

分类号 \_\_\_\_\_  
U D C \_\_\_\_\_

密级 \_\_\_\_\_  
编号 10741



# 硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 泽州铁器的媒介形象建构研究

研究生姓名: 秦晨

指导教师姓名、职称: 王亚炜教授 王富海高级编辑

学科、专业名称: 新闻与传播

研究方向: 财经新闻

提交日期: 2022年5月29日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 秦晨 签字日期： 2022年6月3日

导师签名： 王世伟 签字日期： 2022年6月3日

导师(校外)签名： 王富海 签字日期： 2022年6月3日

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 秦晨 签字日期： 2022年6月3日

导师签名： 王世伟 签字日期： 2022年6月3日

导师(校外)签名： 王富海 签字日期： 2022年6月3日

# **Research on the Media Image Construction of Zezhou Iron Instrument**

**Candidate : Qin Chen**

**Supervisor: Wang Ya Wei**

## 摘 要

进入社会主义新时代以来,习近平总书记强调中国应该加大力度培养文化自信,高度重视我国非物质文化遗产的保护与传播。非物质文化遗产是中华优秀传统文化的重要组成部分,是中华文明可持续发展的不竭动力。对非物质文化遗产的媒介形象进行研究和分析,可以由点到面,推进我们深入理解和认知社会对非物质文化遗产的态度。也可以推动媒体引导公众建立和提升文化自信。目前学者对非物质文化遗产的研究主要集中在非物质文化遗产的传承与保护、传播、产业化等方面,关于非遗的媒介形象研究较为欠缺。

本文将泽州铁器作为研究对象,就媒体对泽州铁器的 675 篇报道进行分析。将报道年份分为 2015-2019 与 2019-2021 两个阶段,运用媒介形象建构理论和框架理论分析泽州铁器在不同阶段呈现的媒介形象。在主题框架方面,报道数量逐年增长;报道主题早期以泽州铁器相关的冶铁文化为主,后期以产业报道为主;报道体裁由新闻向通讯、新闻副刊转变;报道篇幅向精简发展;新闻来源由官方向民间转移,报道立场逐渐倾向正面。在内容框架,泽州铁器从初入非遗到走向全国。表达框架方面,泽州铁器从传统的文化习俗转变为创新发展的文化产业。整体形象的刻画为从有待完善的非遗到趋向商业化的泽州铁器。

媒体在对泽州铁器的报道中还存在报道广度不足、报道内容失实和商业化倾向、报道力度不足等问题。媒体工作者应该加强对报道主题的开发和扩展,完善行业内部非遗的相关规则和制度,加强对媒体工作者的新闻专业主义教育,增加对泽州铁器的深度报道以及增强与传承人的互动,激发传承人动力。

**关键词:** 非物质文化遗产 泽州铁器 媒介形象

## Abstract

Since entering the new socialist era, General Secretary Xi Jinping has stressed that China should intensify its efforts to cultivate cultural confidence and attach great importance to the protection and dissemination of China's intangible cultural heritage. Intangible cultural heritage is an important part of traditional Chinese culture and an inexhaustible driving force for the sustainable development of Chinese civilization. The research and analysis of the media image of intangible cultural heritage can promote our deep understanding and cognition of the society's attitude towards intangible cultural heritage from point to surface. It can also encourage the media to guide the public to build up and enhance their cultural confidence. At present, scholars' research on intangible cultural heritage mainly focuses on the inheritance, protection, dissemination and industrialization of intangible cultural heritage, and the media image research on intangible cultural heritage is relatively lacking.

In this paper, 675 reports have been analyzed. The reporting year is divided into two stages: 2015-2019 and 2019-2021, using the media image presented by the media image construction theory and framework theory. In terms of theme framework, the number of reports increased year by year; the early period was the iron smelting culture, and the industry

changed from news to communication and news supplement; the reporting length developed to streamlining; the news sources shifted from official to folk, and the reporting position became positive. In the content framework, Zezhou iron ware from the initial intangible cultural heritage to the whole country. In terms of expression framework, Zezhou Iron ware has changed from traditional cultural customs to innovative and developed cultural industry. The overall image is depicted from the intangible cultural heritage to be perfected to the commercialized Zezhou iron ware.

Media in the coverage of jersey iron lack of coverage, inaccurate content and commercialization tendency, reporting strength, media workers should strengthen the theme development and expansion, improve the industry internal intangible rules and system, strengthen the media workers news professional education, increase the depth of jersey iron reports and enhance the interaction with inheritance, inspire inheritance power.

**Key words:** intangible cultural heritage; Zezhou iron; media image

# 目录

<b>1. 绪论</b> .....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的及意义.....	2
1.2.1 理论意义.....	2
1.2.2 社会意义.....	3
1.3 研究综述.....	4
1.3.1 国内非物质文化遗产研究现状.....	4
1.3.2 国外非物质文化遗产研究现状.....	8
1.3.3 泽州铁器研究现状.....	10
1.3.4 研究述评.....	12
1.4 研究思路与方法.....	13
1.4.1 研究思路.....	13
1.4.2 研究方法.....	13
1.5 研究内容与创新点.....	14
1.5.1 研究内容.....	14
1.5.2 研究创新点.....	14
<b>2. 相关概念界定和理论综述</b> .....	15
2.1 概念界定.....	15
2.1.1 非物质文化遗产概念.....	15
2.1.2 泽州铁器概念.....	16
2.1.3 媒介形象.....	16
2.2 理论综述.....	17
2.2.1 媒介形象建构理论.....	17
2.2.2 框架理论.....	20

<b>3. “泽州铁器”的媒介形象建构</b> .....	27
3.1. 2015-2021年泽州铁器的报道概述.....	21
3.1.1 报道数量：政策驱动议程.....	21
3.1.2 报道主题：以铁壶为代表.....	23
3.1.3 新闻来源：由官方转向民间.....	24
3.1.4 报道体裁：以消息和通讯为主，新闻副刊为补充.....	25
3.1.5 报道倾向：正面为主.....	27
3.2 泽州铁器媒介形象建构的主题框架.....	27
3.2.1 2015-2019年：亟待保护的泽州铁器.....	28
3.2.2 2019-2021年：创新发展的泽州铁器.....	31
3.3 泽州铁器媒介形象建构的内容框架.....	35
3.3.1 2015-2019年：初走非遗之路.....	36
3.3.2 2019-2021年：走向全国的“铁壶”.....	38
3.4 泽州铁器媒介形象建构的表达框架.....	39
3.4.1 2015-2019年：传统文化习俗的非遗之路.....	40
3.4.2 2019-2021年：消费主义裹挟下的非物质文化遗产.....	43
3.5 泽州铁器的特征和总体形象.....	47
3.5.1 个体特征：日益完善的个体特质.....	47
3.5.2 整体画像：趋向商业化的非物质文化遗产.....	48
<b>4. 媒体对泽州铁器媒介形象建构的问题和不足</b> .....	49
4.1 报道主题：报道范围广度不足，形成刻板印象.....	49
4.2 报道内容：新闻失实、商业化报道.....	50
4.2.1 媒介形象呈现片面真实.....	50
4.2.2 过度强调商业化.....	51
4.3 报道力度：缺乏深度报道、忽视传承人.....	52
4.3.1 对泽州铁器的浅层化报道.....	52
4.3.2 传承人受关注度低，陷入传承困境.....	53
<b>5. 提升泽州铁器媒介形象建构的策略</b> .....	56

5.1 加强对报道主题的开发和扩展 .....	56
5.2 完善行业内部相关规则制度 .....	57
5.3 加强对工作者进行新闻专业主义教育 .....	57
5.4 增加对泽州铁器的深度报道 .....	58
5.5 增强与传承人的互动，激发传承人动力 .....	59
<b>6. 总结 .....</b>	<b>60</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>61</b>
<b>附录 .....</b>	<b>67</b>
附录一 .....	67
附录二 .....	67
<b>后记 .....</b>	<b>69</b>

# 1. 绪论

## 1.1 研究背景

泽州铁器是一项传统冶铁技术，主要在山西省晋城市泽州县、沁水县、阳城县一带流传。泽州县境东北与陵川县为邻，南和东南与河南省新乡市辉县、河南省焦作市中站区、修武县、博爱县、沁阳市、济源市交界；西与阳城县毗连；西北与沁水县相邻；北与高平市接壤，处于山西与河南两省的交汇处。独特的地理环境不仅给泽州带来了便利的交通条件，也给泽州提供了丰富的物质资源。因此，泽州诞生了许多非物质文化遗产，如艺术类国家级非遗秧歌戏（泽州秧歌）、曲艺类国家级非遗泽州四弦书。泽州铁器是技术类的非遗代表之一，本文之所以选择泽州铁器作为研究对象，基于以下几点原因：

第一，泽州冶铁历史悠久，铁资源丰富

晋城古称泽州，煤炭和铁矿石资源丰富，炼铁业历史悠久。早在春秋战国时代，泽州就开始了铁业生产，战国著名的“阳阿剑”就出自晋城大阳镇（大阳古称阳阿）。战国时期著名的“长平之战”中，韩、赵所用的兵器均为泽州所造。汉代时，泽州的采煤、炼铁已经颇具规模。国家设立的冶铁制作所，铁器制造已具国家规模。德国地质学家李希霍芬在其著作《中国》书中估算，泽州县年产铁为72000吨，占当时山西省铁总产量一半以上。乔志强《山西冶铁史》记载，清末时晋城县有方炉470座，炒炉62座，条炉248座，锅货炉150座，铍炉13座，碎货炉1500座。悠久的历史积淀与丰富的铁矿资源给泽州铁器的发展提供了优异的条件，具有很大的研究价值。

第二，学术界对泽州铁器的研究不充足

目前对泽州铁器的研究还没有传承人或相关研究学者公开出版专著，仅在《泽州古铁器 山西省晋城市文史》《晋商史料全览-晋城卷》《晋城市非物质文化遗产保护丛书 名录图典》中有所研究。《泽州古铁器 山西省晋城市文史》主要对泽州县、阳城县冶铁历史进行梳理和论述，介绍了三位冶铁技术传承人的生活历程以及泽州铁器当下的制作流程与存在形式。《晋城市非物质文化遗产保护丛书 名录图典》只对泽州铁器做了简单的介绍。目前研究泽州铁器的学术性论文仅有4篇，因此泽州铁器有着极大的研究前景。

### 第三，自身展开研究的现实需要

笔者自幼在山西省晋城市生活，作为土生土长的晋城人，对晋城市的铁器以及当地的非物质文化遗产有浓厚的爱好和兴趣。同时作为一名新闻与传播专业的研究生，对家乡的非物质文化遗产进行研究是笔者的目标。希望通过研究可以进一步推动泽州铁器的保护与传播，提升晋城市的城市形象。

## 1.2 研究目的及意义

泽州铁器是指晋城市传统铁器铸造的手工艺品，主要制品为铁壶、铁锅和钢针，现已由多项技术的融合发展为一种文化在当地流传。早在春秋战国时期晋城就盛行冶炼，至今已有二千七百多年的历史。泽州铁器作为一种实用与收藏结合的工艺品，是非遗的重点研究对象。自1780年日本茶道理念传入中国后，铁壶在饮茶中的地位不断提高，我国的冶铁工匠也开始从事铁壶的制作。自二十一世纪来，伴随互联网的飞速发展，自媒体的浪潮风靡，泽州铁器的市场从本地扩展到全国乃至海外，得到了巨大的发展。但复杂繁琐的铸造制作工艺使得泽州铁器的手工艺人群呈现出青黄不接、断代的趋势。为了保护这项传统手工技艺，晋城市文化馆开始非遗工作的申请。2007年，在山西省第一批非物质文化遗产保护名录中，阳城冶铁技术（泽州铁器）被列入国家级非物质文化遗产。目前泽州铁器的相关研究资料和学术论文很少，十分不利于其传承与保护。

本文的研究目的为：通过文本分析法、田野调查法对泽州铁器展开调查研究，综合媒介形象建构和框架理论，对泽州铁器报道的主题框架、内容框架、表达框架进行分析，提出目前泽州铁器媒介形象建构中存在的问题和不足，探寻提升泽州铁器媒介形象的构建策略，挖掘背后的文化内涵与社会价值。本文对泽州铁器的研究有着理论意义和社会意义。

### 1.2.1 理论意义

(1) 有助于我们了解泽州铁器的发展现状、现存的技术机制、工艺品的艺术特点等内容，探寻其历史来源。目前在晋城市内流传的冶铁文化种类多样，传统冶铁技术主要有阳城生铁冶铸技艺、大阳手工制针，民间习俗主要有泽州打铁花等。作为多种艺术集大成的泽州铁器文化吸收了二千七百多年来的艺术精华、

民情风俗，其内容在不断丰富。因此，对泽州铁器的调查研究可以使我们更加了解其历史形成与发展现状。

(2) 丰富泽州铁器研究成果。目前国内对于泽州铁器的研究仍处于起步阶段，仅仅是对泽州铁器的历史形成进行总结和阐述，未能形成较为系统的研究，在泽州铁器传承人方面尤其存在研究的不足。由于泽州铁器的传承人大多数都是中老年人，对于泽州铁器的铸造技艺尚使用口头传授的方式进行传承，因此对于泽州铁器文化的保护与传承刻不容缓。在通过田野访谈后获得一手的直接资料可以极大丰富目前泽州铁器的研究成果。

(3) 对媒介形象建构论的补充。从传播学视角对非物质文化遗产进行的研究大多是在新媒体背景下对非遗传播策略进行分析，过于重视媒介带来的效果而忽略了传播过程中传者、中介（媒介）、受众三方的互动。本文基于传播学视角，结合问卷调查法、田野访谈法、文本分析法等研究方法，对具有代表性的非物质文化遗产传播研究内容，扩展了非物质文化遗产研究视角，另一方面也对媒介形象建构论的实际应用进行了补充，有一定的参考价值。

### 1.2.2 社会意义

(1) 推动非物质文化遗产的保护与传承。随着互联网时代的到来，我国社会经济迅速增长，国民的生活方式和娱乐方式都有了许多新的变化。在如今的传播环境中，传统媒体发挥的效能在不断减弱，新媒体传播逐渐成为主流。泽州铁器文化在新的时代背景下与互联网相结合并迅速发展，但其文化记载的多种手工艺技术仍保留着古老的口头传播方式。若不能从传承源头解决问题，泽州铁器发展的前景只是海市蜃楼而已，终将因传承断绝而消失在时代的变迁中。尽管我国在 2005 年颁布了《关于加强我国非物质文化遗产保护工作的意见》等文件来加强对非物质文化遗产保护的力度，但一些珍贵的非物质文化遗产还是消失在公民的视野之下。因此，对泽州铁器的研究十分必要。通过对其现状进行调查和研究，既可以从实际出发为当地政府和机关提供一手资料，也可以提高社会公众对泽州铁器的关注度，促进其保护与传承。

(2) 持续推进当地文化文化产业发展。泽州铁器扎根于晋城市的泽州县、阳城县和沁水县等周边县区。因此研究泽州铁器也给当地发展较为缓慢的乡村文

化产业带来了新的活力。至今为止国内重点研究市级及以上的文化产业，对于县级、乡镇级关注较少，且学者们对于文化产业的具体运作流程研究未能做到因地制宜。因此，笔者对于泽州铁器的实地调查和研究可以给当地文化产业的发展提供本地的一手资料，期望给其他学者提供实践经验和研究方向。

### 1.3 研究综述

非物质文化遗产是一个国家和民族历史文化成就的重要标志，是优秀传统文化的重要组成部分。我国对非物质文化遗产保护的起步较晚，但近年对非物质文化遗产的研究速度飞速增长，势头迅猛。2005年，非物质文化遗产普查工作在全国性全面展开，学者运用传播学、社会学、民俗学等理论对非物质文化遗产进行研究，取得了大量学术成果。本文将从国内非物质文化遗产研究与国外非物质文化遗产研究以及国内泽州铁器研究三个方面对文献进行整理和综述，来对目前非物质文化遗产和泽州铁器的研究动态获得全面的认识。

