响力的事件来直面社会问题，春晚对农民形象的塑造切实符合春晚语境需要，也与当时的社会现状紧密相连，春晚通过塑造农民形象直击社会建设中的痛点和堵点。

在上述节目中，农民均以愚昧无知、封建没文化形象出现，体现了建国初期的农村建设落后以及农民传统思想根深蒂固的状态，农民在舞台上成为被娱乐讽刺

---

<sup>①</sup> 解振明.人们为什么重男轻女?——来自苏南皖北农村的报告[J].人口与经济,1998(04):56-61.

的对象。农民的生存困境亟需改善。这种反面形象实际上是春晚试图完成对观众的教化作用，通过塑造落后的农民形象抵制不良风气，也给农村未来发展带来反面警醒。

## （二）虚荣固执的贪婪者

消费主义是 20 世纪出现在西方的一种消费理念，主张消费至上，坚持商品是发展的动力，这种观念在大众中十分盛行。波德里亚认为，消费商品，不仅是其功能性价值和流行风格，更是社会地位、声誉和欲望的象征。<sup>①</sup>消费是一种机制，建构自我身份，营造社会认同，展现社会结构。在生产生活中，财富是由所有人共同创造的，但是在共享财富时，极少数人能享受到财富自由。物质流向了极少数人。消费主义造成了经济社会的不平等，城市和农村在消费时存在差异性。人们在消费时往往是消费商品所带来的意义和精神满足感。

虚荣固执类农民形象共有 15 个，占春晚农民的 15.5%。这类农民形象主要集中于 21 世纪初，人物形象既包括普通村民，也包括农村干部。经济的快速发展带来功利主义和消费主义的盛行，《说事儿》中宋丹丹塑造的“白云”大妈形象深入人心，角色刻画一步步递进。自称穿着四万的貂绒大衣，被黑土爆料四十天租的，出版《月子》书籍时自称“那场面是相当大呀，锣鼓喧天、鞭炮齐鸣、红旗招展、人山人海呀”，与黑土的“一听说白送的书都去取书去了，回去全糊墙了。”形成鲜明对比。作为一个农村大妈，白云是十分爱面子的，正因为缺少外界的关注，渴望受到尊重，才采用包装自己的方式希望一炮而红。正是对名誉的追求让这个形象走向极端。白云黑土系列中出现的农民形象极端讽刺了社会追名逐利的狂热现象。从某种程度来说，以农民的角度揭示消费主义是如何放大的欲望和虚荣更具有反讽意味。在 2004 年小品《都市外乡人》中巩汉林扮演的职员高大宽因为不自信，让自己的母亲假装南洋人应付自己的上司女朋友慧芬，因为害怕被城里人嘲笑，也因为找工作的艰难不得不将自己包装成一个虚假的城里人。这是农村人不自信、害怕被城市歧视的不良心态的体现。小品呼吁农村人要自信的奋斗，“往上数三代，谁家不是农村人”“城市不相信眼泪”引起很多人的感同身受。除了农民群体，农民干部

---

<sup>①</sup> 林升梁.消费社会的身份认同与价值重建[J].新闻大学,2013(01):106-112.

在春晚中也偶尔出现消极形象。2019年《演戏给你看》中村主任（句号饰）为了应付领导高潮的检查，让孙二愣子演戏吹捧糊弄领导，作为基层主任不给老百姓办低保，卡着老百姓的危房改造款。小品揭露了部分基层干部的作风问题，也体现了我国全面从严治党的决心。利益是促使人们结成政治关系并开展政治活动的深层动因，少数农村干部却对农民需求视而不见，直接侵害农民利益。可见农村干部纪律存在淡薄，农村队伍存在参差不齐的情况。<sup>①</sup>

农民群体自古以来被认为是善良敦厚的存在，却在央视春晚中作为虚荣、贪婪的逐利者角色出现，不仅仅是对农民形象的负面构建，更是央视春晚借助农民形象直击社会痛点、抨击社会乱象的利刃所在。

### （三）愚笨迟钝的“低知”者

新中国成立以来，农村教育十分落后。农民的文化水平偏低，农民大多不识字也不懂如何融入社会大潮。文化落后带来了生活中的认知困境和对新生事物的迷茫不理解。

央视春晚共97个农民角色中，没文化的农民形象共有16个。愚笨和迟钝的农民形象共出现14次，占农民形象的14.4%，愚笨与迟钝来源于农民缺乏文化，缺少教育。这是农村普遍存在的“低知”困境。在小品《八哥来信》中王馥荔、戚慧等人通过一封书信意识到了文化的重要性，因为不识字，加上教师善意的谎言，妹妹误将诀别信当成情书，深感欺骗，决定要好好学习文化。节目中姐妹俩都属于不识字的文盲形象。文化认知的不足不仅体现在识字与否，更体现在眼界和认知上的贫困。1994年郭达和蔡明的小品《越洋电话》主要表达了一对夫妻与远在美国的儿子打国际长途电话的故事。郭达扮演的父亲是村里公司的股东，面对时新的BB机，收到短信时嘴上说着谢谢，以为这样对面的人就可以听到。他不了解电话的使用说明；蔡明饰演的母亲是一个传统的农村妇女形象，在她看来美国起码比郑州山东远，当郭达表示美国在地球的另一面时，她惊讶的表示“可怜我儿头朝下洗盘子咧”。如此种种都表现了农民角色的文化不足。认知困境在小品节目中常用来制造喜剧冲突，2011年赵家班小品《同桌的你》讲述了因为不识字闹出一连串笑话的故事，大成子

---

<sup>①</sup> 周师.精准扶贫中农村基层干部的“微腐败”及其治理路径[J].理论导刊,2018(01):54-58.

探望小学同桌桂琴给她送信，却因为文化低写出的信闹出种种误会，其中“字不会写，画个圈”“情窦初开的窦是土豆的豆”等都侧面反映农民文化程度不高的问题。赵氏小品充斥着大众文化，小品塑造的农民大都是最原始的、淳朴的甚至有点落后的形象，通过运用农民自身的话语特色完成对其他团体的直讽。《牛大叔提干》中牛大叔去找马经理给村里小学修窗户，由于与马经理长得相像，被胡秘书要求装作马经理陪酒的故事。该小品中的牛大叔是一个淳朴憨厚的典型农村人形象，在念稿发言时坦率地说“我不认字”“这是人才呀，扯淡扯淡是不是搁这来的”。牛大叔作为农村代表，在文化方面有所欠缺，但是他为了村里的孩子们来找过乡长三次，而胡秘书等人表面文质彬彬，实则腐败至极，通过农民的话语幽默完成对官员的批判，明确表明立场。但这种农民形象却留存在受众的脑海里，加深了农村的落后与农民的粗俗形象。春晚再现的农民形象背后是现实中农民和城里人精神上的不平等。

与城里人相比，农民的文化无疑是落后的，城市和农村的差距被提及，但农民本身的落后却并未成为央视春晚叙述的重点，小品塑造农民形象是为了突出节目本身的主题，节目忽视了农民群体的真正需要，农民的精神形象被固化。

## 二 乡土中国里的传统农民

中国传统农村社会是乡土性的，农民流动性很小，很少外出，农民主于斯、长于斯，处在熟人社会中。农民是在家庭关系和宗族关系中发展起来的。在春晚小品中，农民处在显性的和谐状态之中，他们表现出农民朴实、善良的一面。

### （一）淳朴直率的在地者

春晚小品约 1/3 的农民是以淳朴的形象出现，淳朴直率成为春晚舞台上占据第一位的农民特征。说方言的在地者形象出现 68 次，农村环境简单，农民彼此互相信赖，这一类别符合对于农民形象的正向想象。1991 年的《陌生人》中一位农村小妹去城里寻找她的姑姑，在路上遇到了一个城里人，这则小品坦露出农民对城里人的怀疑和不信任，本意是好意，却因为彼此的陌生而警惕。农村小妹是初来乍到的外乡人，一心只记得奶奶说城里啥人都有，城市非常危险。农村小妹善良单纯。1996 年的《三鞭子》作为官民系列小品，以误会开头，老农误认为办实事的好县长是贪官，农民

在节目中敢怒敢言，“就你这腐败肚子，光吃不拿就挺好的了”。与现实生活中的农民大叔形象一致。小品借农民之口表述现实农民的不满，农民豪放的性格和直率的本性是长期呆在农村形成的典型在地者特征。《找焦点》中杨蕾和黄宏笑侃祖国发展，议论国家大事，体现了农民大方直率的性格。“日本首相轮流坐庄，美国白宫三次开枪”“木星和彗星相撞楞说是牛郎织女接吻了”。农民在表达时常常语言幽默，话语犀利，这也是央视春晚赋予他们的功能，作为最能直观体会到社会发展的群体，他们的表达更加强化了观众的印象。农耕社会中农民彼此扶持，农民诚实守信。《新房》中刘威是一个养猪大户，儿子假借哥们的新房作为自己新买的房子，以此获得丈母娘对婚事的同意。在丈母娘一次次的夸赞和鼓励中，刘威直接坦白房子不是买的，做人就是要诚实。作品直击年轻男女买房难问题。成功塑造了一个敢于说实话的朴实的农民形象。农民处于社会现实问题中，依然能保持那份真实和质朴，反映出农民的宝贵品质。

可以说，春晚小品对农民形象的塑造绝大多数是建立在农村传统的农民形象之上，是农村乡土气质与中国传统美德的结合，农民用自己独特的幽默方式吐槽社会不公，坚定自身立场，为农民正名。

## （二）自信健谈的乐观者

在传统认知中，农民一直是木讷、古板的悲观主义形象。但春晚为观众塑造了一个又一个自信健谈的农民角色，成为节目中积极向上、传递能量的经典。在前述性格特征中，自信的农民形象共出现 21 次，农民在舞台上敢于开口，且擅于通过幽默的方式述说身边大事小事，因此将自信、健谈与幽默归类得出此种形象。1992 年的《秧歌情》在叙说农民晚年生活时塑造两个自信开朗的老大爷、老太太形象，一对农村老年夫妇通过喇叭相识，晚年在秧歌队中欢度晚年。节目中的农村夫妇明事理有思想，“要说人穿上衣服能分出个三六九等，到课堂一脱全都一个模样”“人家国家主席都能和群众打成一片，凭啥你不行”，且对自己年轻时的表现很满意，即便晚年身体老了跟不上舞蹈队节奏了，还是非常愿意接受自己的不足，面对相貌的衰老，不愿化妆，直面现实，“假的就是假的，还是真的好啊”，小品中的农民乐天知命，接受自然规律，同时对自身的表现持肯定态度。

1997 年的《红高粱模特队》在表达农民生活条件和精神进步之余，将农民的健谈乐观展现的淋漓尽致。“正愁没人教，天上掉下个粘豆包”“他说咋着就咋着，最短时间内榨干他身上的艺术细胞”，赵本山此次的风格基调昂扬向上，塑造了一群伟大的农民劳动者形象。“穿的是地，披的是天，千百年创业艰辛，换来这春满家园。”模特队的赵队长在与城里专业教练的交流中，不卑不亢，自信地说出自己的想法，敢于坚守自己的选择。农民对自己的身份是充满自豪的，这让观众感受到农民也可以是自信有想法的。

2012 年的《面试》小品中，郭冬临扮演的打工者郝德寿到超市应聘搬运工，却因为着装与被抓的小偷类似而被店长误会，家里穷又没有文凭，即便被冤枉，也表现出了善良与隐忍。在他眼中三百六十行，行行出状元，凭自己的劳动赚钱是十分自豪的。被问到求职经历时，自信表达：“不能说是积累了很多经验，但也是身经百战呢。”郭冬临的求职者形象让在外奔波的年轻人有极大共鸣。小品中的人物对于自身经验的自信和对于未来发展的向往，其实也是现实中农民求职者的缩影。

农民生活在外者看来是贫穷没前途的，可是节目中的农民从青年到老年都充满着激情与自信，有着对已有生活的知足和对未来生活的追求。这是新世纪的农民在不断发展自己、改变自己的见证。可见春晚切实反映农民心理状态与诉求。

### （三）传统美德的弘扬者

央视春晚语言类节目在特定的政治社会背景下表达节日的喜庆，承载着重要的文化使命，承担社会价值观的传递职责。作为中华传统文化的组成部分，历届节目中都包含对中华传统美德的弘扬。在编码结果中，传统美德主要分为以下几类：正义、诚实、爱国、有责任感、乐于助人和勤俭节约。其中乐于助人类形象高达 35 个，皆展示了中华民族传统美德。

在这些节目中，既有弘扬陌生人或邻里之间互帮互助美德的《一个钱包》、《都是亲人》、《小站故事》、《桥》等；也有呈现感人亲情的家庭关系类：《父亲》、《黄土坡》、《跟着媳妇当保姆》、《回家》等；更有推崇优良品德的节目《开往春天的幸福》。