#### 1.3.1 国内非物质文化遗产研究现状

通过在 CNKI 搜索主题“非物质文化遗产”，学科为新闻与传媒，共得到论文 692 篇，以下图 1.3 是其发表年度趋势图

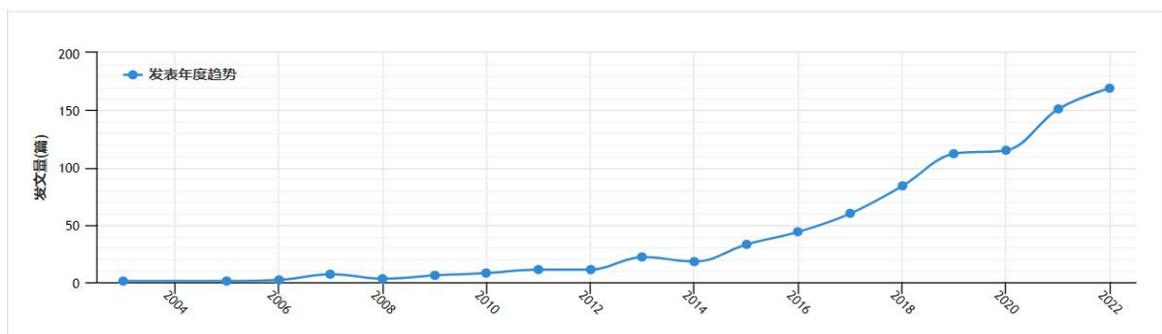


图 1.3 发表年度趋势图

可以看出国内学者对非遗的研究始于 2003 年，并且对非遗的研究热度逐年上升，从 2016 年至今，每年的非遗学术研究成果都在大幅增加。国内学者对非遗的研究方向和研究范围不断扩大，笔者整理和归纳这 692 篇学术成果后，利



保护展开研究,提出从确立理发理念和规则,健全公众参与机制来保护传统村落遗迹<sup>3</sup>。高密(2019)从知识产权的角度对我国体育非遗进行研究,提出应建立以公法为主、私法兼顾的法律保护模式<sup>4</sup>。

非遗的数字化保护方面,周亚、许鑫(2017)认为诸如图书馆、博物馆等档案记录场所应积极承担非遗保护工作的职责<sup>5</sup>。杜浩(2018)研究博物馆的元数据标准,期望解决博物馆中非遗保护的数据泄露等问题<sup>6</sup>。卫瑶(2021)针对非遗的数字化保护与推广进行了APP的视觉设计<sup>7</sup>。李江(2020)从数字化保护与非遗著作权的关系出发,提出对外授权是鼓励非遗保护与传承的一种手段<sup>8</sup>。同时,也有学者针对不同地区的非遗数字化保护展开案例分析与研究,如袁崧林(2018)对山西面塑这一非遗进行个案研究<sup>9</sup>;李丛(2017)对河南省非遗数字化建档保护问题进行研究<sup>10</sup>。随后学者开始展开对非遗数字化保护的深度挖掘与思考,宋俊华、王明月(2015)认为在非遗数字化保护中,存在过于重视非遗文化形式而忽视非遗文化内涵和意义的问题,并提出应建立“参与式保护”的理念<sup>11</sup>。

在非遗的生态化保护方面,宋俊华、王明月(2015)认为在非遗保护工作中,要抓住保护“非遗生命力”这一核心理念<sup>11</sup>。王宁宁(2019)在对体育非遗研究中,从生态治理角度出发提出守住基因、恰当转换、数字传播等生态治理方案<sup>12</sup>。

(2) 非物质文化遗产的传承。非遗传承人是非物质文化遗产的传承者,同时也是激发非遗活力的创造者。目前国内学者对非遗传承的研究主要有非遗传承

<sup>3</sup> 杨莹. 传统村落遗迹保护的法律制度研究[D]. 重庆大学, 2017.

<sup>4</sup> 高密. 我国体育非物质文化遗产立法保护的借鉴与建议研究[D]. 深圳大学, 2019.

<sup>5</sup> 周亚, 许鑫. 非物质文化遗产数字化研究述评[J]. 图书情报工作, 2017, 61(02): 6-15. DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2017.02.001.

<sup>6</sup> 杜浩. 非遗数字化保护中元数据标准研究[D]. 云南艺术学院, 2018.

<sup>7</sup> 卫瑶. 非物质文化遗产的数字化推广研究及APP视觉设计[D]. 宁夏大学, 2021.

<sup>8</sup> 李江. 数字化非物质文化遗产的著作权保护[D]. 扬州大学, 2020. DOI:10.27441/d.cnki.gyzdu.2020.001378.

<sup>9</sup> 袁崧林. 山西面塑艺术的数字化保护与品牌传承[D]. 山东大学, 2018.

<sup>10</sup> 李丛. 河南非物质文化遗产数字化建档保护问题与对策研究[D]. 武汉大学, 2017.

<sup>11</sup> 宋俊华, 王明月. 我国非物质文化遗产数字化保护的现状与问题分析[J]. 文化遗产, 2015(06): 1-9+157.

<sup>12</sup> 王宁宁. 体育非物质文化遗产生态治理研究[J]. 当代体育科技, 2019, 9(28): 231-232. DOI:10.16655/j.cnki.2095-2813.2019.28.231.

人概念的界定、非遗传承模式以及非遗传承过程中存在的问题。

曹明明(2019)对非遗传承人的概念与特点进行了界定,认为非遗传承人是非遗保护工作中的重心<sup>13</sup>。何建良(2017)认为非遗传承工作中存在传承人保障、非遗传承环境等问题,提出应完善传承人保障制度、保护传承人传习空间等策略<sup>14</sup>。陈亮(2017)指出应加强对非遗文化宣传,提升非遗传承人的媒介素养培养<sup>15</sup>。也有学者对新媒体环境下非遗传承进行研究,张嘉星、肖爱云(2019)提出建立新媒体环境下互联网+的非遗传承模式<sup>16</sup>。杜洁莉(2017)指出在新媒介场域中的创新型传承模式:校园培养模式、学徒培养模式与社会培养模式<sup>17</sup>。

(3) 非物质文化遗产的“产业化”。目前国内学者对非遗“产业化”的研究主要分为对非遗“产业化”的发展研究、对非遗“产业化”影响的思考以及非遗“产业化”的旅游开发研究。张皓(2013)认为在非遗“产业化”工作中最重要的是加强政府引导与保留传统艺术特色<sup>18</sup>;黄艳(2016)强调非遗传承人在产业中的地位,培养创意型人才有效对接非遗“产业化”市场<sup>19</sup>。

也有学者对非遗“产业化”带来的影响展开研究,刘石磊(2015)认为非遗“产业化”破坏了非遗原有的生态,提出应完善非遗“产业化”相关法律制度,发挥地方政府和机关的监督职能<sup>20</sup>。陶丽萍(2021)认为非遗“产业化”需要发挥非遗文化的赋能作用,不应过度重视非遗带来的商业利益<sup>21</sup>。

在非遗的旅游开发研究方面,刘志霞(2019)提出非遗旅游开发应注意可持续发展问题,要权衡环境保护与旅游开发的矛盾<sup>22</sup>。尚雯迪(2017)指出要开发

<sup>13</sup> 曹明明. 论非物质文化遗产保护中的传承及传承人[J]. 中国民族博览, 2019(07):48-49.

<sup>14</sup> 何建良. 非物质文化遗产传承人保护中存在的问题与对策[J]. 学理论, 2017(06):154-155+164.

<sup>15</sup> 陈亮. 地方非物质文化遗产传承人媒介素养问题探析[J]. 郑州师范教育, 2017, 6(06):59-61+75.

<sup>16</sup> 张嘉星, 肖爱云. 新媒体环境下运城市非物质文化遗产传播策略研究[J]. 传播力研究, 2019, 3(13):19+21.

<sup>17</sup> 杜洁莉. 新媒介场域中非物质文化遗产的创新性传承[J]. 浙江传媒学院学报, 2017, 24(04):53-58. DOI:10.13628/j.cnki.zjcmxb.2017.04.009.

<sup>18</sup> 张皓. 曲阳石雕的传承与产业化研究[D]. 河北大学, 2013.

<sup>19</sup> 黄艳. 南昌非物质文化遗产商业化经营研究[D]. 江西财经大学, 2016.

<sup>20</sup> 刘石磊. 非物质文化遗产产业化法律规制研究[D]. 河北师范大学, 2015.

<sup>21</sup> 陶丽萍, 刘源深. 非遗产业化之路: 文化赋能的内容与特征[J]. 长江大学学报(社会科学版), 2021, 44(04):26-30.

<sup>22</sup> 刘志霞. 山东“非遗旅游”可持续发展研究[J]. 文化产业, 2019(14):5-8.

融合型非遗旅游模式，即将非遗的生态同旅游的娱乐性结合<sup>23</sup>。

### 1.3.2 国外非物质文化遗产研究现状

相比于国内而言，国外学者对于非物质文化遗产的研究起步较早。最早出台历史文化遗产保护法的国家是法国。最早开始对非遗进行研究的国家是日本，上世纪50年代日本就颁布了关于保护无形文化财产的相关法律。世界各国随后相继展开对非遗的研究，在收集的文献中，筛选学科新闻与传媒仅有17篇，因此笔者将范围扩大到文学类学科，共获得有效文献750篇。经过梳理，分析得出目前国外对非遗的研究角度主要有非遗的概念、非遗的保护以及对非遗保护的案例分析。

(1) 非物质文化遗产的概念研究。早期国外学者多从非遗的概念、价值辨析出发，以期获得对非遗清晰的认识。Mountcastle Amy (2010) 以藏族为例，从国家的角度将物质文化遗产与非物质文化遗产进行对比，并定义了非物质文化遗产的概念与范围<sup>24</sup>。Davis Peter (2012) 认为非物质文化遗产的定义与划分不应局限于某一国家或地区，而是要根据其所处的地理环境进行区分，并且世界各国要共同合作来保护非物质文化遗产<sup>25</sup>。Simonic Peter (2012) 从非遗的文化价值角度进行研究，他认为非物质文化遗产需要与文化财产区分开来，在保护非遗的过程中应重视保护相关的文化权利以及提高文化意识<sup>26</sup>。Min Wang (2014) 详细划分了非物质文化遗产的知识分类，对非物质文化遗产的知识特征进行界定<sup>27</sup>。

(2) 非物质文化遗产的保护研究。国外学者对非遗保护的研究主要从非遗的立法保护、非遗的数字化保护以及非遗的旅游开发实践三方面进行研究。

在非遗的立法保护方面，Boswell (2005) 对《非物质文化遗产保护公约》

<sup>23</sup> 尚雯迪. 浅论非物质文化遗产旅游的意义和建议[J]. 现代交际, 2017(19): 43.

<sup>24</sup> Mountcastle Amy. Safeguarding Intangible Cultural Heritage and the Inevitability of Loss: a Tibetan Example[J]. Studia ethnologica Croatica, 2010, 22(1):

<sup>25</sup> Stefano Michelle L., Davis Peter, Corsane Gerard. Safeguarding Intangible Cultural Heritage[M]. Boydell & Brewer: 2012-04-19.

<sup>26</sup> Nikočević Lidija, Gavrilović Ljiljana, Hrovatin Mirela, Jelinčić Daniela Angelina, Kale Jadran, Ratković Dragana Lucija, Mountcastle Amy, Simonič Peter, Zebec Tvrtko. Culture or Heritage? The Problem of Intangibility?[J]. Etnološka tribina : Godišnjak Hrvatskog etnološkog društva, 2012, 42(35):

<sup>27</sup> Min Li Dai, Chuan Ming Sun, Min Wang. Research on the Knowledge Character and Classification of Intangible Cultural Heritage[J]. Applied Mechanics and Materials, 2014, 3463(643-643):

进行研究,指出非遗的保护需要世界上每一个国家都遵守这一公约<sup>28</sup>。Fei Dai (2019)对南非非物质文化遗产保护现状及存在的问题提出了建立非遗法律制度,在立法层面提出了建议<sup>29</sup>。Haijing Shi (2020)认为在新媒体环境下非遗保护的重心仍在立法层面,需要通过相关法律来保护非遗传承人的个人权利<sup>30</sup>。

在非遗的数字化保护方面,Wanni Huang (2019)认为将区块链技术应用与非遗的数字化保护中有利于非遗数据和资料的保护与管理<sup>31</sup>。Xin Yong Yu (2020)指出数字虚拟技术可以提升非遗数字化保护与传播的效果,但仍需重视保护非遗的原生态<sup>32</sup>。Xi Deng (2014)认为数字化技术可以将非遗的保护“物质化”,有利于非遗数字档案的建立以及对非物质文化遗产的有效利用<sup>33</sup>。

在非遗的旅游开发实践方面,Yue Zhang (2018)认为建立数字化景区可以大幅度提高游客对非物质文化遗产的了解度和关注度<sup>34</sup>。Zhi Fei Feng (2014)实地调研后发现非遗保护与宣传程度与非遗旅游产业发展的关系,他认为非遗宣传效果越显著,非遗旅游产业的经济效益越高<sup>35</sup>。Zhi Qing Zhao (2014)研究了非遗旅游产业中建筑特点与非遗保护与宣传的关系,研究认为还原非遗原始特点的

<sup>28</sup> CONVENTION FOR THE SAFEGUARDING OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE[J].

Australian Indigenous Law Reporter,2005,9(1):

<sup>29</sup> The Governance of Safeguarding. Comments on Article 2.3 of UNESCO's Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage[J]. Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology,2019,16(16):

<sup>30</sup> Haijing Shi. The Predicament and Countermeasures of the Protection of World Intangible Cultural Heritage[P]. 2020 3rd International Conference on Interdisciplinary Social Sciences & Humanities,2020.

<sup>31</sup> Wanni Huang,Fei Dai. RESEARCH ON DIGITAL PROTECTION OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE BASED ON BLOCKCHAIN TECHNOLOGY[J]. Information Management and Computer Science;;Information Management and Computer Science;;Information Management and Computer Science;;Information Management and Computer Science,2019,2(2):

<sup>32</sup> Xinyong Yu,Yanli Dai. Research on the Application of Digital Virtual Technology in the Protection and Innovation of Intangible Cultural Heritage in China —Three Types of Carvings in Huizhou as an Example[P]. Proceedings of the 2020 4th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2020),2020.

<sup>33</sup> Xi Deng,Chong Shen. Applied-Digitization Technology and Animation Abstract in the Protection and Inheritance of Intangible Cultural Heritage[J]. Applied Mechanics and Materials,2014,3207(556-562):

<sup>34</sup> Yue Zhang,Mingqing Han,Weiwei Chen. The strategy of digital scenic area planning from the perspective of intangible cultural heritage protection[J]. EURASIP Journal on Image and Video Processing,2018,2018(1):

<sup>35</sup> Zhifei Feng. Analysis on Intangible Cultural Heritage Development——Taking Original Ecological Folk Song as an Example[C]//Proceedings of 2014 4th International Conference on Education and Education Management(EEM 2014 V66),,2014:42-44.

建筑构造更有利于提升游客对景区的关注度<sup>36</sup>。

(3) 非物质文化遗产案例研究。Stachowiak (2016) 以东波马拉尼亚宗教习俗为例, 阐述了当地宗教习俗对公众的影响, 提出非物质文化遗产可以促进民族凝聚力的观点<sup>37</sup>。Ross Sara (2016) 选取加拿大音乐文化为研究对象, 探究了城市文化空间对非物质文化遗产管理的影响, 认为需要建立多层级的城市文化空间来促进非物质文化遗产的管理与传播<sup>38</sup>。Taylor Diana (2016) 分析了美国传统音乐的“再演唱”后, 她认为经过歌手的“再演唱”后, 传统音乐的文化价值和特点消弭了, 指出非遗文化的再创作需要保留非遗原有的文化价值<sup>39</sup>。Danilo (2015) 在对维基百科上美国保留时间最长的五项非遗进行实地调研后得出, 影响非遗传承与保护的因素主要有非遗文化的表现水平、非遗传承人的文化水平等<sup>40</sup>。Gyoocho Lee (2018) 分析了韩国的饮食习惯与烹饪技术等非遗后, 认为在上述文化的申遗过程中, 韩国缺乏对非遗文化的认识而是炫耀其民族文化, 因此不能将韩国的饮食及烹饪技术列为非遗名录中<sup>41</sup>。

### 1.3.3 泽州铁器研究现状

泽州铁器作为晋城市冶铁文化的代表之一, 有着浓厚的历史和文化底蕴, 是优秀的非物质文化遗产。通过在 CNKI 搜索主题“泽州铁器”、“阳城冶铁技术”, 共获得文献 19 篇。可以得出目前国内学者对泽州铁器的研究较少, 主要集中于对泽州铁器的历史形成、泽州铁器的保护和泽州铁器产业化三个角度。

#### (1) 泽州铁器的历史形成

<sup>36</sup> Zhi Qing Zhao, Li Tao. Study on Intangible Cultural Heritage Protection of the Architectural Cultural Heritage[J]. Applied Mechanics and Materials, 2014, 3489(638-640):

<sup>37</sup> Andrzej Stachowiak. Religious Customs and Places of Worship as Components of the Intangible Cultural Heritage in Eastern Pomerania[J]. Łódzkie Studia Etnograficzne, 2016, 55:

<sup>38</sup> Ross Sara Gwendolyn. Preserving Canadian Music Culture: The Case of the Silver Dollar Room and the Intangible Cultural Heritage Management of Urban Spaces of Culture[J]. Architecture\_MPS, 2016, 10(2):

<sup>39</sup> TAYLOR Diana. Saving the "Live"? Re-performance and Intangible Cultural Heritage[J]. ETUDES ANGLAISES, 2016, 69(2):

<sup>40</sup> Danilo Giglito. Enhancing Community Heritage Empowerment through Wiki Software[P]. Computer Supported Cooperative Work & Social Computing, 2015.

<sup>41</sup> Gyoocho Lee. How to Protect Traditional Food and Foodways Effectively in Terms of Intangible Cultural Heritage and Intellectual Property Laws in the Republic of Korea[J]. International Journal of Cultural Property, 2018, 25(4):

在对泽州铁器历史形成研究中,有的学者选取历史上某一时期泽州的冶铁业与冶铁技术进行研究。韩冬(2020)认为阳城的冶铸作坊兴建于东周时期,属于李家窑虢国的都城<sup>42</sup>。郭娟娟(2006)分析了宋元明清时期山西地区矿点分布、冶铁业的生产经营方式、冶铁技术、主要铁产品及其销售<sup>43</sup>。张礼慧(2012)研究了清代泽州工商业的特点,指出泽州冶铁业衰落的原因主要是外国资本的输入和国内封建经济体系的崩溃<sup>44</sup>。也有学者梳理了泽州铁器历史脉络,原建猛(2014)提出泽州铁器的形成始于春秋战国时期,泽州一直都是军事生产重地,直至清末逐渐走向衰落。进入20世纪以来,随着泽州铁器的转型,泽州铁器的代表作铁壶开始在当地流通,至今铁壶已成为泽州铁器的灵魂产品畅销国内外<sup>45</sup>。

### (2) 泽州铁器的保护

刘瑶(2021)在对泽州铁器的保护现状进行分析和研究后,提出应积极开展对铸铁艺术的地域性文化宣传、建设铁器主题博物馆、搭建文化旅游产业链推动铸铁艺术的可持续发展<sup>46</sup>。刘海燕(2017)认为泽州铁器文化的传播在泽州铁器保护中有重要的作用<sup>47</sup>。

### (3) 泽州铁器产业化

明文(2019)以泽州县南村镇兴建的铸造产业园为例,提出建造聚集型产业园有助于加速泽州铁器产业化发展,提高泽州铁器产业化活力<sup>48</sup>。胡春良(2020)以晋韵堂铁货公司为例,对在第四节山西文博会上晋韵堂的铁壶展品艺术特点、功能设计进行分析,指出应大力发展泽州铁器产业以提升泽州铁器的文化影响力<sup>49</sup>。

<sup>42</sup> 韩冬. 东周时期冶铸作坊研究[D]. 郑州大学, 2020. DOI:10.27466/d.cnki.gzzdu.2020.000354.

<sup>43</sup> 郭娟娟. 宋元明清山西铁矿开采与冶铁业发展述论[D]. 山西大学, 2006.

<sup>44</sup> 张礼慧. 清代泽州府工商业经济研究[D]. 陕西师范大学, 2012.

<sup>45</sup> 原建猛. 泽州铁器转型之变[N]. 发展导报, 2014-05-06(004). DOI:10.28238/n.cnki.nfzdb.2014.000117.

<sup>46</sup> 刘瑶. 山西阳城铸铁艺术可持续发展策略研究[J]. 明日风尚, 2021(06):167-168.

<sup>47</sup> 刘海燕. 晋城铁器文化的回归——兼论科技文化融合的时代意义[J]. 长治学院学报, 2017, 34(03):27-30.

<sup>48</sup> 明文. 泽州县南村镇:崛起绿色铸造产业园[J]. 记者观察, 2019(25):48-49.

<sup>49</sup> 胡春良. 晋城铁壶——传统铁器铸造手工艺的杰出代表[J]. 铸造设备与工艺, 2020(02):54-56. DOI:10.16666/j.cnki.issn1004-6178.2020.02.017.

### 1.3.4 研究述评

通过对国内外非物质文化遗产的研究文献进行梳理后,得出学者们从不同学科进行定量与定性研究。非遗的研究现状与未来研究趋势述评如下:

(1) 非遗研究现状述评。从国内外学者的研究成果来看,国外对非遗的研究早于国内,国外学者的研究重心从最初对非遗的概念、价值进行界定和辨析进而转为对非遗的立法保护、数字化保护与旅游开发实践,体现了学者与时俱进的研究理念。国内学者虽然对非遗的研究起步较晚,但在吸纳了国外丰富的非遗研究经验后,国内学者对非遗研究角度进行了深度扩展。国内研究更倾向于因地制宜,即根据我国独有的地区划分体系对非遗提出以当地发展相匹配的保护、传播策略。在数字化保护方面,国内外学者都认为应积极发挥公共性产业如博物馆、图书馆、档案馆的数据和资料的收集与整理作用;鼓励数字化技术如虚拟现实技术、区块链技术等来进一步推动非遗保护工作的进行。在立法保护方面,国内学者提出在遵守国际非遗保护法律法规的同时,应根据不同地区各自环境的不同建立规范更为具体的非遗保护法律和制度。在泽州铁器的研究文献中,因泽州铁器属于地域性非物质文化遗产,因此学者对其研究仍处于起步阶段,仅对泽州铁器的历史形成、发展现状以及泽州铁器的相关产业进行研究。

(2) 未来的研究趋势。在互联网时代背景下,“新媒体”、“数字化”势必会成为非遗研究的主要方向。文学、社会学、传播学、考古学等多学科交叉的研究将会成为新的研究趋势。一方面非物质文化遗产的保护与传承、传承人的继承与培养仍是非遗研究的重点,不可忽视。另一方面在文旅融合背景下非物质文化遗产产业化的开发,进行创新性的旅游开发是研究的热点。目前非物质文化遗产的保护与传播还未成熟,学者未能建立一个完整的理论研究体系。在未来的研究中,非物质文化遗产与公众的互动、建立完整的非遗保护与传播模式等都是新的方向和角度。

综上所述,笔者认为研究非物质文化遗产这一无形财产在保护与传播过程中其构建的社会形象、媒介形象的研究相对较少。如何研究和分析得出非物质文化遗产的“外在形象”,进而结合上述文献的研究成果提出非物质文化遗产的保护与传播策略,具有重要的理论与实践价值。

## 1.4 研究思路与方法

### 1.4.1 研究思路

本文以媒介形象建构理论为支撑,对山西省晋城市泽州铁器国家级非物质文化遗产展开研究。首先,通过查阅和梳理现有文献对非物质文化遗产的相关研究成果进行综述,同时对相关概念和理论进行阐述。其次,在正文部分先就媒体对泽州铁器的报道情况进行分析,从高、中、低三层结构剖析媒体对泽州铁器形象的建构;再进一步指出目前泽州铁器媒介形象建构存在的问题与不足;最后,针对上述研究结果提出提升泽州铁器媒介形象建构的策略,优化泽州铁器媒介形象。

### 1.4.2 研究方法

(1) 文本分析法:文本分析法是指尽可能全面、系统的收集文献、并对文献进行研究主题的遴选、细分研究方向、整理研究成果的一种方法。本研究文献收集了“非物质文化遗产”及相关理论的文献,对文献进行整理、归纳和分析,充分理解了目前该研究主题的研究现状及研究成果,为论文的进一步研究提供理论依据。

(2) 田野调查法:田野调查法是指通过实地访谈的方式深入研究对象所在的研究地域,通过观察实地情况、访谈研究对象等手段获取一手的研究数据和资料。本文使用田野调查法的具体流程为:2020年2月与晋城市晋韵堂古泽州铁货开发有限公司管理层进行沟通,2020年2月10日至15日在晋韵堂公司总部了解了晋韵堂公司的创办历史与发展现状;2020年2月26日前往泽州县大阳镇参观晋韵堂铁货生产基地,了解了铁货(铁壶、铁锅)的生产流程并和生产基地总经理进行访谈。整个2月份通过实地调研,对晋韵堂的铁器作品和泽州铁器的文化有了一定的了解,并进行了整理和归纳,具体可见附录一。2021年7月15日至22日,与泽州县大阳镇、晋城市阳城县、沁水县6位泽州铁器非物质文化遗产传承人进行深度访谈,访谈提纲具体见附录二。

## 1.5 研究内容与创新点

### 1.5.1 研究内容

本文共分为六章。第一章为绪论，主要为非物质文化遗产研究现状的归纳与整理，并阐明研究思路；第二章为对相关概念界定和理论综述；第三章先介绍了泽州铁器的报道现状，为下文对泽州铁器媒介形象建构的研究提供数据支撑，接着从高、中、低三个结构研究泽州铁器媒介形象的建构。第四章通过田野调查法获取的数据和资料进行分析，得出泽州铁器媒介形象建构过程中的问题和不足；第五章在前文研究基础上，针对性提出提升泽州铁器媒介形象建构的策略。第六章提出研究存在的不足及对未来的展望。

### 1.5.2 研究创新点

非物质文化遗产是当下传播学研究的热点话题，其客观实在的虚拟性与媒介形象建构真实性的冲突与重构在数字化时代下的嬗变非常值得研究。本文在研究非物质文化遗产泽州铁器文化过程中的创新有以下几点：

（1）研究对象的创新：本文的研究对象是山西省晋城市非物质文化遗产泽州铁器。通过在中国知网搜索“泽州铁器”主题，仅有 19 篇相关文献，通过分析得出对泽州铁器的研究局限于历史脉络和发展现状，深层次的研究处于空白。因此，本文将泽州铁器作为研究对象进行系统、全面的研究是新的尝试。

（2）研究理论的创新：在现有对非物质文化遗产研究的文献中，学者大多针对非物质文化遗产的保护、传播和产业化进行研究，如非遗的保护手段、传播机制以及数字化产业的研究等。本文基于媒介形象建构理论和框架理论来研究非物质文化遗产的“媒介形象”，是一个新的理论视角。

（3）研究方法的创新：本文研究使用田野调查法，不仅可以给研究获取一手的真实资料，为研究带来理论支撑，更能在与非遗传承人的访谈中感同身受，进而在总结研究结论和建议时可以给出具体可行的泽州铁器媒介形象建构策略。

## 2. 相关概念界定和理论综述

### 2.1 概念界定

#### 2.1.1 非物质文化遗产概念

相比于物质文化遗产而言,非物质文化遗产是人们对看不见、摸不到的文化遗产的统称。由于对非物质文化遗产的研究起步较晚,并且世界各国都对非物质文化遗产有自己的理解和定义,因此非物质文化遗产的概念界定是一个长期的过程。非物质文化遗产的前身是“无形文化财产”,这一概念首先由日本在1950年正式提出。非物质文化遗产概念在国际层面的正式定义是2003年,联合国教科文组织发布的《保护非物质文化遗产公约》中正式将非物质文化遗产定义为:“非物质文化遗产”是指被各社区群体,有时为个人视为其文化遗产组成部分的各种社会实践、观念表达、表现形式、知识、技能及相关的工具、实物、手工艺品和文化场所。这种非物质文化遗产世代相传,在各社区和群体适应周围环境以及与自然和历史的互动中,被不断地再创造,为这些社区和群众提供持续的认同感,从而增强对文化多样性和人类创造力的尊重<sup>50</sup>。

基于我国国情,国务院于2006年发布《加强保护非物质文化遗产的通知》,将非物质文化遗产定义为:各种以非物质形态存在的与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式,包括口头传统、传统表演艺术、民俗活动和礼仪与节庆、有关自然界和宇宙的民间传统知识和实践、传统手工艺技能等以及与上述传统文化表现形式相关的文化空间。同时国务院决定从2006年起,每年六月的第二个星期六为我国的“文化遗产日”<sup>51</sup>。2011年,我国对非遗立法工作取得了新的成果。在《中华人民共和国非物质文化遗产保护法》中,规定非物质文化遗产是指各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式,以及与传统文化表现形式相关的实物和场所<sup>52</sup>。

<sup>50</sup> 保护非物质文化遗产公约[J]. 中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会公报, 2006(02):138-145.

<sup>51</sup> 朱兵. 《中华人民共和国非物质文化遗产法》的主要内容与制度解读[J]. 中国非物质文化遗产, 2021(01):6-14.

<sup>52</sup> 王娟. 论非物质文化遗产的行政法保护及其完善[D]. 苏州大学, 2010.

## 2.1.2 泽州铁器概念

泽州铁器,是指山西省晋城市的传统风俗和冶铁技术,主要在山西省晋城市泽州县、沁水县、阳城县一带流传。晋城古称泽州,煤炭和铁矿石资源丰富,炼铁业历史悠久。早在春秋战国时代,泽州就开始了铁业生产,战国著名的“阳阿剑”就出自晋城大阳镇(大阳古称阳阿)。战国时期著名的“长平之战”中,韩、赵所用的兵器均为泽州所造。汉代时,泽州的采煤、炼铁已经颇具规模。国家在泽州设立的专门冶铁制作所,铁器制造已具国家规模。

晋城市区周边村庄多以“头”和“匠”命名,形成了所谓的“九头十八匠”地理格局。说明晋城地区的手工业非常发达。上一世纪50年代,晋城是中国“五小工业”的一面旗帜。以“铁制品”为中心的手工业造就了历史上晋城的富庶自然条件是一个地区进行物产选择的前提,而物产选择则形成一个地区的产业特色。发展至今的泽州铁器多是指手工制作的铁制品,其制作流程需要经过绘稿、制模、注铁、冷却、打磨、精修等六十八道冶制工序。目前,泽州铁器已有多个项目进行申遗成功,2003年“阳城生铁冶铸技艺”被列入国家级非物质文化遗产,2017年“司徒铁花技艺”和“泽州铁货制作技艺”被列入省级非物质文化遗产。

## 2.1.3 媒介形象概念

媒介形象建构理论的产生基于社会建构主义思想,强调媒介对社会现实的构建作用。在传播学研究史中,最早彰显这种媒介建构思想的是美国学者李普曼在其著作《舆论学》中提出的“拟态环境”这一观点,该观点可以被认为是“媒介形象”研究的开端。“拟态环境”认为我们所处的现实环境并不是真实环境“镜子式”的再现,而是由大众媒介通过对象征性事件或信息加以选择和加工,重新加以结构化后向人们展示的环境<sup>53</sup>。因此媒介形象可以被认为是媒介基于客观现实,建构出的有别于现实社会的虚拟形象。

江根源认为,目前对于“媒介形象”的概念界定可以分为“媒介的形象”、“在媒介上的形象”以及“媒介化形象”。“在媒介上的形象”是指呈现在大众

<sup>53</sup>. [美]沃尔特·李普曼. 公众舆论[M]. 林珊, 译. 北京: 华夏出版社, 1989.