2003 年的《都是亲人》中好心打工妹收留糊涂老大爷，面对陌生人她伸出援助

之手。打工小妹说的“谁家都有老人，谁都有老的时候”体现出她乐于助人的心理。农村人在外打拼不易，在看到走失老大爷时却还是选择带他去饭馆，切实表现了农民的闪光点。《小站故事》中东北民工在路遇家乡发生地震的台湾同胞时，毅然选择捐助3000元，农民工在节目中是一个关心时事、善良真诚的形象，小品反映了海峡两岸同胞的鱼水深情。春晚作为团聚的节日仪式，对于家庭成员之间的情感刻画必不可少。在《父亲》中女儿海伦是一个备受瞩目的大明星，对外界宣称自己父亲是一名作家，然而当农民父亲出现时为了保住孩子的事业选择不认孩子，出于爱子心切父亲选择隐忍，这是很多父母的写照。小品塑造的为孩子不顾一切的农民父亲形象深入人心，事后女儿体会到父亲的伟大，对自己的行为很是后悔。郭达在春晚中经常以农民父亲的形象出现，《黄土坡》是在改革开放出国潮的背景下发生的，孩子的外国女友来到家中，黄金发（郭达饰）对自己的儿媳妇十分热情，面对儿媳妇带来的礼物虽然觉得不太合适但还是收下了“毕竟是孩子的一份心意嘛”。除了父母对孩子的关爱，春晚还将镜头对准农民孩子的感恩与孝顺。1998年的小品《回家》中宋丹丹一心想着给父亲买年货，给父亲磕头。父亲在她心中是极为伟大、值得尊敬的。《跟着媳妇当保姆》里儿媳妇为了给婆婆治病选择背井离乡来城里当保姆，受到城里人的尊敬。百善孝为先，一个个孝顺父母的形象出现在节目里，也是对主流价值观的传承与传统美德的发扬。

经过40年的不断摸索与创新，春晚的演绎模式越来越专业成熟。衍生出一套符合春晚语境和节日气氛的鲜明叙述结构，发展出符合时代潮流的思想内容。农民在种种事件中充当亲身经历者，节目传递传统文化、引起社会共鸣、叙说家长里短、饱含城乡交融。农民形象在内是孝顺父母、团结兄弟的顶梁柱，在外是乐于助人、和谐社会的守护者。主流媒体在传播媒介形象时首选正面农民形象进行传播，小人物的生活更贴近观众现实，也易引起共鸣。

### 三 改革大潮中的引路人

改革开放以来，农民通过自己的能力走上了致富之路，通过将先进技术与农业实践结合，成为农村农业建设中的领头羊。农村土地的流失使得农民的生存不易，

为了缓解经济压力，大批农民工进城打工，农民工在城市中面临着困惑，却也在岗位上坚守初心。农民在春晚节目中一直是以关心国家大事的形象出现，他们主动议论国内外大事，具有深深的民族自豪感。

### （一）勤劳上进的致富者

在春晚涉农小品中，36.4%的场景发生在农村。1986年关于农村工作的部署中提到我国在实行家庭联产承包责任制后，为了让农村经济再上台阶，农村工作总要求是：深入改革，改善农业生产条件。其中包括依靠科学，保持农业稳定增长，依靠农民自身积累资金，深入进行农村经济改革，走向共同富裕。<sup>①</sup>由此，春晚中出现许多农民致富者形象，占农民形象的29.4%，其中既有知识型农民，也有辛勤劳动的农民工和服务者，集中出现于1987年至2000年之间，在节目中农民均以自信昂扬的态度为自身创造美好生活，共同致富。

1986年六届人大四次会议通过国民经济和社会发展第七个五年计划，其中关于农村的发展政策提到本着谁投资谁受益的原则，提倡农民自己兴办乡镇企业，发展商品经济。大力推广农业科学技术<sup>②</sup>。春晚1991年的小品《乡音》中就出现农民企业家形象，这也是央视春晚及时回应社会主题的选择。

1997年的《柳暗花明》讲述了改革开放后产粮大户高胖胖和养牛大王魏亮亮相亲的故事，高秀敏所塑造的女性农民个性鲜明，血肉丰满，爽朗的笑声成为她在春晚上的标志性符号。该形象虽是农村妇女，但见识和眼光却不短浅，“无知就是愚昧，愚昧必然无知”，高胖胖用自己的努力过上了幸福的生活，她种了20公顷水田，全方位机械化喷洒。这展现了科技给农业带来的便利。魏积安饰演的养牛大王共养800多头牛，采用“手机放牛”的方式，虽然文化程度不高，但是勤奋自学，创作论文，对生活的认知也有自己的理解。他认为生活没过好，关键是缺乏知识，要致富不能等，天上不会掉馅饼。春晚中的农民主动致富，积极参与农村建设，在小品中创作者为我们带来两个典型的农村个体致富者形象，表明知识上的贫乏没有限制农村发展的脚步，反而让养殖户更加重视知识的重要性。也为广大农村劳动者树立榜样。

---

<sup>①</sup> 中国农村网：1986年中央一号文件.[https://gdxk.southcn.com/cz/dsj/content/post\\_549699.html](https://gdxk.southcn.com/cz/dsj/content/post_549699.html)

<sup>②</sup> 1985年：中央国务院制定第4个涉农一号文件.[http://www.moa.gov.cn/ztzl/xzgnylsn/gd/200909/t20090918\\_1353794.html](http://www.moa.gov.cn/ztzl/xzgnylsn/gd/200909/t20090918_1353794.html).

《过河》是由潘长江、阎淑萍在 1996 年央视春晚上展演的小品，该小品以科技兴农为主题，讲述了学识渊博的高水平知识分子高峰在下乡传播文化时遇上自己的崇拜者的故事。高峰是农科站工作人员，整日风里来雨里去，运用自己掌握的科技知识帮助村里振兴农业，成为乡村致富的领头羊。高峰是当时农村科技致富的典型案例。他善于钻研、不怕吃苦，成为村里人人尊敬的“偶像”。小品《桥》中也呈现了科技下乡的青年与农村养殖企业家的形象。90 年代的春晚扎堆出现农民创业致富的形象，农民掌握专业知识，主动改善生活，节目还将致富形象与演员本人特色结合，传播出个性鲜明的农民形象。90 年代以后，春晚将话语权交给城乡关系中的农民工个体，极少出现农民就地创业的形象，直到 2022 年的小品《发红包》中再次出现返乡建立养鸡场的大学生形象。

春晚迎合时代需要，在语言类节目中塑造成功致富的典型人物，包括家庭联产承包责任制下承包土地的劳动者、农村个体养殖的先进者、经营企业的农民企业家、返乡创业的科技工作者等。通过这些个性鲜明、勇于争取的劳动人民致敬农村发展过程中的引路人，也对广大农民起到鼓舞与借鉴作用。

## （二）正直负责的坚守者

春晚中的农民形象在职业上主要有村民、服务者、知识型农民、养殖户和干部类。农村干部在春晚舞台上仅出现 5 次，但是都个性鲜明。农村干部带领着农村产业的发展，在这个程度上，农村在发展过程中的进步离不开认真负责的农村好干部。农民与干部之间的联系是最紧密的，农村的工作大到政策实施，小到村民生活，都属于村干部的分内之事。村干部的能力和品格显得格外重要。范伟在《拜年》中为观众带来了一个乡长形象，他正直、明辨是非，小舅子仗着关系想承包村里的鱼塘，让原本鱼塘的承包者赵老蔫倒下了。范乡长明确表示小舅子绝不是包鱼塘的那块料，将鱼塘的承包权继续交给原来的承包户。该作品将一个为农民考虑、不走后门的正直干部形象描写的入木三分，以往抨击不正之风时将干部置于被批判的地位，而这次直接正面刻画乡长的刚正不阿，得到社会主流意识的认可，也为农村干部正名。

经济改革以来，城乡差距扩大。以农村劳动力向城市流动为特征的迁移现象形

成高潮，被称为“民工潮”<sup>①</sup>。在此背景下，春晚小品中出现很多进城农民的身影。《打工奇遇》中赵丽蓉以一个农村八代贫农的视角揭露城市酒楼的黑心经营，漫天要价。老太太来城里打工，却被包装成“慈禧太后”陪客人吃饭，在明白酒楼的黑心经营后，机智的通过报菜价的方式将真相告诉物价局。赵丽蓉塑造的进城女农民在面对欺骗顾客、牟取暴利的酒店经理时并没有选择与之同流合污，而是坚守自己的底线。她是朴实的农民，老实善良，敢于和不公平现象反抗。小品具有深远的现实意义，对假冒伪劣、欺骗消费者的行为进行严厉批判。进城农民由于身份上的弱势在城乡关系中常处于被歧视的地位。2004年的《兄弟》中黄宏扮演的乡下人在城里捡到了钱包交给失主，老太太误以为他和自己的孩子报错了，硬拉着去做DNA检测却被城里孩子不待见。黄宏塑造的农民形象是一个拾金不昧的农村人，平时生活很节俭，面对不义之财坚决不拿，最终也赢得了城里人的尊重。在不平等的城乡关系里，农民被置于低微的地位，在城市中生存艰难。春晚在作品中表现了这一点后，将重点集中于农民的个人品德，以积极的方式让城乡关系在舞台上表现和谐的一面。

农村土地流失、耕地减少，农村劳动力流向城镇后，由于城乡二元体制和户籍制度的限制，出现了中国特殊的群体“农民工”。2012年全国农民工总量达到26261万人，从性别来看，男性农民工占66.4%，农民工以青壮年为主，在权益保障方面，拖欠工资情况继续改善。<sup>②</sup>2013年孙涛的小品《你摊上事儿了》就紧跟时事，创作出一个以农民工为主角的节目。该节目包罗双户籍、拖欠民工工资等问题。节目一开头“生在小山村，城市来打拼。身穿保安服，把门献青春”明确表示主人公的保安身份，在公司职员没带牌儿的情况下一视同仁，禁止进入公司。即便遇到领导赵总时也不卑不亢，遇到要钱的农民工时将自己的工作牌给她，在误会赵总拖欠农民工工资时义愤填膺，指责赵总。小品将一个正义的农民工形象刻画得令人印象深刻。农民工群体在城市打拼不易，小品也表现出对农民工群体的理解与尊重。

不论是为老百姓考虑的农村好干部，进城打工的农民，还是在城镇化背景下出现的农民工群体，个性上职业群体身份多样化，在共性上选择坚守自己的原则，在

<sup>①</sup> 蔡昉.人口迁移和流动的成因、趋势与政策[J].中国人口科学,1995(06):8-16.

<sup>②</sup> 国家统计局发布2012年全国农民工监测调查报

告. [http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203\\_1898305.html](http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1898305.html).

春晚舞台上都带来了负责、正直的形象。这也是春晚紧跟社会发展的综合结果。

### （三）热于政事的爱国者

改革开放让农村现代化进程不断加快，农民的物质生活和精神生活迈上新的台阶。农民切身体会到现代变革给自己的生活带来的便利。国家综合实力的提高让社会群体感到浓浓的自豪感。一个国家越强大，这个国家的人民越自信，也越能积极参与国家的经济社会发展。在春晚 97 个人物形象里，爱国的农民形象占 10 个，关心时事的占 9 个，共占样本的 19.5%，在春晚历年小品主题中，借助农民之口歌颂祖国发展的共 7 个，歌颂两岸深情的 2 个，通过歌颂祖国科技发展、农民生活日益改善，农民群体成为国家进步的绝佳发声口，爱国成为农民最显著的特征。

1996 年中共中央国务院在北京召开扶贫开发工作会议，江泽民书记指出到本世纪末基本解决我国农村贫困人口温饱问题，这是国家战略目标，绝不能动摇<sup>①</sup>。1997 年《戏里戏外》中厨师牛二和于主任的对话“咱们山区穷，附近几个村的干部带领村民养鱼、种果树，全都富了，可咱们村还在吃国家的救济粮”以及“不能指着贫困吃一辈子”都是农民的真实想法，他们对外界的发展并非充耳不闻，而是积极争取、希望通过自己的努力减轻国家负担，让村子早日脱贫。

除了对自身发展的关注，春晚中的农民群体更是对国家大事了解甚多。2002 年小品《花盆儿》就以两个卖花盆的农民为叙事载体，从中渗透国家意识。黄宏和张凯丽的农民角色一出场就吆喝着“今年国家喜事多，申奥成功了。花盆卖疯了，足球踢赢了，花盆走红了”，“APEC 会在上海召开了，鲜花摆成一大街了”。正与以下事件相关：2001 年 7 月 13 日宣布 2008 年奥运会申奥成功；2001 年 10 月 7 日，中国男足在世界杯外围赛中，第一次打进世界杯决赛；同年我国承办 APEC 峰会，把中国对外经济合作推上更高的水平。节目中人物话语有意识地将农民身份和国家大事联系起来，农民不是背朝黄土面朝天啥也不懂的“老古董”，他们是具有新闻意识，对国家发展时刻关注的爱国者。