媒介或者新媒介上的个体、组织或国家的形象，这种理解更倾向于把媒介形象理解为客观现实世界中人、事和物的物理形象在媒介世界中的投射。而“媒介化形象”包含两层含义，第一，“形象”本身是作为“介质”而存在的；第二，“形象”是通过“媒介”而存在的。这种媒介化形象”显然更符合建构主义思想<sup>54</sup>。同时我国学者宣宝剑认为“媒介形象”具有两个维度，一个维度是传播者媒介形象；另一个维度是被传播者媒介形象<sup>55</sup>。

本文研究的“泽州铁器”媒介形象可以被理解江根源提出的“媒介化形象”，同时也是被传播者的媒介形象。“泽州铁器”的媒介形象是大众媒介经过长期的报道向社会公众呈现的非物质文化遗产的形象。

## 2.2 理论综述

伴随着媒介化社会的来临，“媒介形象”得到了学者的广泛关注。目前国内学者对于“媒介形象”的研究多基于媒介形象建构理论和框架理论。一方面，媒介根据社会现实的需要建构的“拟态环境”在改变着公众的认知，另一方面媒介建构形象时还需依托一定的报道框架。因此，媒介形象建构理论和框架理论是我们接下来研究“泽州铁器”媒介形象的理论支撑。

### 2.2.1 媒介形象建构理论

随着李普曼的“拟态环境”和诸多传播效果理论的提出，为媒介形象的研究提供了建构主义思想的指导以及理论的支撑。下文对媒介形象建构理论的研究现状展开整理和分析。

#### (1) 国外研究现状

20世纪60年代学者特雷纳曼和麦奎尔对英国总统大选中政治人物在电视媒介上的媒介形象展开研究。研究指出竞选者在电视上的不同媒介形象会直接影响到公众对于选举活动的态度和投票倾向。英国总统大选研究史国内外首次对媒介形象展开的实证研究，此后对媒介形象的研究有以下两方面：

从社会学、政治经济学等角度探讨媒介形象对社会现实的影响，认为政治权

<sup>54</sup> 江根源. 媒介建构现实：理论溯源、建构模式及相关机制[D]. 浙江大学, 2013.

<sup>55</sup> 宣宝剑. 媒介形象系统论[D]. 中国传媒大学, 2008

利与资本是媒介形象之所以被建构的原因。同时认为媒介形象与社会现实的关系是复杂的,随着媒介的传播力度不断加大,媒体建构媒介形象这一手段和方式成为一种新的社会秩序。Korruto 对媒介形象、媒介与社会的关系、媒介与受众的关系进行了研究<sup>56</sup>。Wellisy 认为媒介形象在媒体机构与受众间扮演着联结和桥梁的角色,指出了媒介形象的社会建构作用。

选择特定的个人、群体和组织进行媒介形象研究。通过对女性、儿童、老人等具有特殊社会地位的人群进行研究,探讨媒介形象对公众认知的影响、Slater 就时尚杂志中添加警示标签对女性媒介形象的影响展开研究<sup>56</sup>。Weimann 在对犯罪新闻报道中的被害人媒介形象进行研究时认为,女性被害人往往比男性被害人更得到社会公众的同情<sup>56</sup>。

## (2) 国内研究现状

通过对国内学者研究媒介形象的文献进行梳理,得出其实证研究方向主要在以下两个方面:

对政府、国家的媒介形象进行研究。赵晓红、罗友梅的《大众传媒中国形象建构的现状与对策》、汤筠冰的《跨文化传播与申奥片的国家形象建构》、罗坤瑾的《国际性共同媒介形式:体育精神与国家形象的建构》、匡文波的《国家形象分析的理论模型研究》等论文;段鹏的《国家形象建构中的策略》、孟建的《国家形象:历史、建构与比较》等专著,都是针对政府和国家媒介形象进行各方面的研究。

对特定个人、群体的研究。如张鹏的《农民工媒介形象嬗变—从“边缘人”到“新市民”》、杨叶的《自闭症群体媒体媒介形象建构研究》、邓丰丰的《社交媒体下“剩女”的媒介形象建构与传播研究》等论文,上述研究对象大都是聚焦于某一社会矛盾、处于弱势地位的个人或群体。学者通过对弱势群体进行研究,得出相对应的媒介形象。

通过对理论的历史形成、研究现状进行分析,得出目前媒介形象建构理论的研究思路为以下三点:

### (1) 实证研究

通过对具体的媒介和新闻文本进行分析,研究个体、群体、组织和国家呈现

<sup>56</sup> Gideon Fishman, Gabriel Weimann. Presenting the victim: Sex-based bias in press reports on crime[J]. Justice Quarterly, 1985, 2(4).

的媒介形象,来解决目前存在的社会问题和矛盾以及提出传播策略。如《社交媒体下的“剩女”的媒介形象建构与传播研究》(邓丰丰),根据社交媒体上的“剩女”歧视问题,指出媒体自身和网友将大龄未婚女污名化为“剩女”,并提出如何解决歧视问题的传播策略<sup>57</sup>。《我国留守儿童媒介形象建构的现状分析》(陈童)通过研究指出,留守儿童媒介形象的负面评价来源于媒体议题的主观设置、社会公众对媒体的盲目相信等因素<sup>58</sup>。

### (2) 政治经济学视角研究

从政治经济学的研究视角出发,将媒介形象置于政治制度、经济制度等背景下,分析和解读个人、群体、政府和国家的媒介形象。《国家形象分析的理论模型研究》(匡文波)分别从文化、经济和媒体三个角度对国家媒介形象进行解读,认为应该建立系统的理论研究模型提升国家形象<sup>59</sup>。《1949年以来我国乒乓球运动员的媒介形象研究》(何沁袁)就媒体对国家乒乓球运动员的媒介形象呈现,结合建国年以来社会政治、经济的变化,研究乒乓球运动员媒介形象的变化及产生的影响<sup>60</sup>。

### (3) 文化视角研究

寻求研究对象中孕育的文化,从文化的层面进行媒介形象的研究。《从历史文化维度建构与传播城市形象》(户松芳)以长沙市为例,认为应该利用长沙丰富的文化资本来提升城市媒介形象<sup>61</sup>。《我国影视文化传播中的符号景观与民族形象建构》(李颖)选取电影文化的角度,认为影视中的特定文化符号可以唤醒观众的民族记忆,在民族媒介形象的建构与传播中起着重要作用<sup>62</sup>。《江西省国际媒介形象建构机遇》(王敏)认为以景德镇为代表的陶瓷文化是建构江西省

<sup>57</sup> 邓丰丰. 社交媒体下“剩女”的媒介形象建构与传播研究[D]. 北京邮电大学, 2019.

<sup>58</sup> 陈童. 我国留守儿童媒介形象建构的现状分析[J]. 东南传播, 2016(09): 80-82. DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2016.09.027.

<sup>59</sup> 匡文波,任天浩. 国家形象分析的理论模型研究——基于文化、利益、媒体三重透镜偏曲下的影像投射[J]. 国际新闻界, 2013, 35(02): 92-101. DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2013.02.014.

<sup>60</sup> 何沁袁. 1949年以来我国乒乓球运动员的媒介形象研究[D]. 苏州大学, 2018.

<sup>61</sup> 户松芳. 从历史文化维度建构与传播城市形象[C]//. 湖南省城市文化研究会第六届学术研讨会论文集. [出版者不详], 2011: 46-49.

<sup>62</sup> 陈连龙,李颖. 我国影视文化传播中的符号景观与民族形象建构——以西夏题材影视作品为例[J]. 电影文学, 2021(05): 24-28.

国际形象的最佳突破口<sup>63</sup>。

综上，国内外学者对于媒介形象的研究思路为实证研究、政治经济学视角研究和文化视角研究。但媒介形象本身作为被社会、媒体共同影响的虚拟形象，在研究过程中不能仅从单一的角度对媒介形象进行分析。只有将媒介形象的研究置于目标对象所处的社会背景下，多角度、成体系的进行研究，才能真正做到对媒介形象的认知。

## 2.2.2 框架理论

框架理论最早在社会学、人类学领域被提出。随着框架理论不断发展，美国社会学家戈夫曼提出了被传播学界应用和参考的“框架”概念。他认为“框架”是一种认知模式、一种社会经验或行为经验，人们可以用它来感知和阐释外在的客观世界；“框架”可以使人们准确地认识、理解、归纳事件或信息<sup>64</sup>。盖伊·塔奇曼提出“新闻，也是一种框架”，指出框架中包含了新闻的生产环节以及对现实生活的还原<sup>65</sup>。

框架理论发展至 21 世纪初，已经趋于成熟。我国台湾学者臧国仁从新闻报道的结构进行研究，指出框架理论应用于新闻报道可以体现新闻建构的理念。臧国仁将新闻报道的结构分为三种：高层结构，主要以主旨、导语、标题、引语等形式出现；中层结构，包括主要事件、结果、评论、历史、归因等要素构成；低层结构，主要指包含新闻报道中的具体的文字、语言、修辞等<sup>65</sup>。

通过整理和分析，我们对框架理论有了具体的认识。框架理论与媒介形象建构理论的关系是相互依存的，媒介形象的建构过程给框架理论提供了发挥的平台，框架理论给媒介形象的建构提供了具体的思路和方法。

<sup>63</sup> 王敏,周真真. 江西省国际媒介形象建构机遇——“一带一路”背景下的陶瓷文化与传播[J]. 传播力研究, 2019, 3(34): 16-17.

<sup>64</sup> 肖伟, 《论欧文·戈夫曼的框架思想》, 载《国际新闻界》, 2010(12): 30-36 页

<sup>65</sup> 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北: 三民书局, 1999: 36. 10

### 3. “泽州铁器”的媒介形象建构

李普曼指出现实世界的事实特征往往与人们认为的世界有所区别,人们是按照从媒介中感知到的自以为真实的环境来作出判断和决定。传播学者许茨认为“正是我们的各种经验的意义,而不是客体的本体论结构,构成了实在。”<sup>66</sup>因此媒介形象是媒介塑造的一种虚拟形象,媒介通过拟定的新闻框架将报道对象的部分客观现实展现给了公众。

本章首先展开 2015-2021 年泽州铁器的报道概述,为接下来研究泽州铁器的媒介形象建构提供数据支撑。然后笔者将结合学者臧国仁的提出的新闻报道高、中、低三维结构对泽州铁器的媒介形象进行研究。笔者将臧国仁提出的三维结构总结为主题框架、内容框架和表达框架。

#### 3.1. 2015-2021 年泽州铁器的报道概述

笔者选取了《人民日报》新闻数据库、《山西日报》新闻数据库和《太行日报》新闻数据库作为报道样本的数据来源。通过对泽州铁器的相关报道进行收集和整理,分别从报道数量、报道主题、新闻来源、报道体裁和报道倾向五方面进行概括和阐述。

##### 3.1.1 报道数量: 政策驱动议程

笔者通过对在《人民日报》、《山西日报》、《太行日报》新闻数据库搜索关键词“泽州铁器”、“冶铁技术”、“阳城冶铁”、“铁货”、“铁壶”,发现最早的报道是 2015 年 3 月 6 日《太行日报》刊登的《看,千年“铁花”如何出炉》。故笔者将样本的报道时间范围选为 2015-2021 年。经统计,2015 年 3 月 6 日至 2021 年 12 月 31 日,泽州铁器的新闻报道共 675 篇。如图 3.1 所示:

<sup>66</sup> [美]阿尔弗雷德·许茨著,霍桂桓,索昕译:《社会实在问题》,北京:华夏出版社 2001 年第一版

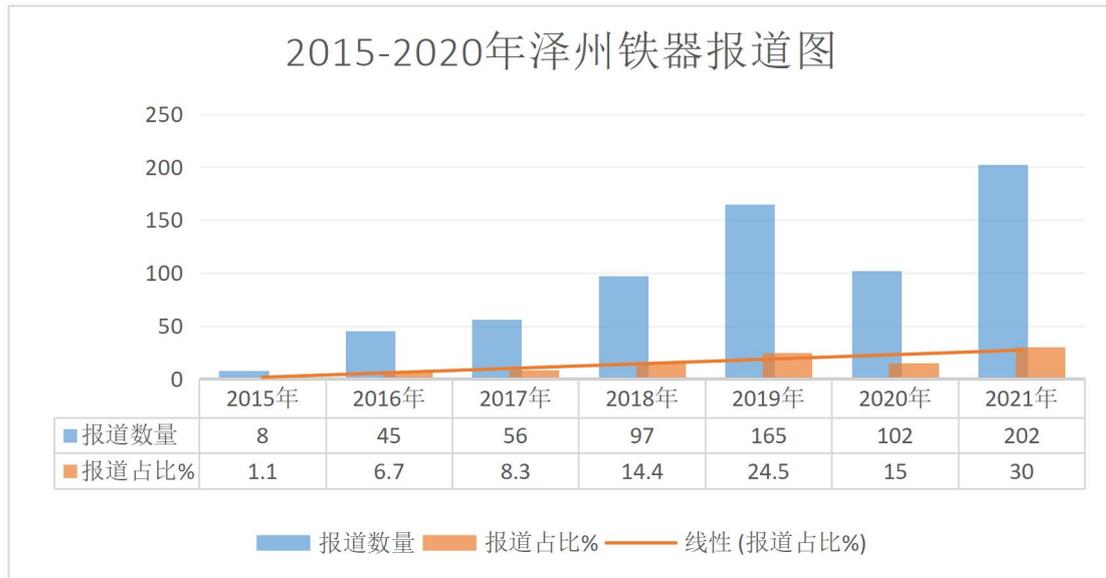


图 3.1 2015-2021 年泽州铁器报道图

由图 2.3 所示，泽州铁器的相关报道始于 2015 年，报道数量呈现逐年上涨的趋势。2016 年相比 2015 年，报道数量呈倍数增长；2020 年报道的数量相较于 2019 年明显下降，并于 2021 年呈大幅度增长。笔者结合具体的非遗相关政策对泽州铁器报道的变化趋势进行分析。

2015 年 12 月，在第十八届五中全会上党中央下发了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，在文件中党中央明确提出“构建中华优秀传统文化传承体系，加强文化遗产保护，振兴传统工艺”的意见。如《太行日报》于 2016 年 3 月 8 日刊发的《胡苏平：发扬光大铁器文化 带动区域经济发展》，文中积极响应党的十八大习近平总书记提出的高度重视中华优秀传统文化的要求。

2019 年是我国非遗法律体系建设里程碑意义的一年，12 月文化旅游部发布了《国家级非物质文化遗产代表性传承人认定与管理办法》，总结了 2018 年我国非遗保护取得的成果，提出了 2019 年非遗保护的新发展和新趋势。《晋城凭什么领先？》中详细介绍了晋城积极响应文化改革，积极进行文化创作，打造以“铁韵”文化为核心的市场主体。

2021 年是我国开展非遗保护工作的第 30 年，中共中央国务院印发了《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》，明确提出要实现中国传统文化的创造性转化、非遗的创新性发展。《金点子—擦亮文化这块金字招牌》指出晋城

面对“十四五”开局，会利用好文化这块招牌，进一步推动文化产业深度发展。

### 3.1.2 报道主题：以铁壶为代表

报道主题是新闻报道的最核心内容，通过对报道主题展开分析和研究，可以了解媒体工作者在对泽州铁器进行报道时，主要从那个方面或角度展开。

通过对 675 篇报道进行分析后整理出报道主题，如图 3.2 所示，除了对政务工作的报告外，大部分主题都与铁壶有密切的联系。无论是参展、泽州铁器产业、冶铁文化，作为手工产品代表的铁壶总会出现在报道中。以铁壶为主题的报道中共 175 篇，占比最高为 25.9%。如《一块铁的艺术之旅》、《铁壶—正确的开壶方法》、《处暑—喝茶养生，静待秋韵》等。另外，泽州铁器冶铁文化的报道和泽州铁器产业的报道占比分列第二和第三。



图 3.2 2015-2021 年泽州铁器报道主题分布图

之所以呈现上述报道主题的分布形式，主要是非物质文化遗产作为“无形财产”，其意义的表达必须寄托于有资格承载它的“实物”。铁壶作为泽州铁器的代表性手工艺品，自身具有极高的话题性。比如铁壶的制作、铁壶的使用方式、茶文化等是对铁壶相关知识的科普；作为展品参加各式各样的展览会，进一步增加铁壶的曝光度，提升泽州铁器的宣传力度。集实用与收藏于一身的铁壶主题不仅是媒体工作者报道的首选，非遗传承人也会因此吸引媒体工作者前来采访。