奥运会是提升国家形象的关键赛事。小品《火炬手》、《黄豆黄》中都以奥运会为叙事主题，恰逢春节这个大团圆的节日，让全体中华儿女感受到国家的强大。

---

<sup>①</sup> 求是网：<http://www.ahlads.gov.cn/content/detail/5faca17627b573e2e3420556.html>

《火炬手》讲述了黑土、白云一对夫妇为了评上 2008 年奥运会火炬手而斗智斗勇的故事，节目中的农民从关注国家大事到深入参与其中，成为奥运会中的一环。对于祖国的强大，他们有着超乎常人的心态，这其实也是广大中华儿女爱国之情的强烈映射。《黄豆黄》中农民不再是火炬手，而是现场观看奥运会的观众，节目更加贴近农民群众生活，使作品有了特殊的时代内涵。黄豆黄在节目最后看到五星红旗时激动的流眼泪，也是千万农民群体浓浓爱国精神的体现。

### 第三节 农民形象整体变迁

#### 一 场景逐渐城市化

在春晚小品中，农民形象一半以上出现在城市场景。1987 年春晚舞台上正式出现标准的农民个体，他们生活在农村场景，叙说家长里短。1991 年之后农村人开始脱离农村场景，开始向城市涌入。小品中既有主动参与城市生活，揭示社会变化的农村观看者，也有在城市中不断摸索，与城里人的关系从不和谐到互相理解的实践者形象。这背后都体现改革开放之后农民期盼走向城市，渴望融入城市的一种心理。

1999 年央视春晚首次出现以农民上节目为主题的作品《昨天今天明天》，也是赵氏农民形象走向巅峰的代表作。小品中的白云与黑土处在改革开放背景下，大肆谈论国际发展，他们不再局限于农村田间地头，更加关注国家时事。2000 年之后春晚中不断出现新型农民形象，他们不再局限于农村空间，转为向城市迁移，以城乡关系为议题的居多，农民处在城市背景下，积极融入城市生活。在农民工进城的时代背景下，主动反映农民工的意愿和诉求，同时将农民工与城里人表达成相辅相成的状态。农民工是城市建设中的劳作者，经常出现在城市场景中。这也与我国经济发展对农民的需求高度相关。农民积极参与社会建设，投入城市进程。自春晚出现农民工形象后，农民的场景就从农村正式迁移至城市。春晚舞台上开始将农民形象同化，农民形象越来越失去自身农民的特征，更多的出现在城市街区。

2012 年全国流动人口达到 2.3 亿，农村人口进入城市成为大趋势，央视春晚紧跟时事，着重展现农民在城市的生活景象，节目场景不再成为辨认农民的关键，农民重点出现在城市，反映城市问题和社会乱象。可以说，农民形象的出现场景已经

发生阶段性变化，实现了从以农村为主到开始迈向城市、最终完全覆盖至城市的转变。

## 二 形象变迁复杂化

总的来说，农民群体经历了从以往的落后形象，到传统中国美德的携带者，再到改革开放大潮中抓住机遇主动致富、国家强大进程中参与国家政事的新时代形象的演变，他们的类型特征从单一化转变为丰富多元化，从普通村民到拥有各种职业的新时代农民，从中老年为主转为偏向年轻人。

春晚刚出现小品形式时，农民还未出现在小品中。直到1987年，春晚舞台小品节目首次出现农村生活中的农民形象，既有勤俭持家却又带点封建懦弱特点的“老二嫂”，也有愚昧带点小聪明逃避检查的外来人。这个时期主要是农民形象塑造的尝试，将农民作为节目中一个制造笑点和讽刺社会的中介。在农村发展中展示农民个体生活，农民形象呈现出偏负面的愚昧形象。

到了90年代，农村建设大力进行，农民群体拥有自己的事业和特性，春晚致力于发掘农民自身的闪光点，弘扬农民的美好品德，尝试从农民的角度讲好故事。这其中既有为陌生人提供帮助的本地村民，亦有孝顺父母、注重自身能力提升、秉持正义等美德的多样形象。小品借助城乡关系议题塑造出了一系列正直善良和自信乐观的农民形象。

借着改革开放的风，农民生活极大改善，农民的话题中也随之开始夹杂国家话语。在农民积极向上的状态下，春晚小品开始让农民在国家语境中展现自己，一些拥有新思想、新观念的形象逐渐在观众面前出现。小品中的农民逐渐成为国家政策的传达者，爱国的农民形象占据主要地位。村民关注脱贫工作，凭借双手勤劳致富，农民主动关注国家大事和政策。国家这个概念越来越清晰化，农民群体自身对祖国繁荣表现出浓浓的自豪感。小品中的农民形象年龄的范围跨度更大，小品节目主题更丰富，除宣扬积极的一面，还主动关注农民的各种难点堵点。在国家发展的前提下，春晚小品中外出打工的农民形象塑造逐渐丰富，这些形象主要表现了他们对城市生活向往，以及敢于对社会事件给出自己的想法。当然，他们的心理变化也展现

出来，一方面有着强烈的奋斗精神，却在某些时候因为自尊会掩饰自己。央视春晚还主动将小品镜头对准农民工子女，以孩子的视角反映在外务工农民的不易，呼吁社会给予他们多一点理解。在时代的背景下，小品节目创作依赖于环境，农民也被期待是主动学习技能、主动关心时事的，由此在舞台上的农民摆脱了消极的一面，主动融入社会大潮。春晚默认了农民的积极成长、爱岗敬业的形象。

近年来，春晚舞台上不再刻意刻画农民身份，农民与其他身份的人一样都是时代发展中的参与者，社会需要反映什么，农民就可以展现什么。因此，外貌形象不再是区分农民与否的标志，农民表意身份被淡化。2013年之后，春晚中的农民在外在形象上近乎城里人，口音方面也趋向普通话靠近，就连职业也大多是在城里工作，标准的农民形象在春晚舞台上淡化，甚至几近消失。

但农民形象并不是单一的，每个时代不只具有某一种形象，农民形象是具有多面性的，是复杂的，在同一个阶段可能同时存在多种特征，且同一个农民也是多种形象交织的复杂体。因此形象变迁并不完全遵循时间顺序，只是按照每个时期出现次数较多以及重点突出的形象作为研究，现实的复杂性也决定了形象是正负交织的，这往往成为戏剧冲突的关键。从节目主题来看最突出的性格特征则是春晚舞台赋予他们的形象。其中包括政策的宣传者，国家价值的弘扬者。在农村发展中的负面形象中，尽管农民愚昧封建，但是单纯质朴，农民形象可能是虚荣的，但也从侧面反映出农村生活的不容易，突出积极生活的农民形象，这恰恰也是现实的写照。例如在《拜年》里赵本山饰演的承包户看见农村干部降职就一副天不怕地不怕的样子，一个欺软怕硬的农民形象立刻展现出来，而这背后却是他误解承包“黑幕”所导致的，本质来说他是渴望公平正义的村民，前后对比，正负交织，让形象更立体真实。同样在2011年的《同桌的你》中男主角有极强的疑心病，但还是决定捐助孤儿，抚养他长大。因此春晚中的农民形象是多面的。在春晚的舞台上，他们身上既有问题，但也是能够被宣扬的正向形象。

在春晚舞台上，农民从农村话语场参与到社会现代化话语场中，成为国家话语的转述者。农民的形象拥有了整体变迁。场景上从以农村为主到向城市靠近，农民形象趋于同质化，失去了农村特色。农民的职业多是城市服务行业，作用上从单纯

叙说个体生活的倾诉者到成为述说农村发展和国家变化的弘扬者。在央视春晚的舞台上，农民的整体地位是与社会对农民的依赖息息相关的。不同阶段有专属的农民形象，农民形象具有正负面交织的复杂性，但更突出的是积极的一面。春晚舞台中的农民也成为先进科技的追求者与追求幸福生活的奋斗者，实现了以往纯娱乐化的形象到渗透着国家需求形象的转变。

## 第四章 央视春晚小品塑造特定农民形象的原因

春晚是在除夕夜进行的一场联欢活动。不仅承担着主流意识形态的传播工作，还反映了社会变迁和农民的个体展演。中国的国家发展、时代变迁、人民心理都不同程度的被记录在央视春晚舞台上。在除夕夜，全球中华儿女共处同一文化场域，共同回顾一年来的经历，心理上深深感知到自己作为炎黄子孙的一员，他们被召唤构成对于民族国家的想象，进而形成对于国家的归属感。

随着中国改革开放的不断深入，不同群体经济地位和精神价值存在差异，为了确立国家仪式，弥合高度变异的社会，春晚实质上成为了政府和传媒共同缔造的一项新民俗。国家权力、社会现实等在晚会中博弈。被传播者是存在于传媒口中的“他者”，是在话语霸权抢夺中的牺牲品。春晚舞台给予了农民释放情绪的机会，却也无法完全真实再现处境。

法国哲学家阿尔都塞提到，以大众媒介为主体的交往，都属于意识形态的国家机器<sup>①</sup>。央视春晚小品中的农民形象是客观存在中夹杂着国家和社会期望的国家产物。传媒对农民形象的塑造既有现实依据，也包含社会传播要求和国家形态的渗透，同时也涵盖了农民自身发声的需求。因此央视春晚小品塑造特定的农民形象有着深层动因。

### 第一节 政治生态下的国家赋能

我国的电视节目是在党和政府领导下的产品，兼具政治性的权力实践与艺术中的娱乐性。电视节目的表征不仅在于节目本身的艺术展演，更在于节目背后隐含的国家主流价值、观点。社会建构论表明节目创作依托于特定的语境要求，它所建构的世界不是完全反映现实而是对现实的选择性加工。总台央视春晚通过塑造特定的场景和人物完成国家意识的下达。春晚作为主流媒体与国家庆典相结合的产物，在节目的内容上要求正向积极、拒绝负面萎靡。小品节目的价值观念、语境表达必须同时符合国家和大众对春晚舞台的期待。节目筛选时存在严格的把关机制。春晚作

---

<sup>①</sup> 丁和根.后现代与大众传媒的话语霸权[J].江苏社会科学,2000(06):185-190.

品要经过七次左右的审查，节目创作背后有着广电总局和国家部门的意见指导。在进行节目创作和审核时看重节目的社会化程度和积极反映国家现状的程度。因此，能被收编到最终晚会上的必定是最适合国家需要的。除此之外，春晚通过在节目中穿插国家出台的政策、以及农村改革发展的成绩达到国家政治的展演。同时在一定程度上也聚焦农民群体的生活，协调各个群体间的不平衡，消除社会中的不协调。小品节目的选取依托于剧本的角色呈现和节目主题，人物形象在一定程度上承载着主题的展现，以至于人物形象的塑造成为国家表达自身的关节。

## 一 国家政策的针对性下达

语言类节目作为春晚这个文化符号中一个重要的修饰手段，需要协调好大众传播的政治功能和娱乐功能。因此仅仅艺术化农民群体的私人生活无法与国家话语做到完美融入，在春晚特定展演模式下，将国家热点事件搬上荧幕，与农民形象结合下达相应的国家政策是众望所归。改革开放出国潮、脱贫反腐、老龄化、市民买房难等现象统统被搬上春晚舞台，实现指出问题到歌颂国家富强的情感转向。借由农民之口讲述国家故事，切实的让观看节目的中华儿女沉浸在共同的主题空间，完成解码活动。特定的主题刺激受众的认知，唤起对节目的期待，从而完善受众的社会认知，进一步增强国家意识驯化。

费斯克所说：“大众对意义的生产不是在文本之中，而是在文本和日常生活的交接处”。<sup>①</sup>农民接地气的形象特征成为折射现实的绝佳中介，也成为政策下达的载体。媒体是党和政府的喉舌，和国家站在同一战线，在国家的协同下，势必要宣传党的方针和政策。国家政策的出现源自国家的政治经济文化的需求。春晚作为重要的喉舌，春晚的节目中既可以包括正向宣传，也可以包括采取反讽的方式侧面宣扬国家政策。

春晚节目议题和国家政策紧密相关，与政策相关的小品共有 15 个，在 1987 到 1997 年之间出现的最多，在央视春晚 40 年小品中，90 年代农民实现勤劳致富时总会想到党和国家的好政策。农民形象成为社会和媒体建构的产物。这一时期的农村

---

<sup>①</sup> [美]约翰·费斯克：《理解大众文化》，王晓钰、宋伟杰 译，中央编译出版社 2001 年版，第 127-128 页。

相对城市在经济上较为落后，春晚舞台借助农村的脱贫致富完成对国家政策的认同与支持。将农民生活的改善和农村发展归因于国家创造的良好条件和积极带领，对于振奋人心、共建和谐社会具有积极意义。其中主要包括计划生育政策，主要体现在对《难兄难弟》小品中重男轻女导致超生现象的讽刺：节目塑造出一对愚昧封建的表兄弟形象，表明一味超生会带来家庭负担，同时对社会资源也是浪费，侧面的宣扬计划生育政策的优越性与重要性。还包括鼓励农村兴办企业的创业政策，主要体现在1999年小品《乡音》和1993年小品《桥》中农村企业家的形象塑造：以榜样示范的作用鼓励广大农村创业者积极创业改造生活。1991年的《乡音》紧跟时事创作出农民企业家这一群体形象，表明国家对农民企业家的支持态度，以及赞同其对于农村经济发展的作用：一方面，国家鼓励农民兴办企业；另一方面对于指导农民基于现实需要寻找致富之路也有良好的借鉴效果，对于促进农民创业有很好的激励作用。改革开放出国政策则出现于郭达的两个小品节目中，均借在外打拼孩子父母的口吻讲述祖国的变化，在一定程度上展示了农民富起来的形象。1994年的《越洋电话》中借一对关爱孩子、没文化但健谈的父母的口吻叙说国家改革开放之后的变化，“道路修了，电话通了，新盖的房子竣工了，你姐给评上教授职称了，咱农民的生活水平步步高升了”。农民成为强化归因的对象，根本主题在于对于国家发展的强调。

春晚是各种力量角逐的场域，但最终主导力量还是国家。任何其他附属目的都应该服务于国家意识形态。春晚节目中的农民在此基础上成为国家政策践行的载体。

## 二 农村发展的宣传需要

农业、农村、农民问题关系着国计民生，是中国建设发展的关键。自1978年提出改革开放之后，建设社会主义新农村，从根本上改善农村环境，实现农民富裕，成为国家整合的重要一步。这也是解决“三农”问题的一项重要举措。

改革开放、市场化改革充分发挥现有的制度优势，极大促进了农村经济的发展。在建设农村的同时，除了农民自身投入生产，国家也尽可能给予农村更多的支持，引入各种先进技术和资本，调动农村发展的积极性。通过春晚节目中的典型可以让

社会广泛了解农村建设的进展，给予正在进行农村建设的人们相关启示和经验。

我国仍有很多人居住在农村，在农村工作生活，且农村的资源丰富，农村能不能实现高质量的发展成为国家能否富强的关键。2005年十六届五中全会以来，国家对社会主义新农村给予高度重视。对于农村发展的重视体现了国家对于农村的强烈关注。只有农村得到全面发展，农民生活富裕，才能让国家发展更进一步。这也是国家对于农村问题进一步关注的原因。为了让身处农村的农民了解到自身的处境，以及让广大的人民认识到国家对于农村工作制定的一系列方案，借助春晚这个平台进行宣传，借此扩大三农工作的实施成效。

在春晚小品中，农民成为展演农村建设成果的中介，农民的存在在某种程度上是为了说明农村建设的进程，90年代建设文明示范村，农村条件改善，带领村民搞建设在央视春晚上都得到体现。春晚塑造的农民形象在此过程中通过语言表达向所有中华儿女讲述国家对于农村的关怀，让农民群体感受到祖国的关爱，也呼吁更多的人参与到社会主义新农村建设中来。

### 三 国家稳定的维护策略

社会建构主义认为，社会政策的安排与制定与问题如何被建构息息相关。通过将群体区分为强势或者弱势，决定他们之后的生存资源和所受政策。形象的建构表达与所获得的对待息息相关。一贯以来，农民群体被新闻建构为粗俗、贫穷的形象，是社会现代化进程中的落伍者。这在无形中给了他们很大的生活压力。因此亟需一个平台为他们正名，给他们发声的机会。而大众媒介是议程设置的工具，具有麦克坎贝斯所说的媒介的环境再构成作用，传媒是从事“环境再构成”的机构，对外部世界的报道并非机械化的重现，而是有一套选取标准，从而影响受众对环境的认知与理解。国家考虑到农民的需求，塑造了很多存在困难却独立自信的农民形象。这主要体现在对城乡关系议题中农民独特的闪光点的描述，以及在农民日常生活议题中农民的自述。农民在春晚议题中表现为正直、乐于助人、勤劳踏实、敢于对不公平现象抗议的集体形象，这与以往背朝黄土面朝天，懒惰自私的农民形象截然相反，扭转了以往的负面农民形象，有助于受众消除对于农民的刻板印象，同时也让农村

人感受到国家对他们的关怀。这也符合社会主义和谐发展的基调，有利于城乡矛盾的消除和社会秩序的重建。

日常生活现实是一种社会地建构起来的系统，人们在其中赋予日常生活现象以某种秩序，世界是被社会地建构和被社会地维持的。<sup>①</sup>弱势群体的生活质量改善，在中国国家现代化进程中是不可忽视的一环。我国媒介拥有独特的使命感，始终把社会效益放在首位，通过正确及时地传达信息，改变农民形象在大众眼中的落后印象，呼吁社会给予他们切实的关注。譬如在两岸关系中为了台湾同胞捐款的淳朴民工和在城市打拼中替工友筹钱的农民工，都给农民正名。社会结构的顺势改变和受众对媒介的需求使大众传媒主动协调消除社会各阶级的不平衡，促进国家前进。农民群体占我国人口的绝大多数，在工业化的进程中面临不少问题，其中被歧视被误解问题经常出现，必须及时解决这些问题，消除社会误解，从而保证国家的持续发展不断进行，这也是春晚选择塑造农民群体的缘由。

## 第二节 建构现实的社会需要

中国社会所发生的种种变化，势必折射在以反映现实、再现现实、表现现实和服务现实为己任的电视媒体中。<sup>②</sup>春晚是重要的文化象征和意识形态表征，可以说是社会变迁的存档，详细记录了中国社会的历史变迁和阶层流动，见证了农村生活从艰难发展到走上正轨再到稳步前进的嬗变。农民参与社会现实，穿插在各种国家大事活动中，或身临其境感受事件，或娓娓道来谈论问题，他们讲述着自己的生活现状，也展望着国家未来。春晚舞台上小品节目的创作再现记录了农民的生活变迁，展现了时代浪潮下的生活变化。

然而任何媒体都无法完全再现真实的客观世界，正如李普曼的“拟态环境”理论所说，大众传媒通过选择性加工将信息再次进行传播，其中包含了传播者的主观价值，与真实环境存在差异。通过刻意选择，可以形成特定的社会身份。<sup>③</sup>由此形成对于再现事实的刻板印象。电视节目的创作无法深入社会的每一隅，只是对于现实

---

<sup>①</sup> 赵万里,李路彬.日常知识与生活世界---知识社会学的现象学传统评析[J].广东社会科学,2011(3):198-205.

<sup>②</sup> 俞虹.当代社会阶层变迁与电视传播价值取向[J].现代传播,2002(06):1-4.

<sup>③</sup> 刘桂玲,张存.从他塑到自塑：社会建构论视角下新时代中国青年身份的话语建构[J].吉林师范大学学报(人文社会科学版), 2022, 50 (06): 75-80.

处境的部分呈现。

文艺是时代前进的号角。文艺节目要坚持为人民服务。文艺节目要在弘扬主流价值观的基础上传递正向力量，为更好地实现国家形象传播做出贡献。主流媒体更是承担着引导舆论，重塑社会价值的功能，对建设风清气正的社会起着引领作用。2014年晚会被定位为国家项目，春晚中的节目特征越来越偏向于构建和谐社会的主题，这也从历年春晚主题中“团结”“欢乐”出现次数最多可以看出来，晚会是对不同年代社会发展和需求的简要表达，表明了央视春晚对于弘扬社会价值、引领社会发展的重视。

## 一 反映现实的真实再现

春晚见证了社会转型，刻写了社会变迁，集中于对过去一年来发生的大事的总结。小品节目的创作依托于宏大的社会主题，通过对惠民生、利发展的社会热点进行广而告之，让全体中华儿女共同置身于同一个场域，共同感受时代的进步，经济文化的繁荣。对于反映社会中出现的不公平事件与热点，小品独特的讽刺功能具有绝佳的艺术表达效果。

改革开放初期，农村改革并不顺利，存在许多问题。国家鼓励农民步入到社会建设的大潮中，但农村长期以来的消息闭塞和封建色彩使得农村发展的起步阶段显得很吃力，农民自身的局限性成为限制农村前进的藩篱。为了准确反映事实，在1987年至1990年央视春晚将这一阶段中的负面农民形象搬上舞台，以期对农村现代化建设提供启发。随着国家对农村的高度关注，发布政策鼓励农民自主开办企业，央视节目中也开始出现农民创业者的形象。农民生活日益改善之后精神追求也提上日程。为了体现现实生活中农民对于精神生活的渴望等目的，更好地满足人民心理需要，春晚也及时回应关切，创作相关节目。例如在小品《柳暗花明》中两个农村生产大户在物质生活富足的前提下主动追寻自己的幸福。对于新时代农民的精神需求做了肯定。

在历年春晚小品中，涉及的社会主题既有申办奥运会等国家大事，也有基于社会现实事件的艺术创作。2008年北京奥运会成功举办，春晚中就以北京奥运会为选

题，创作小品节目，其中借农民之口述说奥运会的举办让国家自豪感油然而生。农民不再是两耳不闻窗外事的老古板，而是积极参与国家生活的主动者。这也符合社会主义现代化建设时期农民的现象转变。节目创作取材现实，体现了创作者的思想，一些春晚老演员比如赵本山、黄宏等人的剧本来源于现实，由于表演者对农村生活也有着自己的感受，因此在转型过程中选择农民作为主角进行表演。春晚小品还聚焦于社会风气和时事现象，其中包括对于农村干部不干实事躺平现象的讽刺，也包括对于社会拜金主义的批判，社会乱象类节目数量高达 16 个。体现了央视春晚对于社会乱象的批判色彩，也反映出春晚对社会的真实再现。

随着农村建设越来越富裕，城乡差距逐渐被抹平，在新时期的小品创作中农民形象出现的越来越少，但只要出现，基本还是围绕社会现实。比如 2021 年的《开往春天的幸福》则以现实生活中榆林“铁路情侣”的铁路爱情故事为原型，将在城市打拼却心怀家乡的新型农民搬上舞台，反映了城镇化背景下农民的心理，同时展现了中国高铁的高速发展。

## 二 现实语境下的片面创作

“社会真实由客观真实、符号真实和个人主观真实共同构成”。<sup>①</sup>春晚再现的农民形象来源于现实，却不等同于现实。

一方面春晚中的农民形象是由于创作者主观剧本创作出来的“他者”，其中包括创作者和演绎者对于农民群体长久以来形成的刻板印象。春晚创作人员无法对农村生活和风土人情做到面面俱到，因此在节目中暗含了对于农村的想象。在对农村干部进行塑造的过程中，则是将镜头聚焦于男性工作者，没有单独出现过女性干部形象，这与现实存在偏差。而在地域选择上，北方农民出现的比例远大于南方，尤其以东北等地居多，在春晚出现次数最高的小品演员诸如赵本山、宋丹丹、黄宏等人所塑造的人物形象具有形象相近的特点，且通过卡方检验得出演员形象与演员本人适配度高度重合。演员本人的表演理念也让登台的农民形象固化为特定的标签。春晚对农民的塑造也体现了其娱乐的功能，通过农民形象制造笑点，供人娱乐，正

---

<sup>①</sup> 王贵斌,张建中. 媒介、社会真实与新闻文化的建构 [J]. 当代传播, 2004, (01): 30-31.