泽州铁器报道至今已有 7 年的时间跨度,以国家政策为主的非遗传承与保护体系使得泽州铁器新闻报道具有很强的阶段性。据此笔者分为 2015-2018 年与 2019-2021 年两个阶段对报道主题趋势进行分析。下图 3.3 为 2016-2021 年泽州铁器报道主题趋势图。我们可以看出,2015-2018 年的报道主题中冶铁文化、铁壶和参展主题排在前三位。2019-2021 年的报道主题中铁壶与冶铁文化主题仍排在前两位,对参展主题的报道逐渐减少,产业主题报道呈现增长趋势,相关的广告投入也在增长。值得提出的是关于传承人主题,两阶段均处于最低的报道呈现。

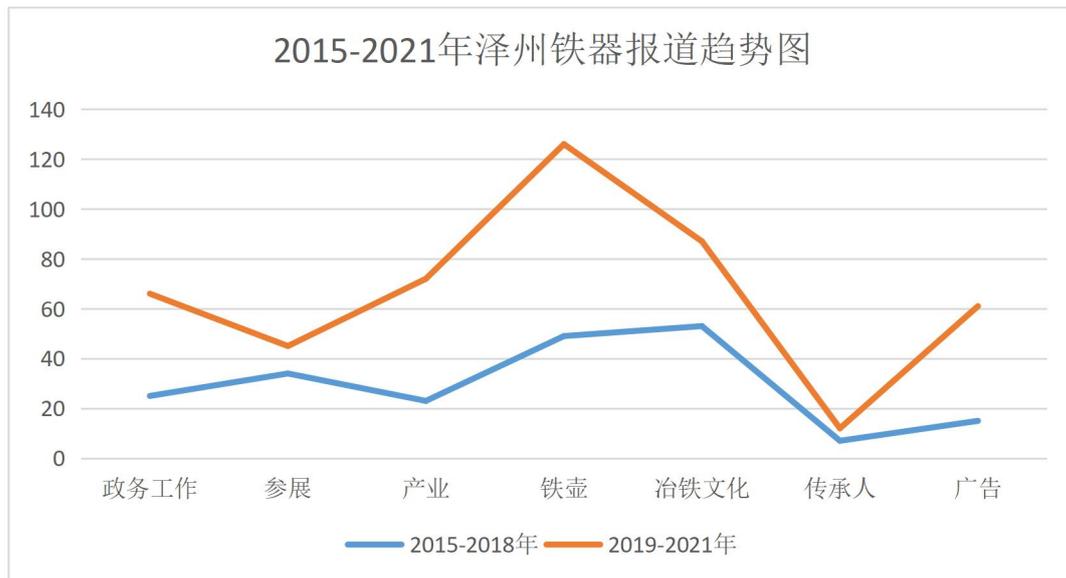
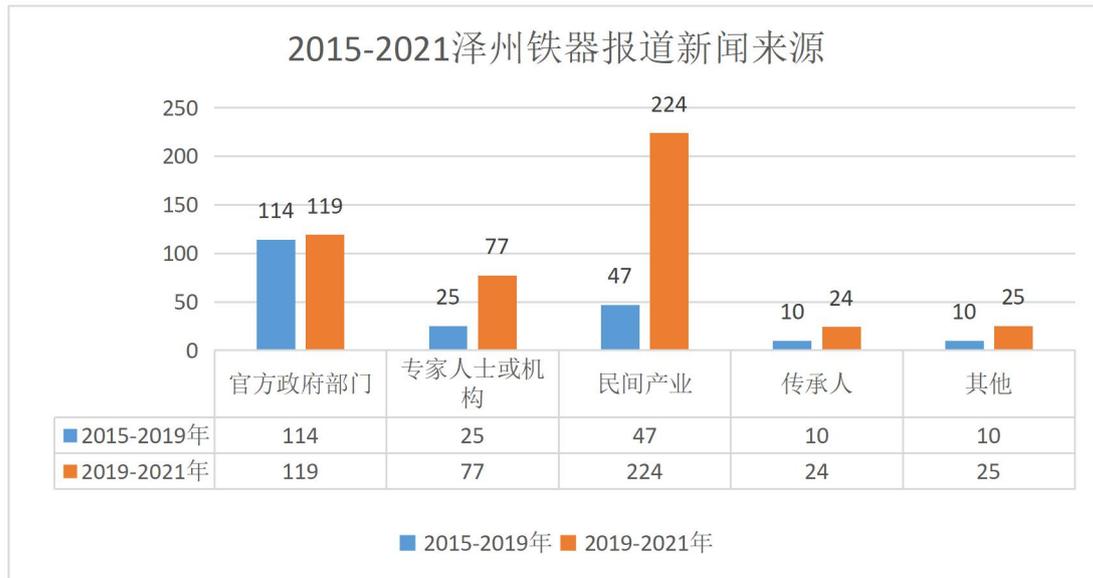


图 3.3 2015-2021 年泽州铁器报道趋势图

### 3.1.3 新闻来源：由官方转向民间

报道的新闻来源可体现新闻报道的权威性和真实性,进而影响报道的内容和倾向。通过对泽州铁器报道的新闻来源进行整理,总结为以下类别:官方政府部门、专家人士或机构、民间产业、非遗传承人、其他。图 3.4 为 2015-2021 年泽州铁器报道新闻来源图。经过统计可以得出 2015-2019 年报道的新闻来源主要官方政府部门和专家、机构,2019-2021 年报道的新闻来源里民间产业超越了官方政府部门,与此同时专家或机构的报道也有大幅增长的体现。



**图 3.4 2015-2021 年泽州铁器报道新闻来源图**

图 3.4 所呈现的报道新闻来源在 2015-2019 年和 2019-2021 年发生由官方转向民间的明显变化，其主要原因是泽州铁器相关民间产业的兴起。在 2019 年之前，晋城的泽州铁器产业虽然在数量上拥有 4 家，但未能形成有组织、有规模的新媒体传播矩阵，大部分产业仅在自家媒体平台进行小范围的传播。2019 年以来，晋城市积极响应十八大提出的大力发展文化产业政策并建立了晋城市铁器文化产业集团和晋城市传媒集团。有了系统的产业集团和传媒平台，民间产业凭借自身的资源优势迅速成为泽州铁器报道最大的新闻来源。

### 3.1.4 报道体裁：以消息和通讯为主，新闻副刊为补充

报道的体裁的不同决定了报道内容的侧重点不同。媒体工作者对于泽州铁器报道主要分为消息、通讯、新闻副刊方面，评论类文章较少，在深度性报道方面还处于空白。根据报道体裁的分类进行统计和分析，如表 3.1 所示。可以得到目前泽州铁器报道中消息类报道数量为 257 篇、通讯类报道数量为 163 篇、新闻副刊类文章为 157 篇、评论类文章为 17 篇。

消息作为报道事实单一、强调突出最新鲜、最重要的事实、时效性强的新闻报道，多呈现于泽州铁器政务工作、参展、产业等报道主题。如《文博会上“太行风”》、《创新+融合！山西文博会尽显晋文化之美》、《文博会—山西文化产业百舸争流》、《第十五届深圳文博会：黄坤明参观山西展区频频称赞》等文，

对泽州铁器参展进行了报道；《代市长薛明耀参加第四届进博会并参观部分展馆时强调：充分展示晋城新形象 全面提升对外开放水平》，对政务工作进行汇报《晋韵堂 晋城铁器文化的代表》对泽州铁器产业进行报道。

相比于消息，通讯的报道内容更加详细和具体，通讯以叙述和描写为主，对典型事件或人物进行报道。通讯多使用在泽州铁器传承人、冶铁文化等主题的报道中。如《讲好非遗故事—田卫东：铸铁路上的坚守！》中，记者与泽州铁器传承人田卫东进行深度访谈，了解了泽州铁器技艺传承现状、铁器传承人的生活条件等。《铁花：你我功夫一场古老的盛宴》，以泽州县太阳镇为例，介绍过年的打铁花习俗以及打铁花第七代传承人常国孩。

新闻副刊指的是刊登文学作品、文艺文章的专栏。新闻副刊类报道主要出现在以民间产业为新闻来源的新闻报道中，如《一块铁的艺术之旅》是晋韵堂推出的介绍铁壶制作工艺的系列报道，共分为5章，详细介绍了铁壶从选材、加工到成品的21道工艺。《铁壶，正确的开壶方法》、《铁壶知识—如何正确使用和保养铁壶》对铁壶的使用方式进行了详细介绍。以《处暑—喝茶养生，静待秋韵》为例，晋韵堂以二十四节气为代表科普饮茶文化。《晋韵堂—空系列》、《晋韵堂—静系列》是对“空、静、玄、釜”四大系列铁壶产品的介绍。在2020年我国抗击疫情期间，晋韵堂发表的《抗疫—用一把关公壶，致敬英雄》介绍针对防疫抗疫工作制作的铁壶。

评论是媒体工作者对新近发生的事实提出自己的看法或意见的新闻体裁，文章有着作者自身鲜明的立场和态度。评论类文章在泽州铁器报道中应用相对于消息和通讯而言较少，《太行日报》2019年11月刊登的《不要让铸铁人流汗又流泪》针对目前泽州铁器传承人未能得到社会重视的问题发表评论。

表 3.1 泽州铁器报道体裁表

报道体裁	消息	通讯	新闻副刊	评论	其他	总计
2015-2019	85	51	30	3	24	206
2019-2021	152	102	127	14	57	469
总计	257	163	157	17	81	675
报道占比	38%	24.1%	23.3%	2.6%	12%	100%

### 3.1.5 报道倾向：正面为主

报道的倾向性体现了媒体工作者对新闻事实的态度和观点。虽然新闻报道要求媒体工作者对新闻事实的客观报道，但新闻报道的倾向性是不可避免的。报道倾向一般分为正面、中立和负面三个角度。经过对泽州铁器报道的内容进行整理和分析后，得出目前对泽州铁器的报道倾向主要为正面倾向和中立倾向，没有负面倾向的报道。

以正面倾向为主的报道体裁多为通讯，报道主题多为参展、产业、铁壶、冶铁文化、传承人等主题。如《“万里茶道”上的晋城不火不行了》中对晋城铁货的“精彩极了”形容词包含了明显的感情色彩；《晋城凭什么领先》中对山西阳阿匠人生产的铁壶使用“脱颖而出”的评价词等。中立倾向的报道多用于消息体裁，主要有政务工作、参展主题，内容多为对客观事实的报道。

表 3.2 泽州铁器报道倾向表

报道倾向	正面	中立	总计
2015-2019	101	105	206
2019-2021	285	184	469
总计	386	289	675
报道占比	57.8%	42.2%	100%

## 3.2 泽州铁器媒介形象建构的主题框架

根据上节对泽州铁器报道现状的研究结果，笔者将泽州铁器的报道划分为2015-2019年和2019-2021年两个阶段，结合不同的时代背景和政策条件对泽州铁器的媒介形象进行分析。臧国仁认为，“报道的高层次结构主要以主旨、标题、导语、引语等方式出现，是对事件主题的界定。”<sup>67</sup>报道的高层结构主要突出报道“主题”的地位和作用，因此笔者将高层结构总结为主题框架。主题框架可以

<sup>67</sup> 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局，1999：36. 10

清晰地体现出媒体及媒体工作者对于报道对象的媒介形象认知和建构方式。

在对主题框架进行分析时，笔者将泽州铁器的报道文本分为报刊类别、报道篇幅、报道主题、新闻来源、报道体裁和报道立场六方面以便进行归类分析讨论。报道类别的划分可以参考第二章对新闻数据库的选取，即根据报道机构的影响力进行划分，报刊类别主要分为全国性报刊《人民日报》和地方性报刊《山西日报》、《太行日报》。报道篇幅根据报道内容的字数进行区分，分为 500 字以内、500-1000 字、1000-2000 字和 2000 字以上。报道主题主要为政务工作、参展、产业、铁壶、冶铁文化、传承人、广告。新闻来源也可以参考第二章的分析，主要为官方政府部门、专业人士或机构、民间产业、传承人和其他。对于报道体裁，笔者分为消息、通讯、新闻副刊、评论和其它。

### 3.2.1 2015-2019 年：亟待保护的泽州铁器

2015 年可以被认为是泽州铁器首次出现在媒体报道中的一年。据上文统计，2015 年关于泽州铁器的报道仅为 8 篇，因此我们可以认定 2015-2019 年这个阶段是泽州铁器非物质文化遗产传承与保护的初期。在这个阶段，官方政府部门大力开展对泽州铁器的传承与保护工作，同时泽州铁器的报道也在逐日增长。对泽州铁器报道在这一阶段的主体框架分析如下：

#### (1) 报刊类别单一，报道篇幅短

2015-2019 年官方政府部门关于泽州铁器的报道为 145 篇，其中《人民日报》刊登的报道数量为 2 篇，《山西日报》刊登的报道数量为 57 篇，《太行日报》刊登的报道数量为 86 篇。民间产业晋韵堂、相府一品等公司在新媒体平台如新浪微博、微信等发布报道 61 篇。《人民日报》的相关报道字数在 1000-2000 字，《山西日报》与《太行日报》的相关报道字数为 500-1000 字，民间产业的报道字数多在 500-1000 字。图 3.5 呈现了 2015-2019 年泽州铁器报刊类别的占比情况，图 3.6 为 2015-2019 泽州铁器报道篇幅图。

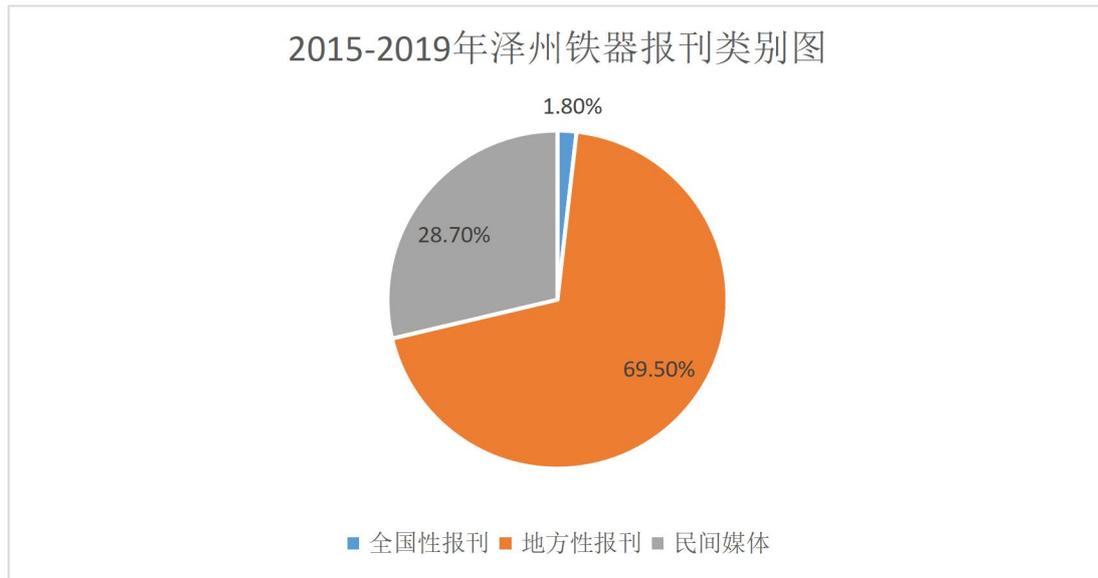


图 3.5 2015-2019 年泽州铁器报刊类别图

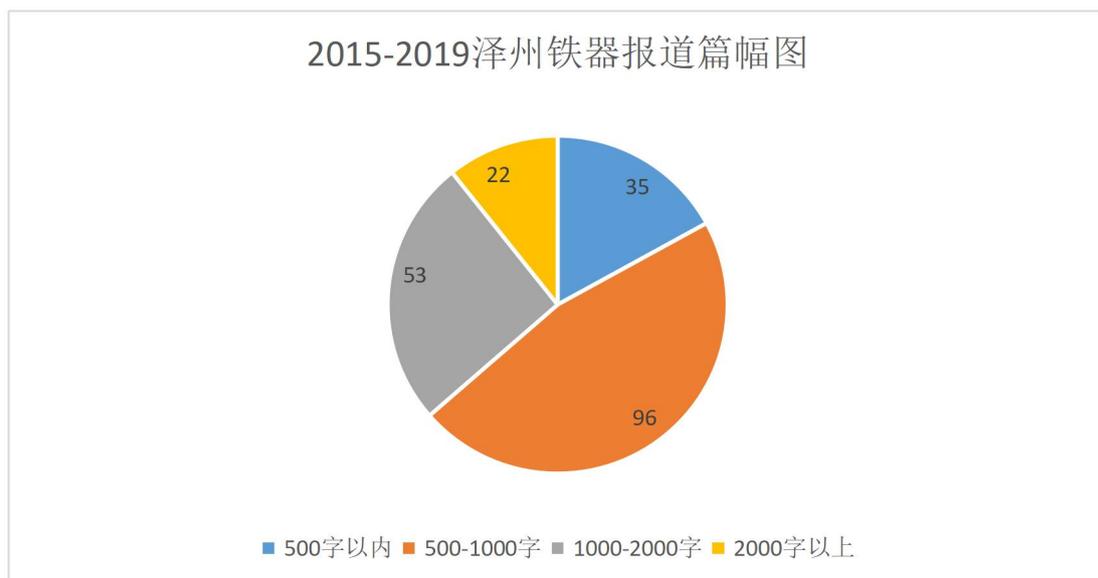


图 3.6 2015-2019 泽州铁器报道篇幅图

(2) 信源体裁：主要来自官方，消息为主

根据图 3.7 所示，2016-2019 年这一阶段的泽州铁器报道的新闻来源主要来自于官方政府部门，共 114 篇，占比 55.3%。如刊登自《太行日报》的《文博会上的“太行风”》、《山西日报》刊登的《深圳文博会上的“山西元素”》等。来自专业人士或机构的报道有 25 篇，以民间产业为新闻来源的报道为 47 篇，以泽州铁器传承人为新闻来源的报道共 10 篇，其他新闻来源报道 10 篇。