是对农民群体的刻板印象才让其承担着“出丑”、制造笑料的功能。通过聚焦农民缺乏文化的特点形成小品语言上的幽默，其中赵氏的幽默中夹杂狡黠的东北老人形象，黄宏塑造的憨厚的民工形象深入人心。

另一方面农民题材小品受到社会问题的制约。1982年以后，农村出现征税难，农民生活艰苦，负担严重，国家缺少直接面对农户征收的能力，不得不赋予村干部收取费用的权力。村干部之间形成强有力的利益共同体，进一步加剧矛盾，国家与农民群体的关系日益紧张，在当时成为困扰党和国家的现实问题。比如2002年春晚刻意回避农民题材小品，是因为当时的农民危机已然成为话语禁忌，党中央政府开始解决“三农”问题时，农民身影又重新出现在春晚舞台。<sup>①</sup>央视春晚对于农民的现实塑造是一种在国家语境下的选择性表达，这致使农民形象的塑造有时成为隔靴搔痒、无法触及关键。

综上，由于节目选材限制和剧本创作的想象性创作以及现实语境下对于春晚形象传播的要求，让出现在节目中的农民形象与现实存在偏差。

### 三 弘扬社会价值的需要

通过一个案例完成对整个群体的再造是从个例到一般的一种权力散布机制。在春晚小品中出现很多传统美德的发扬者，通过渲染他们的高尚精神和优良品德影响其他农民乃至整个社会群体，教化形成良好的社会风气。换句话说，节目中的典型人物通过被认同被传播完成量上的扩散。例如赵丽蓉在春晚塑造的敢于抨击奸商、自信的老太太形象就是社会需要的正向形象，春晚号召许多的底层农村人站起来捍卫自己的权益。农民优秀的、令人敬佩的形象通过春晚舞台达到广泛传播，借用春晚仪式完成对社会价值观的传递。

春晚通过正反农民形象塑造完成对正面形象的强化，达到整合社会价值观的功能。负面的农民形象即便存在性格和情感上的缺陷，也被期待是主动积极改正错误的。一般是正面角色对负面角色进行劝说，实现负面形象的最后转变，在节目的最

---

<sup>①</sup> 吕新雨. 仪式、电视与国家意识形态——再读 2006 年“春节联欢晚会”[C]//中国新闻教育学会传播学分会, 国际中华传播学会, 复旦大学信息与传播研究中心, 复旦大学新闻学院, 深圳大学传媒与文化发展研究中心. 2006 中国传播学论坛论文集 (I). 2006 中国传播学论坛论文集 (I), 2006:330-337.

终角色完成蜕变，以此达到道德内涵的升华，这也契合大团圆的节日格调。节目往往以煽情的泪点感动观众，通过晓之以情，动之以理的方式借助春晚平台完成价值观的弘扬。1996年的小品《路口》就以父子二人截然不同的价值观形成戏剧冲突，父亲乐于助人不收分毫，儿子却贪婪成性，最终儿子醒悟，节目也传达了“赠人玫瑰，手有余香”的崇高美德。

仪式的意义是通过唤起参与者的心理认同状态，达到塑造共同情感的作用，这也有利于社会团结和发展。媒体通过演示宣扬某些价值观念激发大众的模仿热潮，在这种“鼓励”制下进行社会现实的优化，社会发展和谐，媒介也完成了自身的任务。农民是社会发展不能忽视的重要突破口，农民的生活不轻松，甚至存在困境，代表底层的生存状态。将农民形象置于春晚中进行重塑，借农民形象的塑造安抚社会，既可以唤起大众的理解，也能让社会主流观念在社会成员间更好地生效。社会主义社会中价值观的引领对于社会的前进是极为重要的，是维系民族团结的关键。正因如此，农民形象的正向呈现也是对社会中存在的弊端的一种隐性式微，呼吁广大收看节目的观众能在日后的生活中践行这种良好的风气。

### 第三节 农民发声需求的兼顾

春晚不仅是建构“想象的共同体”的场域，更是多种力量交织相互博弈的平台。在春晚舞台上，各种社会力量的代表纷纷登上春晚舞台，此消彼长间体现出春晚各种群体角色的变迁。作为举家欢乐的盛大晚会，若仅仅是传递国家意志，围观特定群体，便无法获得民众的支持与成功。基于此，在宏大的国家话语体系下也给予特定群体发声权。农民群体是我国人口的大基数，他们渴望有一个平台能关注到他们的需求，了解到他们的处境。在八十年代农民进城形成浪潮的时期，农民群体常受到误解，相关新闻报道也经常将农民塑造成蛮横古板的形象，即便在相关报道中对农民的闪光点表示赞扬，却忽视了对农民自身能力的表达。农民群体渴望融入城市生活，渴望转型改变自己的生活。我国媒介负有为人民发声的功能，承载着社会责任，节目必须多元化符合受众期待，使得观看节目的个体在参与互动的过程中能够形成认同，完成对自身的想象。在涉及农民工的节目中，春晚平台积极反映农民工

诉求，直接让农民工形象登上舞台，充分考虑了农民工的发声需求。

## 一 农民释放情绪的“安全阀”

受众通过观看节目关注社会近况，借助节目中介完成自身对社会的情绪释放。中央电视台春节联欢晚会是一个多元主体碰撞的舞台，一方面春晚以理性的狂欢完成对社会工作的建构，另一方面春晚积极参与社会互动，给观众提供释放情绪的空间。

社会结构决定了媒体怎样呈现事件，呈现哪些事件。媒体应该关注与社会发展紧密相关的主题，及时关注社会中的相关表达愿望，并传播那些可以化解负面情绪、弘扬正向价值的事件。体现在节目创作上，春晚小品中的人物形象无法脱离于现实，小品作为戏剧表现形式，在叙事时应当遵循显示逻辑，即通过揭示出看不见的各种负面问题，消解宏大叙事，将充满缺陷和弱点的现实角色展露出来。现实逻辑主张打破和谐的假象，小品中农民群体大肆调侃国际大事“日本首相轮流坐庄，美国白宫三次开枪，广播里说世界在战火中喘息，喘息你懂吗”实现了现实生活中农民角色的地位升级，最终目的在于将农民对于国际大事的情绪宣泄出来，让农民群体表达出自身不仅是关注自己生活的劳动者，也是国际发展的关注者。

春晚小品在反映农民生活时，有意刻画了现实农民易被忽视的情境。在春晚节目中对于中年农民群体，除聚焦积极生活状态，还主动反映农民两性关系。在农民两性关系中大部分是聚焦新型农民的恋爱需求，也反映出国家对转型升级中的农民心理给予关注。社会是个各种矛盾集结的空间，农民的情绪表达若得不到切实有效的反馈，社会就会发生动荡。大众传媒的作用就是稳定社会，通过节目载体完成农民群体的情绪释放，春晚实际上就成为农民情绪的释放口，在围观节目过程中，农民发现自身的需求被关注，认知到社会对他们有着关注和支持之后，会按被期望的社会秩序去执行，从而减轻社会矛盾带来的问题。

## 二 农民改善困境的发声口

一个新的群体的产生对国家建设来说不可忽视，农民阶层在城镇化的过程中分

化出农民工，成为往返城乡的流动人口和经济发展的重要力量。农民工的生存状况、生活态度与中国的社会发展和农民生活发展紧密相关。为了稳定农民工群体及维持其亲人的生计，国家出台政策解决农民工问题。由于城乡户籍制度，农民工无法扎根于城市，农民工子女的受教育问题一直以来是困扰农民工的大问题，农民工希望能有一个平台为他们发声。2006年的《打工幼儿园》聚焦农民工子女的教育问题，引起社会深思。小品中幼儿园老师华姐和女教员虽然文化程度不高，却真心实意为孩子们好。华姐认为虽然这些都是农村来的孩子，但这将来都是对社会有用的人才，华姐对农民工子女的态度既包含对祖国未来的期望，也暗喻农村孩子成才的不容易，同时对于农村孩子给予肯定，认为他们有智慧有爱心，只是缺乏进步的平台。在华姐看来，孩子应该接受良好的教育，这是学校和老师共同的责任，反映出国家对于农民工子女受教育问题的强烈关注，也为下一步外地户口农民孩子上学政策的出台做出铺垫。

农民工群体在春晚小品中的出现或缺席依托于环境对该群体的需要程度。工业化建设中亟需大量产业工人，农民工群体出现在媒体上的次数较多；而当城市处于民工潮压力之下时，农民工身影在春晚上逐渐消失。当前国家给予农民工相关福利与政策，社会也对农民工群体有较大的包容，农民工成为了融入社会中的一个普通群体，在2017年的《大城小爱》中就将重点放在歌颂平凡者的伟大，而无需再对农民自身赋予发声功能。

本章解读了农民形象被塑造的深层次原因，认为春晚小品中塑造的农民形象并非毫无依据的创作，是国家语境和社会建构需要、农民发声需求三方面共同塑造的。媒介对农民形象的建构并非将农民形象置于完全被刻板化的“他者”地位，却不可避免地受到国家和社会主体的目的性建构，最终形成农民形象的整体图貌。

## 第五章 央视春晚小品农民媒介形象思考

国家和社会发展的需要授权媒体完成对农民形象的积极建构，这种建构考虑到农民的真实需求，能基本反映农民群体的生活状态。但研究发现春晚小品中农民形象的塑造是多种力量综合性考量的结果，在进行形象诠释时具有一定的局限性，在认识到已有不足的基础上，应当进行一定的反思，并优化电视晚会类节目建构农民形象的策略，进一步完善农民自身和社会其他群体对农民的认知，更好地实现农民形象的传播。

### 第一节 央视春晚小品农民形象的合理构造

春晚通过涉猎多个主题，在城市和农村塑造农民形象时从多个角度进行构造，表现出主流媒体的先锋性。

#### 一 节目与时俱进 农民种类丰富

春节联欢晚会再现了时代的发展与变迁，大到国家方针政策，小到个人日常生活，都被囊括在节目之中。其中国家“三农”政策变迁也影响着春晚舞台中农民的特征。综观 40 年来春晚小品中出现过的农民，身份和精神形象丰富，思想观念多元。农民的形象跟随着社会变迁而发生侧重性变化，体现出社会改革大潮中农民群体分化得越来越细致的特点，也体现出国家对于农民群体的针对性关注。媒体对农民形象的塑造以反映现实为初衷，贴近生活。

从 1983 年到 2023 年的 40 年里，中国经历了改革开放、农村建设、计划生育、出国潮、农民工大规模进城等事件，节目在展现农村风貌时抛弃了仅仅局限于宣扬农村变化的创作理念，而是将国家的动态发展与农村人的思想和行为嬗变有力结合，既满足了国家对于媒体的期待，也完成农民形象的多方位展示。除塑造常规的传统农民形象，还涉及农民企业家、农民干部、致富代表和服务业农民，农民职业种类丰富，这也与三农政策的变化密切相关。国家农村发展时期，致富者形象居多，而国家支持农民工进城后，农民工的处境也在春晚被关注。小品中的农民对于国家大

事给予高度关注，对于国家政策号召积极响应，争做新时代的发展型农民。农民形象日渐丰富，农民的生活展示更加全方位，农民学文化、农民婚恋、农民找工作等纷纷成为创作的灵感，体现了农民在农村发展中的心理状态，以及基层农民的心理需求。农民角色内涵发生改变，不再只是大众眼中粗俗、保守的形象，农民的创新意识和防范意识受到关注。在春晚的舞台上，农民可以机智的识别社会骗局，拥有独立思想，可以站在道德的制高点上批判不合理的社会风气，实现了农民形象从低到高的转变。

央视春晚在塑造农民形象时具有宏观的背景考量和现实依据，节目不是一成不变的而是有所创造，春晚高度重视国家出台的“三农”政策，政策的变化反映了农村工作的重点。春晚将对农政策置于全局进行考量。节目主题的多样化和农民形象的多样化也源于国家政策的变迁。在家庭联产承包责任制实行时，央视春晚马上紧跟政策塑造承包鱼塘的农民形象，并在节目中将承包过程中可能出现的问题以戏剧形式揭示出来。改革开放之后，国家对农村主要采取放活的管理模式，勤劳就能致富，开始出现农村企业家和农村个体户。当改革的重心转向城市，大批农民进城务工，春晚舞台出现许多农民服务者形象。当农村开始出现一些基层矛盾问题，春晚将镜头对准农村，揭示了农村基层政权问题，对一些贪污腐败的农民干部予以谴责。国家对农政策的变化决定了春晚中农民形象展现的变化。

## 二 模糊刻板印象 合理看待农民

个体无法直接与目标群体直接接触，因而传媒成了再现现实、了解特定群体的中介。以往的新闻报道在描述客观现实时总是有意无意的掺杂主观判断，导致受众理解的媒体信息与现实存在偏离，对形象进行建构时采用的是模式化的他者建构，对某些社会群体打上烙印，再现为不同于主体的“他者”，媒体在报道农民形象时处于高高在上的地位，一味强调报道对象与主体的差异性，农民角色多以负面形象呈现。

春晚在面对农民形象的建构时，模糊了这种刻意强调负面特征的刻板印象，在97个农民形象中，正面形象居于主导地位，负面形象虽偶有出现却也是基于一定的创作需求和戏剧效果。对于农民形象的塑造并非存在歧视，而是客观的进行形象创

作。农民形象整体质朴单纯，淳朴的形象占据 35%。1987 年的小品描述计划生育时，讲述农村人重男轻女，却也反映城里人骨子里也具有这种封建观念。农村人与城市人在春晚舞台上并未区别对待，即便他们是在戏剧冲突中充当矛盾双方的“对头”，在人物的刻画上是处于同一标准的。在春晚举办初期，农民形象处在探索阶段，因此这个时期主要是以搞笑为主，同时以农民视角讲故事。而在春晚节目逐渐稳定之后，考虑到弘扬社会价值的需求，春晚塑造的正面农民形象大都有进取心，敢于拼搏，在争取美好生活的道路上平稳前进，同时他们也不仅仅关注自身，更是希望投身国家建设，在了解到国家对于农村给予的关怀之后，抱着感恩之心，学习先进技术，助力乡村发展，他们对于主动进入城市工作是饱含热情的，对于城乡关系是乐观对待的，对于社会不公平事件是正直处理的，农民不再是懦弱的观看者而是勇敢表达自己的主动者。

在小品类节目中，出现的经典形象是春晚在考察现实的基础上进行的真实性创造，小品创作者们以生活经历为创作灵感，聚焦社会现象，在《钟点工》中揭示了农村老人进城后的孤独心理，也呼吁更多人关注这种现象，春晚以平等的视角，切实为农民发声，揭示农民困境。在农民工参与城市建设的背景下，春晚不仅呼吁社会各界关爱农民工，还对农民工的内在心态进行阐述，对他们内心渴望被尊重的心理进行放大，具有强烈的人文关怀。即便是在与城里人有语言交流的节目中，城市和农村的割裂感被消除，农民和城里人处于同等的社会环境，城里人对农民也饱含尊重与理解。农民不是挑事的固执者，他们友好地与城里人进行交往，从某种程度上抹平了节目中的城乡不协调。春晚以平等的角度尊重农民需求，也让观看节目的农民感到被尊重。

在剧本创作时，农民角色不是清一色的单一特征，在一个节目中，既有正面的农民角色，也有负面的，这样正负交织更能表达春晚在塑造农民形象时是全方位、多角度的分配角色的，更能引起观众共鸣。在农民议题类节目中，农民存在正反对比，其中最典型的爱慕虚荣的“白云”和老实憨厚的“黑土”令人印象深刻。随着小品转型，农民形象在春晚上逐渐单一化，但基本上还是正面形象，可以说正面积极的农民角色是春晚的主流，春晚于农民形象的塑造是合理的，在塑造农民形象时

是成功的。

## 第二节 央视春晚小品农民形象塑造的偏差

春晚在进行农民形象塑造时具有平等性和多样性，但是这种平等性和多样性停留在较为浅显的层面，且春晚中越来越难以看到农民形象。为了完成对农民形象的深层次刻画，首先要分析农民形象塑造过程中的不足。

### 一 现实农民的浅显化表达

农民是社会发展的关键力量，总体来看，春晚中的农民形象涵盖多个方面。农民形象作为国家政策和民众之间的传声筒，它的呈现多是为了服务于国家话语，春晚缺少对农民自身的问题的直接展示，故在农民形象整体呈现上存在不充分不平衡的状态。

春晚小品中农民形象的出现总是负载着特定功能，缺乏纯粹以农民为中心的表达。在叙述农民在改革大潮和现代化建设中出现的问题时，只局限于浅显的提及问题，缺乏对问题的细致分析和给出整改的方式。对于底层农民，农民形象的塑造是基于一定的界限范围的，即便给予农民相应的话语表达来揭示现实困境，最终也只是以和谐的方式模糊掉根本矛盾。农民群体处于一种和谐的氛围中，遭遇的真实困境很难出现在春晚场景中。总体来说，春晚小品中的农民群体形象与客观现实偶有交叉，但却过于浅显，未能展示农民形象的全貌。

农民群体在某些选题上缺乏话语权，原本朴实的农民形象却沦为被观看的对象，这体现在赵本山、黄宏、郭达等具有强烈个人风格的表演者塑造的农民形象中。话语的生产是通过一定数量的程序来控制选择和分配，通过控制偶然事件，避免沉重的犯罪。<sup>①</sup>权力渗透于话语中，春晚塑造的农民形象很大程度上是艺术家脑中对农民的片面想象和二次创作，代表了一部分非农村人眼中农民的固有形象。在外貌形象上，农村村民的衣着基本上是带有地域特色的，不否认是为了辨认角色的特征，但是这种模板化的穿搭有“套娃”嫌疑，无法脱离表演者的荧屏形象。赵本山就说过，

---

<sup>①</sup> 朱振明.福柯的“话语与权力”及其传播学意义[J].现代传播(中国传媒大学学报),2018,40(09):32-37+55.

在表演中他将把农民形象贯彻到底，赵氏的农民形象在很大程度上重叠度较高，譬如白云黑土系列，时间跨度上从1999年到2008年，在春晚舞台上共出现3次，强化了大众印象中对于农民的记忆。媒介对事物的再现无法一比一还原现实，起码也不应该存在太大出入，农村干部中女性数量与男性差距并不悬殊，可春晚从未刻画女性干部形象，却在城市精英女性的塑造上越来越成熟化。

农民身上的艺术性是为了完成对节目主题的烘托，远远超过了真实性，可以说赵氏小品没有刻意去低俗化农民，但是农民在小品中承载的笑点却正好让受众接收了这种信息。他们表演着笨拙、粗鄙的形象，以此赋予节目喜剧特色。正是小品特有的娱乐功能使得农民形象处于被动地位，与现实中的农民交叉性生存。春晚小品中北方农民出现的次数远超南方农民，这与现实存在偏差，与表演者本身情况有很大关系。视听节目和文字节目不同，艺术效果的整体体现得益于表演者和虚构形象的高度联合、强强联手。换而言之，春晚中的农民形象传播是基于现实的一种浅化输出，这种艺术化表达的农民形象难以让现实中的农民信服，更难以成为现实中的农民缩影。

## 二 现实问题的片面性缺失

随着文化教育的普及，农民在知识层面已然摆脱传统观点中的文盲弱者形象，转而追求精神层次的满足，农民在就业方面面临更残酷的竞争状态。这些新时代的农民困惑却未能出现在春晚节目中。观众是以一种居高临下的态度审视春晚中的农民形象，无法感同身受地体验真实的农村生活，观众被动式接收春晚建构的农民，以此完成头脑中对农民形象的补充。春晚的观众对于时代发展中农民出现的一些新特征无法读取，春晚小品对于农民形象的现实性生存缺乏完整体现。

春晚小品表面上是述说小人物形象，实际上是在以人物映衬主题，凸显国家现代化发展乃至国家给予农村的帮扶。这从节目场景的设置就可看出，故事在城市中的发生次数远多于农村。当节目处在农村场景中，或是叙述农村人自己的生活状态时，农民的品德特征不明显。在涉及到城乡关系时，城中人能力者居多，农村人则品德高者居多，在城乡议题中，农民与城里人的潜在矛盾冲突被淡化，城里人往往

都充满着对农民的理解，城乡差距被忽视，农民面临的社会处境被忽视，农民充当了城乡关系中的粘合剂。

在春晚历年节目中，农民角色起到国家形象的宣传作用。农民自身面临的问题遭遮蔽，即便是有意识地选取现实问题，也常常出现模式化和延续性的特点。在农民群体内部，春晚对于农民工群体的关注呈上升趋势，对于农民工在外打拼的处境给予揭示。在农民工类节目中，农民工遇到的困难有所提及，但更深的困境却成了节目中的盲点。比如，小品中老是以抵制拖欠农民工工资为引子或立意，2005年、2008年、2013年三年都提到这个问题，表明国家对于农民工工作处境的高度重视，然而农民工也会遇到其他问题如健康问题、子女教育、交通问题。对这些问题的忽视致使无法立体化呈现农民工的整体状态，形象刻画的不足也会让其他联动环节掉链子，会对政府后续工作产生影响。

### 三 农民形象的日渐式微

随着节目的转型，春晚从纯粹的联欢晚会变为具有商业化性质的媒介事件。它不再满足于制造欢声笑语，而成为了传播国家理念、推销广告产品的营销节目，成为各种力量博弈的舞台。

在1998年央视春晚上农民形象出现次数达到巅峰5次，农民是语言类节目中的宠儿，是节目中的笑点制造者。随着互联网的兴起和春晚宣传作用的增强，春晚倾向于主流意识形态的传递，节目偏向和谐的基调。新时期春晚面临着收视率下滑，节目创新动力不足的挑战，语言类节目的数量减少，小品中的人物形象大同小异，缺乏地域特色。农村人出现在春晚舞台的次数也越来越少。从2013年之后基本每隔两年出现一次，节目场景也出现在城市街区，节目议题也主要是表达农民工的生活不易并讴歌美好品质，对于农村场景的展现动力不足。出现的农民形象也几乎全是保安、农民工等形象，穿搭上时髦年轻化，与以往中年农民形象形成反差。在2022年的《发红包》中返乡创业的农村大学生甚至只有一句台词。即便出现传统农民形象，也不再是节目的主角。农民在某种程度上成为了城市的配角或可有可无的角色。

农民形象在春晚舞台上不再是备受瞩目的小品主角，更是一种被刻意弱化和忽

视的角色。农民形象在春晚逐渐没落甚至消失，春晚也不再特意区分城市和农村，模糊了地域界限，节目主题更贴近年轻人的生活。春晚舞台上很难再出现经典有代表性的农民形象。新时代的农村发展亟需构建与时俱进的农民形象，农民形象在春晚舞台上面临式微值得引起警示。

### 第三节 央视春晚小品农民形象塑造的展望

春晚小品中的农民形象塑造整体而言还是很有说服力的，其优点在于从多个角度进行积极建构，整体的形象多样，但是在与现实中的农民形象比对时，“缺失”性问题值得关注，与真实的农民形象有种割裂感。特别是近年来农民角色在春晚舞台上减少甚至消失了，农民形象的消失值得关注。2023年《中共中央国务院关于做好全面推进乡村振兴的意见》中提到抓紧粮食和农产品稳产保供，推动乡村产业高质量发展、拓宽农民增收致富渠道，这是党进行三农工作最重要的指导文件，农村现代化和乡村振兴是工作的重点，强国必先强农。<sup>①</sup>农业发展和乡村建设未来仍将是政府工作的必要环节。农民作为乡村振兴的主体和建设农业强国的排头兵，其发展状况决不能淹没在娱乐信息之外。农村发展和乡村振兴使得广大农民的生存处境不可不被关注。农民形象的缺失不利于广大农民实现自我认知，更无法向全体中华儿女展示农民形象的转型。城乡区域协调发展是拓展国内大循环空间的必要环节，农村发展问题是关系着中国式现代化的问题，农民在现代化进程中出现的困惑与忧愁、努力与进步不能置之不理，需要媒体去挖掘去窥探，从这个角度上来说，农民形象应当重新在舞台上进行重塑，春晚承担着宣传农民形象的责任，新时代的农民形象也应跟上现代化进程的步伐。在春晚舞台上塑造农业发展新时期的新型农民，既可以增强春晚的观看影响力，也是对农村发展给予的高度反馈。本研究主要探讨春晚平台如何在塑造新型农民形象方面进行有效优化。

#### 一 凸显农民叙事主体地位

受到消费主义和注意力经济的影响，新闻媒体在选题时更倾向于热度和流量，

---

<sup>①</sup> 中国青年网：中共中央国务院关于做好全面推进乡村振兴的意见  
见.[https://news.youth.cn/gn/202302/t20230213\\_14317469.html](https://news.youth.cn/gn/202302/t20230213_14317469.html).