在泽州铁器的报道体裁方面，2015-2019 年泽州铁器相关报道中消息数量为 85 篇，通讯数量为 51 篇，新闻副刊类 30 篇，评论类文章 3 篇，其他类报道 24

篇，图 3.8 为 2015-2019 年泽州铁器报道体裁占比图。

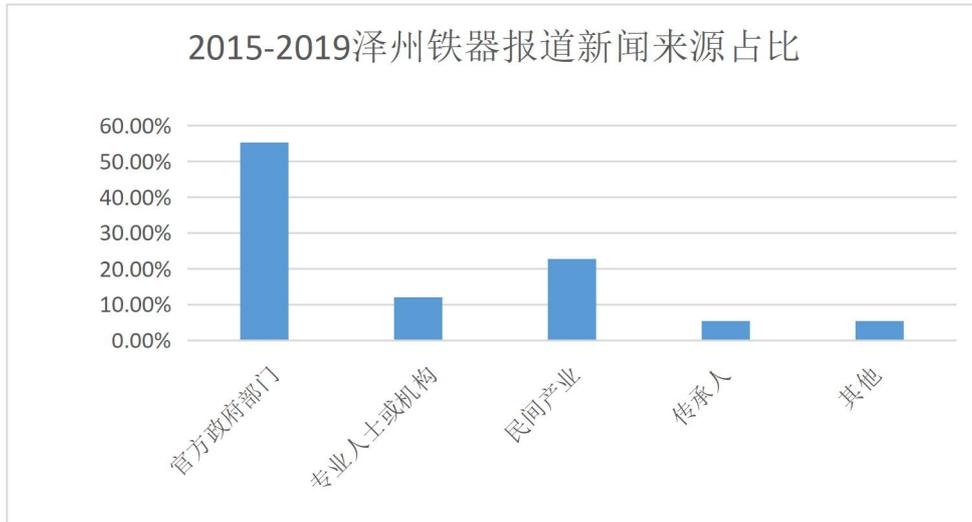


图 3.7 2015-2019 泽州铁器报道新闻来源占比

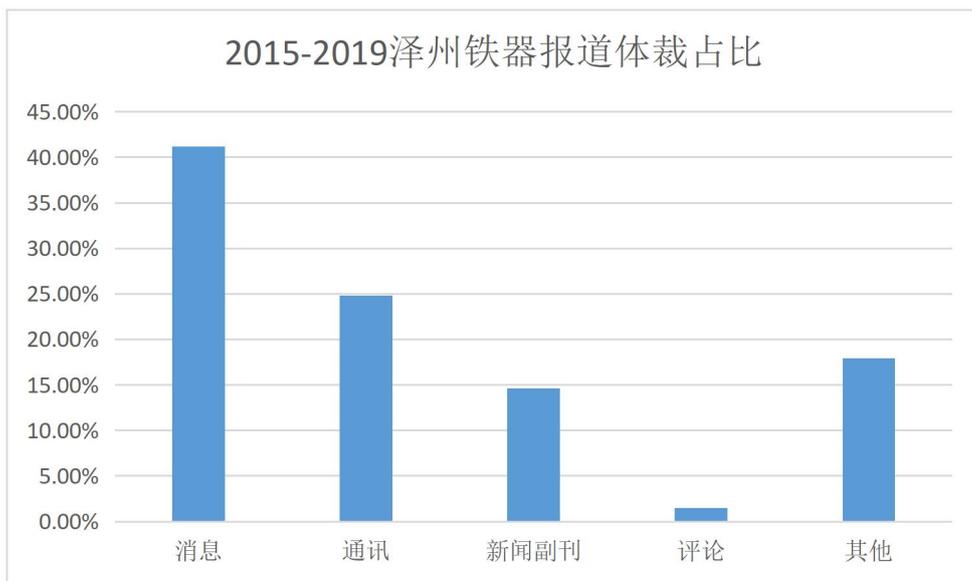


图 3.8 2015-2019 泽州铁器报道体裁占比

### （3）主题立场：以文化传播为主，立场中立

根据第二章得出的数据，2015-2019 年泽州铁器报道主题及报道数量分别为：冶铁文化主题报道数量为 67 篇，占比 32.5%排在第一；铁壶主题报道数量为 35 篇，占比 17%排第二；参展主题报道数量为 31 篇，占比 15%排第三。如图 3.9 所示

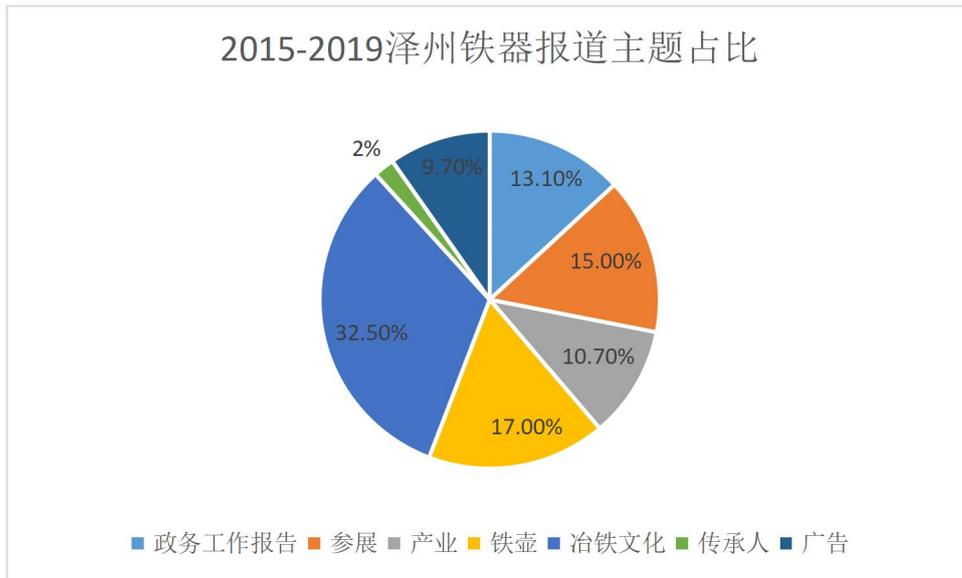


图 3.9 2015-2019 年泽州铁器报道主题占比图

在报道立场方面，2015-2019 年泽州铁器报道中持中立态度的报道数量为 101 篇，正面态度的报道数量为 105 篇。可以看出在这个阶段媒体的报道倾向还是以中立客观为主，通过对泽州铁器相关冶铁文化、手工艺品代表铁壶以及参展情况进行报道。

综上，2015-2019 年，媒体对泽州铁器的形象建构与刻画还处于起步阶段。报刊类别较为单一、报道的新闻来源主要是官方，消息体裁居多。在政策的指导下，媒体重视对泽州铁器文化的传播，使更多的社会公众了解和认知泽州铁器，推动泽州铁器的传承与保护。

### 3.2.2 2019-2021 年：创新发展的泽州铁器

经过 2015-2019 年四年的发展，泽州铁器逐渐被公众关注，其知名度也从市级向省级扩大。全国性报刊也增加对泽州铁器的报道，报道篇幅也有了明显的改进。民间产业在相关政策的支持下飞速发展，主要新闻来源由官方政府部门变为民间产业。提倡创新性发展的铁壶主题和产业主题报道成为了主流报道，同时在鼓励泽州铁器创新性发展的语境下，报道的正面倾向比重不断加大。

#### (1) 报道范围扩大、报道篇幅精简

在 2019-2021 年这个阶段，泽州铁器报道数量为 469 篇。据图 3.10 与 3.11 可以得出相比于上一阶段，2019-2021 年泽州铁器报道范围得到了明显的扩大。

以《人民日报》为代表的全国性报刊共刊登 43 篇报道，占比由 1.8%提升到 9.2%。在报道篇幅方面，1000-2000 字及 2000 字以上的长篇报道数量减少，500-1000 字的中型报道成为主流，占比从 46.7%上升到 58.9%。

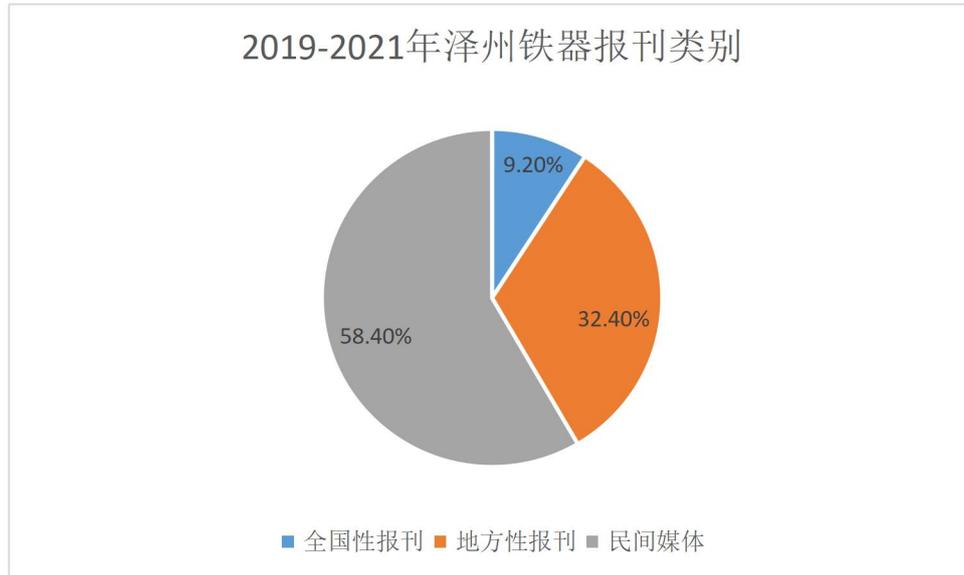


图 3.10 2019-2021 年泽州铁器报刊类别图

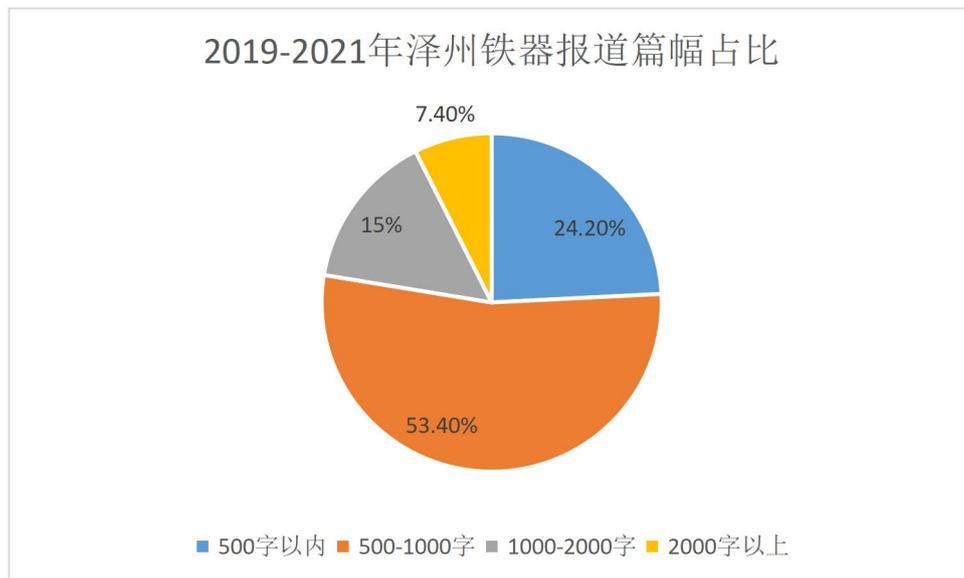


图 3.11 2019-2021 年泽州铁器报道篇幅占比图

## (2) 信源体裁：民间产业为主，侧重通讯和新闻副刊

从图 3.12 可以得出，2019-2021 年泽州铁器报道的新闻来源构成产生了明显改变：民间产业代替官方政府部门成为主要的新闻来源。以民间产业为信源的

报道共 224 篇，占比 47.8%排第一。如《晋韵堂—中国茶道之“铁壶”》、《相府一品铁壶，山西文创产品的翘楚》就是以泽州铁器的民间产业为新闻来源进行报道。官方政府部门新闻来源占排第二，由 2015-2019 年的 55.3%下降为 25.7%。

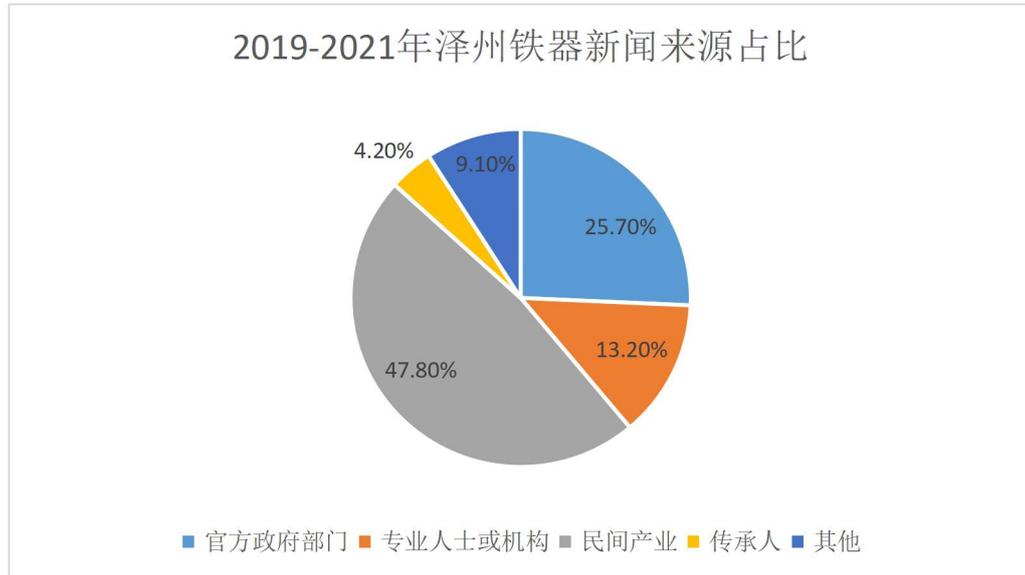


图 3.12 2019-2021 泽州铁器新闻来源占比图

2019-2021 年泽州铁器报道的体裁分布较上一阶段有了明显的改变。如图 3.13，消息类报道数量为 171 篇，占比 36.4%排第一；通讯类报道数量为 153 篇，占比 32.6%排第二；新闻副刊类报道数量为 97 篇，占比 20.7%。可以看出尽管消息类报道仍是最多的一类，但相较上一阶段的占比大幅下降。通讯类报道和新闻副刊类报道占比都有显著提升。如《太行日报》刊登的《山村四季》散文文章、《抗疫一用一把关公壶，致敬英雄》系列报道等。