娱乐消息或新奇事件受到大肆传播,切实做到传播农村信息的实在是太少。就连电视节目和广播也常常将农民置于被娱乐的地位,农民成为故事中烘托气氛的配角。而在春晚小品中农民角色也时常是笑点的制造者,农民处于被凝视的地位。

新技术的使用在一定程度上穿破社会结构屏障,农民逐渐掌握了话语权,利用自媒体平台传播自己的声音,在自媒体平台上创建自己的荧幕形象。主流媒体是传达上层声音、丰富群众认知的传声筒,具有官方权威性。在进行农民形象传播时自然不用重复自媒体宣发的农民特征和农民自己的认可形态,媒体在报道农民时应坚守独立性,艺术创作要求深入探访现实,只有真正见识过农民生活的处境,才不会虚构出千篇一律的角色。春晚在创作农民形象时,理应将舞台交给农民自身,这样叙说的故事才更有真实代入感,也更能增强观众对农民的认可。

反思春晚四十年的涉农小品,立足于国家方针政策类节目不少,但述说农民自己故事的节目并不充裕。这里的“自己”是指将农民独立放置于闪光灯下,不做他人的配角,真正向观看节目的人传达自己的认知、收获、征程的一种象征。这涉及到主体性,主体性是一个哲学概念,强调人在实践过程中表现出来的一种自主、主动和能动性,人在与世界的关系中处于能动地位,也就是说主体性强调个体的自我意识,这与乡村振兴中要求农民发挥主体性不谋而合。农民是农村建设的主体,农民的荧幕形象代表了乡村发展的状态,央视春晚选取农民成为小品节目的艺术形象时,离不开农民背后的农村环境。

媒介在传播信息时承担了议程设置的功能,使得受众的目光聚焦于媒介想呈现的事物上,农民的个体生活在这个过程中就处于一种被动选择,这不利于凸出农民的主体性,为完成从被动到主动的转变,需要将节目镜头对准农民生活,展示农民在社会进程中主动探索世界、改造世界的行动特征。这当然对作品的编剧和导演有着严格的要求,创作需要深厚的生活积累和扎根基层的决心,只有在心底认为农民是节目中不可或缺的展演重点,才能做到农民角色的有效输出。这种亲身体验建构出的农民,逃离了想象的桎梏,也有利于打破刻板印象和认知误区。要真正做到讲好乡村故事,就必须摆脱农民是背景板的误区,确保农民主体性。通过将农民需要被社会知晓的现实情况搬上舞台,将农民面临的社会处境拿出来讨论,确保社会对

农民个体有足够的理解和关注。

要真正实现农民主体性，离不开适当呈现原汁原味的农民形象。农民是城镇化大潮中依旧保持生机的一群重要群体，生活富裕后，农民的经济生活和精神生活都有了很大的改善。但农村与城市都有其各自的发展规律和特征，农村人和城里人在相互交融的基础上又各自有其独立性。春晚在生产农民形象时除了要抛弃以往的固化农民形象特征，也要确立农民的现代性特色，抓住农民个体的独特性。比如以往的农民形象主要通过穿搭和性格来传达，这已经不适用于新时代的农民，可以转向农民的职业类型和价值观念等角度。只有与时俱进的反映实际情况，才能完成农民形象的合理传播。

## 二 加强个体叙事的生动性

宏大叙事在国家级演出中出现的概率远大于农民个体叙事。农民个体叙事的深度和细致性对新时代农民发声具有显著优势，打破了以往处在国家话语下，无法对农民进行深入研究的不足。以往的春晚小品总是以国家热点事件为背景，农民成为时代背景中的叙事者，而个体叙事主要选取农民生活中具体经历的事件，强化农民自我认同，观看节目的受众彷彿经历一个极为真实的记忆。既然选择了农民作为小品中的人物，突出农民的特色无可厚非，但是城乡二元体制依旧存在，农村的生活状态虽极大改善，与城里人相比总会存在差异，因此央视春晚在聚焦农民个体时不可不考虑这些因素。

个体叙事从题材上来说会较少关注国家民族议题而转而将镜头对准农民个体的生活环境，以一种平等化的视角对农村生活做出详细、多样的展示。这并不是放弃讲述中国故事，讲好中国故事是讲述中国人自己的故事，在观看春晚的同时，全球华人乃至各族人民共同观看这场年度盛会，因此，只有将宏观和个体叙事相结合，在宏大叙事的大前提下，讲述中国老百姓自己的美好故事才会使得春晚的传播更为立体生动。

语言类节目的核心就是讲故事，要讲好中国人自己的故事。在农村叙事的内核中，重点在于打造有特点有灵魂的农民形象。以此指出那些大家不会刻意去想但却

客观存在的共同体验。在讲述故事的同时不妨动员农民主体参与到故事中，吐露心声，通过直接的表达，重塑农民内心世界。农民是农村的主导，他们身上的闪光品质和价值有助于将乡村风貌进行形象化的传达。春晚可选取每年农村发展中出现的先进典型或表现农村在走向现代化道路上的困惑，让受众对农民的问题和成绩有了解。春晚与社会转型有关，我国经济高速发展，但是我国仍将处于社会主义初级阶段的国情没有变，农民发展问题依旧是重点。近年来，春晚越来越脱离生活，逐渐走向了偏流量化的表演形式，春晚中越来越难看见农村经典农民形象，这与中国现代文明的发展紧密相关。城市成为塑造小品人物的常见场景，春晚上缺乏对农村形象的直接展现，人物的生活场景与人物的形象特点不可分割，在这个角度上，春晚在进行剧本创作时，可适当考虑场景的多样性。

除此之外，春晚小品中农民形象最好能够由实地体验过农村生活的人或者长期在农村居住过的人进行表演，除了良好的剧本，人物表演也是展现角色丰满与否的关键一环。综观春晚经典小品以及经典人物形象，都是由具备良好的生活体验的专业人员和优秀的剧本“合作”打造出来的结晶。春晚在设计农民形象时应该让演员匹配角色，而不是角色匹配演员，避免将市场化的明星安置在与自己不契合的人物形象上，将角色随意安排给不合适的表演者。只有真正做到演员与角色相互融合，才能真正创作出令人感动的作品。农民是农村建设的主体，更是乡村振兴的主力军，可春晚语言类节目中唯一缺席的，就是农民自己。将农民的生活日常放大，更完备的展示农民的真实状态，才是真正做到重视农民的表征。

农民形象的具体呈现不但可以促进农民自身的发展，也会让整个社会对农民形象有更细致充分的了解，从而影响农村整体的健康发展。今后春晚小品对农民形象塑造时，尽管重视个体农民生活的塑造，却也未脱离宏观的时代背景，任何事物的发展都是时代变迁中的一隅，通过将片段进行放大生动的展演，方便受众进行更深入的思考。要想真正实现农民个体的解放，就要在细节上讲好故事，实现真实动人的效果，努力传递良好的农村价值，只有这样，春晚小品才能在塑造农民形象的道路上走得更远。

### 三 立体化打造农民形象

上述展望中对农民形象的主体化和个体叙事进行了介绍，除此之外，为了让农民形象覆盖的更加全面，立体化呈现农民形象必不可少。

立体化即全方位多角度的进行农民角色的选取与创作，春晚时长有限，难以容纳社会发展中的所有问题，因此在保证质的前提下应该尽可能广泛囊括各个主题，同时其中的人物形象也要做到类型多样。对于现有的创作路径，要进行改进，注意提高春晚小品节目中农民形象的质量。媒体进行农民形象塑造应当立足实地调研，坚持主动追求实际、主动挖掘生活、主动接近群众。只有深入实际扎根基层农民真实生活，才能做到真正对农民有深入的了解，以此丰富创作者的灵感。媒体在再现农民时，应当多传播丰富多样的农民形象，避免模式化和刻板化，不能为了迎合受众喜爱，在几个时间段里重复同一种人物形象的传递，这样只会让受众审美疲劳。媒体要多关注普通农民的经历，对不同地区的农民予以关注。紧贴现实进行创作，在展现社会变迁的同时注意内容的均衡，事物总是在不断发展的，在几年之内出现同质性非常高的作品，是万万不可的。每年的主题和角色特征都应该进行创新，争取每年都有新的故事内核和新的农民形象出现，让受众在潜移默化中重塑已有的农民形象。春晚自播出至今，四十年的农民形象共同组成一幅中国社会农民生活的画卷，但重复性和倾向性角色挤压更多真实农民的展示无疑不符合社会需要。

在春晚小品中出现的农民形象中北方农民个数远远超过南方农民个数，南方农民形象在呈现上存在塑造不清晰、令人印象不深刻等问题，整体来看，在于没有形成一个系统的宏观形象，缺乏代表性群体表演。现实生活中南方和北方农民由于所处区域和环境不同，面临的生活处境也不尽相同。而春晚却忽视了对南方形象的构建，小品节目中偏爱将陕西和东北当作农民形象生存的场所，以至于观众回味农民形象时脑中浮现典型的东北或陕西农民，这也间接影响生活中人们对于农民的印象。为了防止这种局部刻画人物，春晚在塑造以后的农民形象时应采取南北结合的策略，全方位弥补以往农民刻画倾向性明显的弊端。充分选取各个地方的经典地区农民形象，结合地区特色文化进行形象的创造，在条件允许的情况下还可以选取南方表演演员进行真实演绎，力求生动。从某种角度来说，这不仅可以完善观众眼里的农民

形象，也有利于地区文化和传统文化的传播。

立体化还体现在报道农民正面事迹时也不可忽视农民自身的困境。农民的生活虽然富裕起来了，精神追求也丰富起来了，但农民的烦恼和压力也不可不提。一味的宣传正向的东西不易于维护农民权利、提高社会关注。要坚持正确的导向，多关注农民身边的事例，深入农村建设第一线，切实挖掘各种有价值的事情。除了对农村干部的赞扬，也可多聚焦弱势农民群体的诉求，了解他们的真实境遇，要想解决问题，首先就得发现问题、直面问题。媒体对外界传播农民自身的处境，为解决农民问题提供了舆论支撑和群众监督，在进行形象构建时，性别也是不可忽视的因素，男性农民与女性农民的数量尽量均衡，受众在观看节目时希望获知的信息是全面丰富的，对性别的把控也有利于在塑造农民形象时构建良好的性别平等氛围。

媒体建构的农民形象是存在于真实农民形象与受众认知农民形象中的一个中间化状态。电视节目应不断扩大形象来源，丰富节目主题，关注农民生活的各个领域，媒体讲述农民故事时应以农民为主角，充分考虑农民经历的事实，助力农民形象传播的进步。春晚编排者在小品节目中注意拓宽视野，多方位选取代表性的角色，以此提高传播效果。

## 结语

2023 年国家统计局发表的数据显示，我国城镇人口 9.33 亿，乡村人口大概 4.77 亿，乡村人口仍然占据我国人口数的三成以上。<sup>①</sup>农民是社会生活的主体，全面建设社会主义现代化国家，最艰巨的任务仍在农村，农民形象的传播对于了解乡村建设的成果、实现农民自我认知、更好地改善农民生活、乃至传播中国形象都有着关键作用。

本文通过选取央视春晚小品中出现的农民形象进行研究，以社会建构论和刻板印象为理论依据，对 40 年来的农民形象进行梳理，从而得出农民形象的总体特征。主要可分为：农村发展困境的亲历者，乡土中国里的传统农民，改革大潮中的先行者三大类。并在此基础上细致化为九小类农民形象。基于这几种形象，发现春晚中的农民形象经历了从落后的形象到传统美德弘扬者，再到主动致富者，最后到政事参与者的变迁。由此分析得出春晚小品塑造的农民形象离不开现实世界与被建构世界的关联，农民形象的塑造取决于国家意志的表达需要，社会建构的创作需要和农民自身的需要。农民形象是国家意识形态、社会建构和自身发声三方面共同缔造的结果，不可避免地受到国家和社会的规约。春晚媒体对农民形象的塑造是一种积极的建构，但仍然存在局限性。虽然春晚在建构农民形象时模糊了刻板印象，但依旧存在表达浅显不深入，现实问题的缺失问题，且农民形象缺失与国家对于“三农”问题的不断关注是相违背的。

农民形象的媒介化传达决定了农民个体受关注的程度以及社会对农村发展情况的知晓，基于此对农民媒介形象建构的优势和劣势进行分析。春晚小品中农民形象的塑造离不开社会现状和历史背景，媒介在进行农民形象塑造时存在不足，媒介形象的传播一定程度上引发社会对农民形象的关注，完善媒体对农民形象的建构以及重塑新型农民形象对于重塑农民自我认知、改善农村环境、传播中国形象具有重大意义。在以后的春晚舞台中对农民形象进行塑造时，应坚持凸显农民主体地位，加强对于农民个体真实叙事的篇幅并坚持农民形象的立体化打造。只有在农民节目中

---

<sup>①</sup> 王萍萍.人口总量有所下降，人口高质量发展取得成效.[http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203\\_1898305.html](http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1898305.html)

关注农民现实生活，多方位选取角色，才能充分反映现实中的农民形象，让受众尽可能多方面多角度的了解真实的农民生活。

综上，本研究通过对历年春晚小品中的农民形象进行归纳，分类统计了40年来的所有农民形象，以农民形象为主线，并聚焦农民形象与国家发展之间的联系，对于每一类形象都挖掘背后的现实因素，并分析了农民在春晚舞台中的整体地位。为以后更好的传播农民形象，促进农村建设起到指引作用。与以往研究相比，涵盖的样本范围更广，同时也并未单纯以时间线来分段处理，考虑到了农民形象存在的交叉问题。内容分析的方法也让研究结果具有准确性，但由于时间紧迫，未能对其他群体的再现与农民形象做一个对比，希望在未来的研究中能进一步完善。

## 参考文献

### 一. 专著类

- [1] 李普曼. 《公共舆论》 [M]. 上海:上海世纪出版集团, 2006 年.
- [2] 李普曼. 《舆论学》 [M]. 北京:华夏出版社, 1989.
- [3] 黄旦.《传者图像:新闻专业主义的建构与消解》[M]. 上海:复旦大学出版社, 2005.
- [4] 塔奇曼. 《做新闻》 [M]. 北京:华夏出版社, 2006.
- [5] 吉特林. 《新左派运动的媒介镜像》 [M]. 北京:华夏出版社, 2005 年.
- [6] 周翔. 《传播学内容分析研究与应用》 [M]. 重庆大学出版社, 2014.
- [7] 乔治. H. 米德. 《心灵、 自我与社会》 [M]. 上海:上海译文出版社, 1992.
- [8] 约翰. 费斯克, 王晓钰、宋伟杰译. 《理解大众文化》 [M]. 中央编译出版社, 2001 年.
- [9] 斯图加特. 霍尔. 《表征: 文化表象与意指实践》 [M]. 商务印书馆, 2003.
- [10] 让 · 鲍德里亚. 《消费社会》 [M]. 南京大学出版社, 2014.
- [11] 本尼迪克特 · 安德森. 《想象的共同体》 [M]. 上海人民出版社, 2016.
- [12] 费孝通. 《乡土中国》 [M]. 上海人民出版社, 2019.