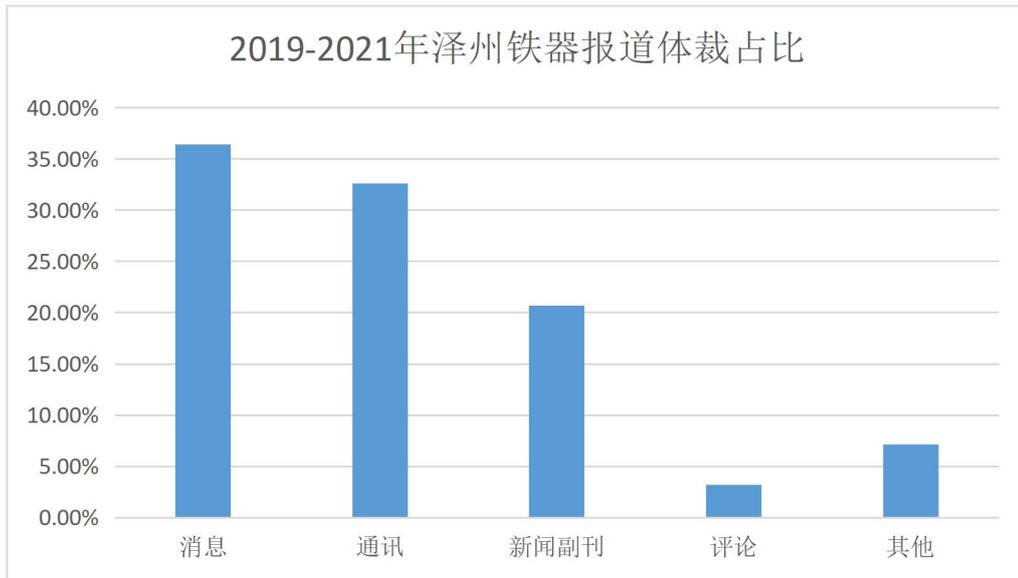


图 3.13 2019-2021 年泽州铁器报道体裁占比图

(2) 主题立场：以创新发展为导向，正面倾向为主

2019-2021 年的泽州铁器报道主题相比上一阶段，在政务工作报告、参展、冶铁文化等主题方面的比重有所降低，铁壶和产业主题的比重大幅度提升。如图 3.14 所示，政务工作报告主题的比例由 13.1% 下降为 11.5%；参展主题的比例由 15% 下降为 10.2%；冶铁文化主题的比例由 32.5% 下降为 16.4%。同时铁壶主题的占比由 17% 上升到 29.8%，如《失传 700 年的“泽州窑”成功复烧》、《匠人铁壶，引领山西文创标杆》等针对铁壶的制作历史和特点角度进行报道。产业主题的占比由 10.7% 上升到 25.6%，《共建国家只能铸造产业创新晋城中心》指出要推进泽州铁器产业合作、加强晋城泽州铁器产业融合。

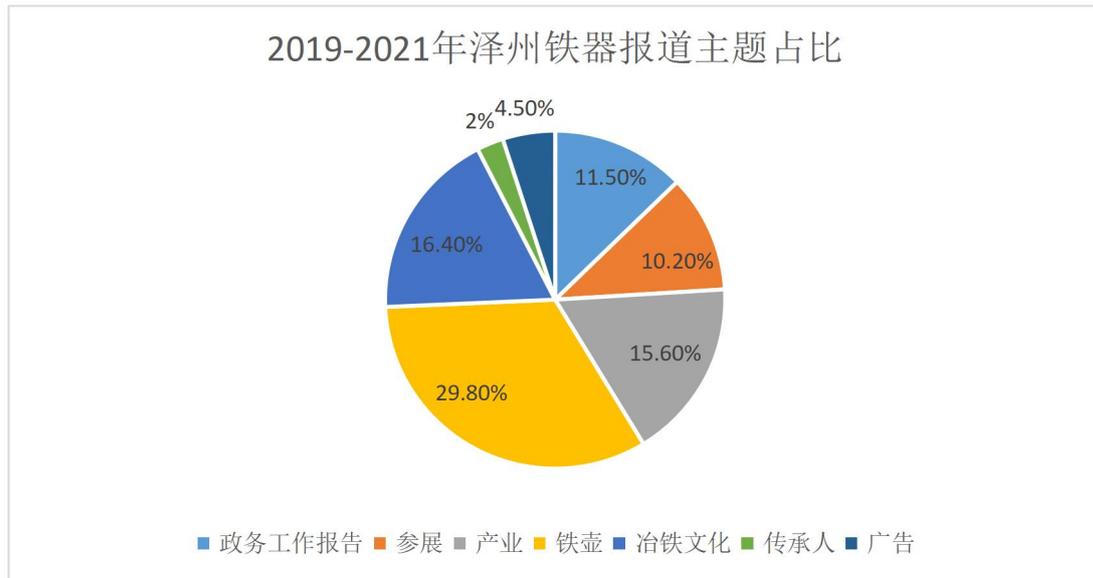


图 3.14 2019-2021 年泽州铁器报道主题占比图

在报道立场方面，正面倾向的报道成为这一阶段的主流。2015-2021 年中立立场的报道数量和正面倾向的报道数量基本一致，2019-2021 年，正面倾向的报道在数量上已经远超中立性报道。这一阶段的正面报道大多数为对泽州铁器产业和铁壶的报道，如《奏响“晋城制造”最强音》中抽中铁壶的客商对铁壶的称赞“这做工、这图案，真精致啊。”

相比上一阶段，2019-2021 对泽州铁器形象建构的主题框架有了明显的变化。全国性报刊对泽州铁器的报道逐渐深入，报道篇幅趋向精简；主要新闻来源从官方政府部门让步民间产业；报道主题从以冶铁文化为主到以铁壶、产业为主；报道体裁方面通讯和新闻副刊的比重大幅增长。说明了媒体对泽州铁器形象的建构重心从泽州铁器的传承与保护向泽州铁器的创新发展转移。

### 3.3 泽州铁器媒介形象建构的内容框架

“新闻框架的中层结构包括主要事件、具体内容、特定人物、相关历史、评论、归因等因素，是对事件内容的抓取。”<sup>68</sup> 上一节通过对媒体报道主题框架的研究和分析，回答了媒体所建构的泽州铁器形象是怎样的，本节笔者将臧国仁学者所提出的新闻框架中的中层结构总结为内容框架。从泽州铁器的具体内容、特

<sup>68</sup> 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局，1999: 36. 10

定人物、相关历史等角度解释泽州铁器在社会公众中呈现的形象。

在对内容框架进行分析前，为了与上节分析的泽州铁器报道主题有所区分，笔者将泽州铁器的报道内容划分为历史脉络、人文风情、产品展示、产业发展四个方面。历史脉络是对泽州铁器冶铁文化的梳理和报道，主要分为对古老冶铁文化的追溯和对目前冶铁文化发展的介绍；人文风情值得是泽州铁器非遗传承人的报道；产品展示是指泽州铁器的代表手工艺品铁壶的特点、参展情况；产业发展就是泽州铁器相关产业的报道。

### 3.2.1 2015-2019 年：初走非遗之路

#### (1) 历史脉络：回忆传统，挖掘文化底蕴

在历史脉络的报道内容方面，2015-2019 年关于冶铁文化的报道共 67 篇。如图 3.15 所示，2015 年和 2016 年有关泽州铁器的报道仅为 12 篇，《看，千年“铁花”如何出炉》报道了“郭氏铁花”文化的传承、《挖掘老晋城商业文化，找回逝去的技艺》对晋城的铁货文化进行溯源；在 2017 年泽州铁器相关技艺申遗成功后，对泽州铁器历史文化的报道数量呈倍数增长。

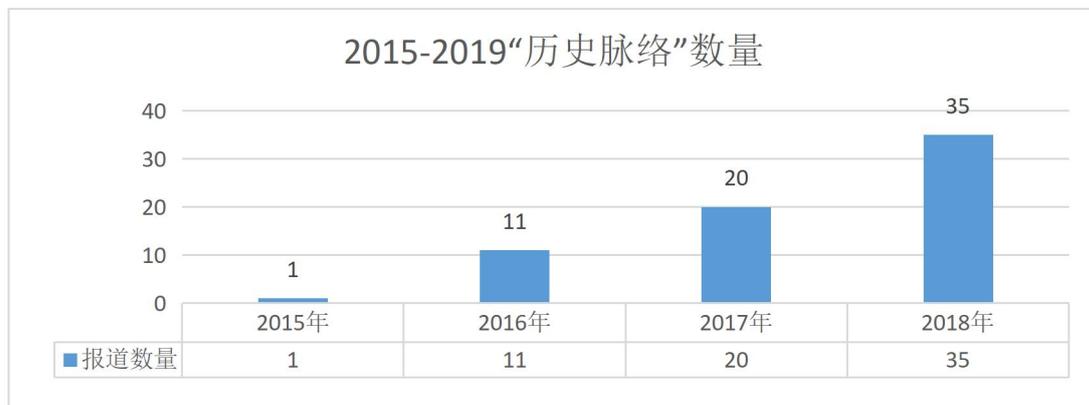


图 3.15 2015-2019 “历史脉络” 报道数量

2017 年 1 月 1 日《太行日报》刊登的《中国古城镇的活化石—大阳》系列报道，对泽州铁器的发源地大阳镇进行详细报道，介绍了大阳孕育的四大文化。

《晋城的一条古道和一条老街》追溯了晋城的历史地理条件，指出晋城铁货的发展离不开其独特的地理位置。

### (2) 人文风情：习俗的世代传承人

对于泽州铁器传承人的报道，2015-2019 年共有 4 篇，如表 3.3 所示。这一阶段对泽州铁器传承人的报道未能体现对非遗传承人的重视和关怀，仅对传承人进行泽州铁器相关技艺基本情况的采访和报道。

表 3.3 2015-2019 “人文风情” 报道情况表

报道信源	报道题目	报道体裁	报道年份	泽州铁器技 艺	泽州铁器传 承人
《太行日报》	《看，千年 “铁花”如何 出炉》	通讯	2015. 3. 6	郭氏铁花	郭小堂、郭保 堂
《太行日报》	《晋城工匠 ——秦建勇：泽 州铁货的传 承人》	通讯	2017. 5. 18	泽州铁货技 艺	秦建勇
晋韵堂新浪 微博	《乐在其中 的躬行者》	新闻专访	2017. 2. 24	泽州铁货技 艺	晋战平
晋艺坊微信	《薪火传承 ——晋艺坊拜 600 年栗氏金 火传人为师》	通讯	2018. 10. 14	阳城冶铁技 艺	石阳生

### (3) 产品与产业：初次亮相的铁壶

在 2015-2019 这一阶段，对作为泽州铁器的手工艺品代表——铁壶的报道局限于山西省的范围内。在铁壶的参展情况报道中，泽州铁器的铁壶参加的大都是在晋城市举办的展览会，如《助力北京晋城商会 2016 年会》、《2017 大同文博会》、《记者带你走进第二届山西文博会晋城展厅》等。在对铁壶自身的报道中，大多为介绍铁壶的制作流程，如《一块铁的艺术之旅》、《走进大阳，见证铁壶的铸造》。对泽州铁器产业的报道主要有对泽州铁器产业的基本介绍，如《寻晋

之旅 探索非遗一走进晋韵堂》、《晋韵堂—小小铁壶闯天下》等。

总的来看，2015-2019年泽州铁器的内容框架分别从泽州铁器的历史脉络、传承人、相关产品及产业进行分析。这一阶段的泽州铁器刚刚完成申遗工作，各方面报道内容都有待完善。

### 3.3.2 2019-2021年：走向全国的“铁壶”

(1) 历史脉络：强调文化创新，扩大文化领地，

如图 3.16 所示，2019-2021 年泽州铁器冶铁文化的报道数量为 73 篇。虽然相较于上一阶段的占比有所降低，但这一阶段的“历史脉络”不仅有着对泽州铁器自身文化的溯源和进一步发展，还积极与国内其他地区的冶铁文化进行沟通和交流。《不可复制的人类文明，平遥之行》中，泽州铁器传承人晋战平前往山西平遥古城，在一家标有“山西铁货非物质文化遗产”的铁货店内与其他冶铁传承人进行深入交流。《世界最大的铸铁茶壶！》中报道了泽州县南村镇冶铸文化广场的上的世界最大茶壶，是泽州铁器冶铁文化在新时代下的创新。《司徒小镇“非遗集市”开张啦！》中报道了晋城在 2020 年 6 月 13 日，也是文化和自然遗产日当天举行非遗传播活动。在活动上泽州铁器、铁花等传承人通过现场教学的方式对泽州铁器文化进一步的创新与发展。

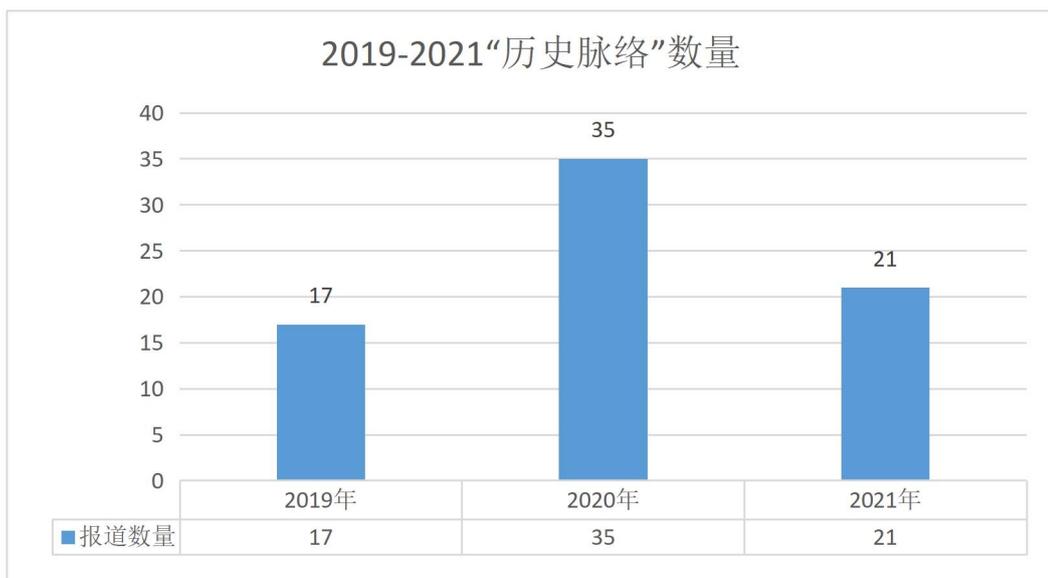


图 3.16 2019-2021 “历史脉络”报道数量

## (2) 人文风情：非遗的躬行者

在 2019-2021 年这一阶段，泽州铁器传承人的报道数量有 15 篇，虽然数量占比较上一阶段没有太多改变，但对于泽州铁器传承人的报道内容得到了丰富。如《90 后山西小伙，做块铁疙瘩，带到日本东京》、《司徒小镇有场“非遗集市”》《以身作则——泽州铁器的引路人！》、《赵亮，让泽州铁器重放光彩》等报道中对泽州铁器的传承人进行采访时，对泽州铁器传承人的生活现状、非遗传承现状等都进行了一定的了解，同时传承人们指出他们认识到了身上肩负的泽州铁器传承重任，并积极履行作为泽州铁器传承人的义务和责任。

## (3) 产品与产业：成为“标签”的铁壶，初具规模的产业集团

2019-2021 这一阶段对于泽州铁器产品和产业的报道不仅在数量上有了明显的增长，由上一阶段的 98 篇增长到 213 篇，占比也由 27.7% 上升为 45.4%。在具体内容方面，铁壶的呈现除了自身的制作与参展情况外，泽州铁器的产业根据自身品牌的特点打造了不同的铁壶“标签”，如《抗疫——把关公壶致敬抗疫英雄》、《晋韵堂——空系列》、《相府一品——西游系列铁壶》；在参展方面，铁壶也成功地走出山西省进入到全国公众的视野中，《亮相深圳文博会 晋城铁壶》、《看看深圳文博会上的“晋城元素”》、《“晋城元素”闪耀中博会》等报道了铁壶作为“晋城元素”在深圳、北京等地的参展情况。泽州铁器的产业也由上一阶段的浅层报道转向深度报道，《金点子——擦亮文化这块金字招牌》详细介绍了泽州铁器产业晋韵堂、相府一品、晋艺坊等公司联合成立晋城铸铁集团。

2019-2021 年的泽州铁器内容框架相较于上一阶段，在内容划分方面没有太大的改变，但在内容上却有明显的丰富和充实，体现了泽州铁器从申遗成功到非遗的创新与发展的转变。

### 3.4 泽州铁器媒介形象建构的表达框架

框架的低层结构主要指包含新闻报道中的具体的文字、语言、修辞等，即对事件的表达方式<sup>69</sup>，这是学者臧国仁对新闻框架中低层结构的定义。新闻文本最基础的就是字、词、句，新闻语言的意趣表达离不开对字、词、句的仔细琢磨<sup>70</sup>。

<sup>69</sup> 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局，1999: 36. 10

<sup>70</sup> 占自华, 易艳馨. 新闻语言的意趣表达[J]. 青年记

在研究分析了泽州铁器媒介形象建构的主题框架和内容框架后,从泽州铁器报道的表达方式进行研究,可以得出泽州铁器最直接体现呈现给社会的媒介形象是怎样的。因此,笔者从泽州铁器报道的字、词、句展开分析,通过 VOSviewer 数据分析软件整理泽州铁器报道内容中的关键词,得出泽州铁器媒介形象建构的表达框架。

### 3.4.1 2015-2019 年：传统文化习俗的非遗之路

2015-2019 年有关泽州铁器的报道数量共 206 篇,笔者使用 VOSviewer 数据分析软件对其进行分析,得到 73794 字的词库。通过将文献导入并设置关键词数为 30 得到的关键词词频数据,如表 3.4 所示:

表 3.4 2015-2019 泽州铁器报道关键词词频表

排名	关键词	词频	占比
1	文化	2042	2.44%
2	传统	1467	1.75%
3	历史	963	1.14%
4	传统文化	525	0.63%
5	习俗	306	0.37%
6	晋城	182	0.22%
7	铁壶	143	0.21%
8	泽州	143	0.21%
9	技艺	75	0.13%
10	冶铁	64	0.13%
11	铸造	58	0.13%
12	产业	58	0.13%
13	手工	57	0.13%
14	技艺	54	0.13%

者,2011(20):28-29. DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2011.20.039.