### 二. 论文类

- [1] 熊小林. 聚焦乡村振兴战略 探究农业农村现代化方略——“乡村振兴战略研讨会”会议综述 [J]. 中国农村经济, 2018.
- [2] 唐任伍. 新时代乡村振兴战略的实施路径及策略 [J]. 人民论坛. 学术前沿, 2018.
- [3] 张海燕. 浅析央视春晚媒介景观符号的构建 [J]. 新闻爱好者, 2013.
- [4] 陆学艺. 中国“三农”问题的由来和发展 [J]. 当代中国史研究, 2004.
- [5] 陈红. 浅析央视春晚小品的传播效果 [J]. 新闻世界, 2014.
- [6] 张媛. 符号再现与记忆建构: 传播仪式观视野下的“春晚” [J]. 电视研究, 2016.
- [7] 王朋进. “媒介形象”研究的理论背景、历史脉络和发展趋势 [J]. 国际新闻界, 2010.
- [8] 朱铁均. 媒介形象的研究现状及重新定义 [J]. 今传媒, 2006 (09).
- [9] 吴予敏. 论媒介形象及其生产特征 [J]. 国际新闻界, 2007 (11).
- [10] 童兵, 潘荣海. “他者”的媒介镜像——试论新闻报道与“他者”制造 [J]. 新闻大学, 2012 (02).
- [11] 江根源, 季靖. 地区媒介形象: 传统、权威与刻板印象 [J]. 新闻与传播研究, 2006 (04).
- [12] 夏倩芳, 张明新. 新闻框架与固定成见: 1979—2005 年中国大陆主流报纸新闻中的党员形象与精英形象 [J]. 新闻与传播研究, 2007 (02).

- [13] 风笑天. 独生子女: 媒介负面形象的建构与实证 [J]. 社会学研究, 2010, 25 (03).
- [14] 蔡骐, 曹慧丹. 焦裕禄: 媒介形象的建构与发展 [J]. 新闻记者, 2013 (04).
- [15] 李兴阳. 终结过程中的裂变与新生——新世纪乡土小说中的农民形象综论 [J]. 南京师大学报(社会科学版), 2013 (05).
- [16] 杨芸, 姚小烈. 改革开放以来农民形象的媒介框架演变——以《人民日报》为例 [J]. 铜陵学院学报, 2022, 21 (01).
- [17] 陈世海. 农民工媒介形象再现及其内在逻辑——基于央视春晚的分析 [J]. 青年研究, 2014 (05).
- [18] 黄顺铭. “镜子”与“探照灯”辨析——对新闻传播学中反映论与建构论的认识思考 [J]. 现代传播, 2003, (01).
- [19] 张春莲. 新型农民理论的国内文献综述 [J]. 安徽农业科学, 2008 (29).
- [20] 郭镇之. 从服务人民到召唤大众——透视春晚 30 年 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2012.
- [21] 李炳坤. 扎实稳步推进社会主义新农村建设 [J]. 中国农村经济, 2005 (11).
- [22] 王春光. 新生代农村流动人口的社会认同与城乡融合的关系 [J]. 社会学研究, 2001.
- [23] 朱定峰. 方言: 塑造电影人物形象的有效工具 [J]. 电影文学, 2007.
- [24] 解振明. 人们为什么重男轻女?!——来自苏南皖北农村的报告 [J]. 人口与经济, 1998.
- [25] 林升梁. 消费社会的身份认同与价值重建 [J]. 新闻大学, 2013.
- [26] 周师. 精准扶贫中农村基层干部的“微腐败”及其治理路径 [J]. 理论导刊, 2018.
- [27] 蔡昉. 人口迁移和流动的成因、趋势与政策 [J]. 中国人口科学, 1995.
- [28] 丁和根. 后现代与大众传媒的话语霸权 [J]. 江苏社会科学, 2000.
- [29] 俞虹. 当代社会阶层变迁与电视传播价值取向 [J]. 现代传播, 2002.
- [30] 王贵斌, 张建中. 媒介、社会真实与新闻文化的建构 [J]. 当代传播, 2004.
- [31] 吕新雨. 仪式、电视与国家意识形态——再读 2006 年“春节联欢晚会” [C]// 中国新闻教育学会传播学分会, 国际中华传播学会, 复旦大学信息与传播研究中心, 复旦大学新闻学院, 深圳大学传媒与文化发展研究中心. 2006 中国传播学论坛论文集 (I). 2006 中国传播学论坛论文集 (I), 2006.
- [32] 朱振明. 福柯的“话语与权力”及其传播学意义 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018.
- [33] 郭镇之. 从服务人民到召唤大众——透视春晚 30 年 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2012, 34 (10).
- [34] 谢卓潇. 春晚作为记忆实践——媒介记忆的书写、承携和消费 [J]. 国际新闻界, 2020, 42 (01).
- [35] 张海燕. 浅析央视春晚媒介景观符号的构建 [J]. 新闻爱好者, 2013, (04).

- [36] 方晓红, 贾冰. 论《人民日报》“农民形象”塑造——兼议衡量媒介三农报道的一个重要指标 [J]. 新闻界, 2005.
- [37] 陈映芳. “农民工” :制度安排与身份认同 [J]. 社会学研究, 2005.
- [38] 栾轶玫, 苏悦. “热呈现”与“冷遮蔽”——短视频中的中国新时代“三农”形象 [J]. 编辑之友, 2019.
- [39] 赵月枝, 沙垚. 被争议的与被遮蔽的:重新发现乡村振兴的主体 [J]. 江淮论坛, 2018.
- [40] 黄典林. 从“盲流”到“新工人阶级”——近三十年《人民日报》新闻话语对农民工群体的意识形态重构 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2013, 35 (09).
- [41] 陈寅, 董小玉. “电视的权力” :央视春晚仪式节目的文本读解 [J]. 新闻界, 2015, (23).
- [42] 杜中杰. 动荡中的嬗变——试论改革开放以来《人民日报》农村致富形象的变迁 [J]. 新闻与传播研究, 2000,
- [43] 陈开举. 构建完整的中国农民形象——赵本山1995—2000年系列小品解读 [J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2008, 44 (06) : 20-25.
- [44] 董小玉, 胡杨. 新生代农民工的大众媒介形象建构 [J]. 新闻界, 2011, (02)
- [45] 许向东. 一个特殊群体的媒介投影——传媒再现中的“农民工”形象研究 [J]. 国际新闻界, 2009, (10)
- [46] 张诗蒂. “哀其不幸, 怒其不争”新读——以农民工媒介形象为例 [J]. 西南政法大学学报, 2007, (06)
- [47] 刘宏宇, 李婧文, 白静. 媒介仪式的结构化与反结构化——评析央视春晚小品的叙事模式变迁 [J]. 国际新闻界, 2019,
- [48] 李庆豪, 杜浩. 乡村振兴战略下“三农”短视频的传播价值 [J]. 青年记者, 2020.
- [49] 吕新雨. 仪式、电视与意识形态 [J]. 读书, 2006, (08).
- [50] 徐勇. 国家整合与社会主义新农村建设 [J]. 社会主义研究, 2006, (01) : 3-8.
- [51] 林毅夫. “三农”问题与我国农村的未来发展 [J]. 农业经济问题, 2003, (01).
- [52] 吴敬琏. 农村剩余劳动力转移与“三农”问题 [J]. 宏观经济研究, 2002.
- [53] 李黎丹. 央视春晚意识形态运行模式的变迁 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2011.
- [54] 郭镇之. 乔治·格伯纳及其“电视教养”理论和“文化指标”研究 [J]. 国际新闻界, 2006, (01).
- [55] 张斌. 新闻生产与社会建构——论美国媒介社会学研究中的建构论取向 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2011, (01) : 23-27.
- [56] 刘桂玲, 张存. 从他塑到自塑:社会建构论视角下新时代中国青年身份的话语建构 [J]. 吉林师范大学学报(人文社会科学版), 2022, 50 (06) : 75-80.

[57] 赵万里, 李路彬. 日常知识与生活世界——知识社会学的现象学传统评析[J]. 广东社会科学, 2011(3).

[58] Hardin M, Dodd J E, Chance J, et al. Sporting images in black and white: Race in newspaper coverage of the 2000 Olympic Games[J]. Howard Journal of Communications, 2004, 15(4).

### 三. 学位论文类

[1] 宣宝剑. 媒介形象系统论[D]. 中国传媒大学, 2008.

[2] 张晓莺. 论框架理论与媒介形象之建构[D]. 暨南大学, 2008.

[3] 施学云. 论 20 世纪 80 年代以来小说中的农民形象及其文化内涵[D]. 南京师范大学, 2006.

[4] 张丽萍. 央视春晚中的农民形象再现研究[D]. 西北师范大学, 2011.

[5] 胡明锋. 春晚——一个世俗神话的建构与阐述[D]. 华中师范大学, 2011.

[6] 卢迎安. 媒介形象再现与社会真实建构: 国内主要报纸对农民形象的再现研究[D]. 苏州大学, 2004.

[7] 聂宽冕. 关于春晚 27 年农民及农民工形象再现的研究[D]. 中国社会科学院研究生院, 2010.

### 四. 电子资源类

[1] 《国家统计局数据库》

## 附录 A 央视春晚小品农民形象内容分析编码表

表 A.1

序号	分析类目	变量
1	节目年份	数字赋值, 如 1983
2	节目名称	/
3	节目发生场景	1=城市, 2=农村, 3=城乡结合部, 4=未知
4	节目议题	1=干群关系, 2=农民日常生活, 3=农民工生活, 4=农村发展问题, 5=社会时事, 6=城乡关系, 7=两岸关系, 8=纯搞笑, 9=其他
5	节目主题	1=揭露农民困境, 2=反映农民两性关系, 3=呼吁城乡互相理解, 4=歌颂两岸深情, 5=歌颂科技/祖国发展, 6=弘扬传统美德, 7=讽刺社会乱象, 8=歌颂农村干部, 9=赞扬农民(工)劳动者, 10=表现农民积极生活状态, 11=宣传农民奋斗精神 12=反映农民工诉求, 13=歌颂小人物的闪光点, 14=其他
6	节目与政策相关	1=是, 2=否, 3=无法识别
7	节目立场倾向	1=支持, 2=反对, 3=中立
8	节目与社会热点相关	1=是, 2=否
9	人物性别	1=男, 2=女, 3=混合
10	人物年龄	1=青年, 2=中年, 3=老年, 4=少年, 5=不明
11	人物身份	1=农民企业家, 2=个体种养殖户, 3=普通村民, 4=知识型农民, 5=厨师, 6=保姆, 7=农村干部, 8=洗车工, 9=保安, 10=服务员, 11=小贩, 12=明星, 13=清洁工, 14=心理医生, 15=未知, 16=学生, 17=农民工
12	人物来自地域	1=城市, 2=农村, 3=未知
13	语言	1=方言, 2=普通话
14	人物形象的塑造是否与演员本人高度适配	1=是, 2=否
15	外貌特征	1=带农村特色的穿搭, 2=时髦着装, 3=工作服, 4=其他
16	人物性格特征	1=勤劳真诚, 2=认真, 3=有责任感, 4=上进, 5=好学 6=爱国, 7=爱憎分明, 8=关心时事, 9=节约, 10=诚实, 11=隐忍, 12=学识渊博, 13=自信, 14=乐观, 15=机智, 16=正义感, 17=健谈, 18=直率, 19=淳朴, 20=老实, 21=善良, 22=幽默, 23=细心, 24=多才多艺, 25=孝顺, 26=知恩图报, 27=小心眼, 28=愚笨, 29=贪婪, 29=虚荣爱面子, 30=虚伪, 31=愚昧, 32=懒惰, 33=固执, 34=自私, 35=贪小便宜, 36=没文化, 37=阿谀奉承, 39=严谨, 40=勇敢, 41=迟钝, 42=循规蹈矩, 43=爱子/女心切, 44=单纯, 45=见利忘义, 46=好奇, 47=疑心重, 48=粗心大意, 49=小气, 50=乐于助人, 51=势力
17	人物形象是正面还是负面	1=正面, 2=负面, 3=中立
18	主角还是配角	1=主角, 2=配角