15	市民	54	0.13%
16	旅游	51	0.13%
17	非遗	33	0.12%
18	百姓	33	0.12%
19	展馆	28	0.12%
20	晋韵堂	27	0.12%
21	司徒小镇	27	0.12%
22	文博会	26	0.12%
23	传承	25	0.11%
24	记忆	24	0.11%
25	太阳	24	0.11%
26	故事	23	0.10%
27	工匠	21	0.10%
28	一带一路	18	0.10%
29	魅力	14	0.10%
30	千年	14	0.10%

根据表 3.4 我们可以得到 2015-2019 年泽州铁器报道中的关键词及其频率,进而对泽州铁器媒介形象的表达框架展开研究。笔者将上述 30 个关键词进行分类:“晋城、泽州、晋韵堂、司徒小镇”带有明显地域标示性的词划分为一组;“文化、传统、历史、习俗”带有丰富文化内涵的词分为一组;“铁壶、技艺、冶铁、铸造、手工”等具体行为分为一组;“故事、记忆、工匠、魅力”等包含情感色彩的词分为一组。通过分类后可以清楚地从不同角度对泽州铁器的媒介形象进行解析。

同时利用 VOSviewer 建立关键词云,作为辅助参考,如图 3.17:



图 3.17 2015-2019 年泽州铁器报道关键词云

### (1) 形象刻画：富有魅力的地域性传统文化习俗

在对关键词频进行分类时，将“晋城、泽州、晋韵堂、司徒小镇”划分为一类，突出泽州铁器的地域性特点。在《晋城，凭什么这么优秀》文中，指出了晋城拥有大量优秀的传统文化和习俗。

“文化、传统、历史、习俗”与泽州铁器联系紧密。在《晋城年俗一打铁花：与你邂逅一场火树银花》中对“泽州打铁花”进行了详细的介绍，“泽州打铁花”至今已有两千多年历史，是晋城泽州人民的一种古老习俗。说明了泽州铁器的本质和内涵是历史悠久的传统文化和习俗。

“故事、记忆、工匠、魅力”是对泽州铁器中“铁壶、技艺、冶铁、铸造”的陈述和评价。在对泽州铁器传承人秦建勇的采访中，他的冶铁经历和铸造技艺给他带来了工匠的赞誉。不论是泽州铁器传承人还是泽州铁器的产品，都存在着

一段段故事和记忆，富有魅力地存在着。

### (2) 价值诉求：非遗助力传承

通过对关键词词频分布表进行分析，可以看到 2015-2019 年这一阶段泽州铁器的“非遗”词频为 33 个，这与该阶段泽州铁器正在积极进行申遗工作的环境背景有关。“百姓、传承、记忆”体现了这一阶段泽州铁器的价值诉求，即通过申请非物质文化遗产来实现对传统文化的传承。在《乐在其中的躬行者》中，泽州铁器传承人晋战平认为只有通过申请非物质文化遗产，给泽州铁器戴上一顶名正言顺的帽子，才能更好地传承和进一步发展泽州铁器传统文化。

### (3) 社会环境：“一带一路”政策引导下的飞速发展

在关键词词频分布表上，可以看到“一带一路”、“企业”、“旅游”等关键词都有出现，这说明在 2015-2019 这一阶段的社会环境对泽州铁器的发展是起着正向引导作用的。如在《我市特色文化产品亮相深圳文博会》中，指出本届文博会将“一带一路”馆升级为“一带一路”国际馆，泽州铁壶吸引了大量客商关注。提出要进一步推动泽州铁器的发展，展现晋城市“铸铁之乡”的形象。《山西“重器”入驻人民大会堂，传递中华造物之美》认为泽州铁器不仅是“一带一路”国际交易的商品实体，更是中国文化的载体。

## 3.3.2 2019-2021：消费主义裹挟下的非物质文化遗产

2019-2021 年泽州铁器报道数量为 469 篇，同样使用 VOSviewer 数据分析软件对其进行分析，得到 256710 字的词库。通过将文献导入并设置关键词数目为 30，得到的关键词词频数据如表 3.5 所示：

表 3.5 2019-2021 泽州铁器报道关键词词频表

排名	关键词	词频	占比
1	铁器	8375	3.26%
2	传统	4122	1.60%
3	文化	3796	1.57%
4	非遗	2478	1.32%
5	产业	1504	1.24%

---

6	文化产业	976	1.17%
7	发展	582	0.23%
8	泽州	530	0.23%
9	铁壶	475	0.21%
10	旅游	225	0.17%
11	晋韵堂	210	0.17%
12	创新	205	0.16%
13	历史	195	0.16%
14	品牌	183	0.16%
15	铸造	175	0.15%
16	推动	171	0.15%
17	文博会	152	0.15%
18	相府一品	97	0.08%
19	技艺	93	0.08%
20	兴趣	84	0.08%
21	表演	77	0.06%
22	百姓	68	0.06%
23	传媒	54	0.05%
24	传承	54	0.05%
25	回忆	45	0.05%
26	元素	45	0.05%
27	宣传	43	0.05%
28	承载	42	0.05%
29	形象	35	0.04%
30	节日	35	0.04%

---

同时建立关键词云进行辅助参考，如图 3.18 所示：



成为 2019-2021 年泽州铁器报道新的关键词，共出现了 976 次，占比 1.17%。从产业上升为文化产业需要更高的要求，而关键词中“创新”和“发展”就成为了建立“文化产业”新的标准。《扛起时代使命 书写奋进华章》中晋韵堂创始人晋战平提出要重视泽州铁器非遗项目、做大做强文化产业，推动文化产业的创新性发展。《晋城凭什么领先》报道中指出泽州铁器已经成为晋城市重要的地域标志物和文化产品，以晋韵堂、相府一品、晋艺坊、阳阿匠人、山西文旅铁艺五家产业合作成立的晋城市铁器文化产业协会将会进一步打造泽州铁器文化品牌。

## （2）价值诉求：创新成为主流

在关键词词频表中，“创新”一词共出现 205 次，占比 0.16%。在 2021 年中共中央国务院颁发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》报告中，明确提出要加强对非遗文化进行创新和合理利用。对于泽州铁器而言，在继承上一阶段的情况下，其自身的传承与保护工作在这一阶段逐渐让步于创新和开发。

在 2019-2021 这一阶段，泽州铁器的知名度越来越高，关注泽州铁器的社会公众也越来越多。《这个春节，晋城又上央视啦！》的报道中，在 2021 年春晚现场，记者走进泽州县太阳镇现场体验了泽州打铁花非遗项目，更是把泽州铁器的形象推到了全国人民的面前。随之出现的问题就是社会公众仅对泽州铁器的手工艺铁制品如铁壶、铁针、铁娃娃等感兴趣，而对泽州铁器的传统文化一知半解。因此对泽州铁器文化进行创新和开发成为了这一阶段的主流价值诉求。

## （3）社会环境：铁壶市场持续走高，陷入消费主义浪潮

随着 2017 年泽州铁器申遗成功、经过 5 年的发展至今，泽州铁器成功打造了自身的品牌，积累了宽广并持续走高的铁壶市场。笔者在与晋韵堂古泽州铁货开发有限公司董事长兼创始人晋战平的访谈中，获得了 2017-2021 年的晋韵堂晋城分公司的销售量。图 3.19 为 2017-2021 晋韵堂晋城分公司销售数量图，可以为笔者总结的市场结论提供数据支撑。



图 3.19 晋韵堂晋城分公司 2017-2021 年销售数量图

从图中可以看出，晋韵堂的铁壶销量在 2018 年呈爆发式增长，并且在接下来的两年内继续增长，于 2020 年销量达到历年最高。从中不仅可以得到铁壶市场持续走高的结论，还可以进一步分析泽州铁器陷入消费主义浪潮中的现象，

晋韵堂在 2020 年 4 月 14 日发表的《抗疫一用一把关公壶，致敬英雄》一文用铁壶产品致敬抗击疫情的医护人员，不仅大大提升了自身的品牌形象，也提高了铁壶的销售量。晋城的其余几家泽州铁器产业开展自身产品的品牌宣传，如《相府一品——鹭莲升隆重上市》、《晋艺坊一步步登高》等品牌宣传报道。

铁壶兼具使用和收藏的双重价值，在 2019-2021 这一阶段，泽州铁器已经陷入消费主义的浪潮之中，铁壶逐渐成为人们的一种消费商品。

### 3.5 泽州铁器的特征和总体形象

#### 3.5.1 个体特征：日益完善的个体特质

从 2015 年至 2021 年，媒体对泽州铁器的媒介形象建构已经进行了 7 年的时间。从最初以保护与传承泽州铁器非遗为目的到推动泽州铁器创新发展，媒体的报道主题框架、内容框架和表达框架都在不断地改变和完善，泽州铁器的媒介形象也不断地充实和丰满起来。

非物质文化遗产作为有别于物质文化遗产的无形财产,对于非物质文化遗产的保护与传播应遵守五点原则:生命原则,强调扎根于某一传统文化;创新原则,保护和激发非遗的创新能力;整体原则,将非遗以及非遗相关的概念共同保护;人本原则,关注传承人以及相关利益主体的保护;教育原则,对社会公众开展非物质文化遗产的教育。<sup>71</sup>借用学者贺学君提出的非遗保护原则,我们可以看到目前媒体在泽州铁器的媒介形象建构中,立足于泽州铁器相关冶铁文化,基本符合生命原则的要求;鼓励泽州铁器进行创新,加大发展泽州铁器文化产业,是对创新原则的遵守;但在对传承人的保护方面,报道力度明显不足,有违整体原则和人本原则;在泽州铁器非物质文化遗产教育方面,处于空白阶段。因此泽州铁器媒介形象特征还有待于进一步的完善。

### 3.5.2 整体画像：趋向商业化的非物质文化遗产

“允许商业化,但不能过度商业化”是对非物质文化遗产相关产业发展提出的要求,也是一种脆弱的平衡<sup>72</sup>。通过上文对泽州铁器媒介形象建构的主题、内容和表达框架研究分析可以得出,目前的泽州铁器产业是泽州铁器报道的重点。然而在非遗独立性与产业商业化的天平上,泽州铁器产业更趋向于商业化。

2015-2019 早期对泽州铁器的报道中,也有对泽州铁器产业的介绍。如《晋城小记者团探索非遗一走进晋韵堂》介绍晋韵堂产业园的基本情况,体现了市民与非遗文化的互动;《阳光 春风 一家温暖的小店》报道了晋韵堂太原店的建筑风格和铁器元素等。上述报道对泽州铁器产业的描述和介绍给社会公众带来亲切感和真实感。

但在 2019-2021 年,也就是报道的后期阶段,媒体对泽州铁器产业的报道方式和角度都发生了改变。更倾向于报道相关品牌的品牌产品—铁壶。从上文泽州铁器媒介形象的表达框架我们可以总结出,铁壶已经成为了一种消费商品,目前的报道呈现给社会的泽州铁器形象已经带有了明显的商业倾向。

<sup>71</sup> 贺学君. 关于非物质文化遗产保护的思考[J]. 江西社会科学, 2005(02):103-109.

<sup>72</sup> Chiara Bortolotto, 马庆凯. “允许商业化但不能过度商业化”:不同遗产理性带来的规范难题[J]. 文化遗产, 2021(05):1-8.

## 4. 媒体对泽州铁器媒介形象建构的问题和不足

媒体在建构泽州铁器的媒介形象时,在报道的主题层面存在报道范围缺乏广度,致使刻板印象的产生。在报道的内容层面,因媒体工作者的模糊化表达滋生的新闻失实问题;同时,数字化时代背景下的社会现实强调非遗的商业化,一定程度上破坏了非遗的活态性和独立性;非遗传承人作为非物质文化遗产的核心,却未能在新闻报道中得到应有的重视。媒体重视非遗宏观形象的建构而缺乏对非遗传承人这一非遗中坚力量的关注,这是另一种意义上的不负责任。

### 4.1 报道主题:报道范围广度不足,形成刻板印象

通过上文的研究,我们可以得到媒体对泽州铁器报道的主题主要为:政务工作、冶铁文化、参展、铁壶、产业、传承人、广告、其他。可以将上述主题归纳为政治类主题:政务工作、参展;经济类主题:铁壶、产业、广告;文化类主题:冶铁文化、传承人。尽管媒体对泽州铁器的报道主题在2015-2019和2019-2021两个阶段的侧重点不同,但总体框架是固定的,且最终呈现的整体形象是“消费主义裹挟下的非物质文化遗产”。因此,后续新闻报道的撰写者—媒体工作者会基于现有的报道框架基础进行对新闻报道的架构,进而形成了媒体工作者对泽州铁器的刻板印象,导致社会公众在长期的浏览和阅读后,会进一步加强和固化心中的泽州铁器形象。

“刻板印象”的概念最早是由美国学者李普曼提出的,李普曼认为刻板印象是以高度符号化、简单化、概括化的符号对特殊群体或人群所做的社会分类,或隐或现地体现着一系列关乎其行为、个性及历史的价值、判断或假定<sup>73</sup>。李普曼指出刻板印象是不可避免的,媒体工作者在新闻报道前总要遵循一定的报道框架,这与其工作性质和特点有着直接关系。

一方面,由于媒体各行业间的竞争,基于对新闻报道时效性的追求,媒体工作者更倾向于在已有的报道主题框架中对新闻素材进行筛选,通过强行的“对号入座”形式迅速对新闻素材进行归纳整理,进而根据预设的报道立场快速刊发新闻报道。另一方面,各行媒体间的仿照和互相参考制约了新闻报道主题广度的延

<sup>73</sup> [美]沃尔特·李普曼. 公众舆论[M]. 阎克文, 江红, 译. 上海:上海人民出版社, 2006: 14

伸，在泽州铁器的报道中媒体间相互转载的情况很常见。

## 4.2 报道内容：新闻失实、商业化报道

### 4.2.1 媒介形象呈现片面真实

新闻的真实性体现在整体性和具体性两个方面，因此对应的新闻失实也应从这两方面研究。新闻要素真实，但不能展示完整的客观事实，或在某一阶段不能真实地反映社会现实，我们称之为新闻的片面真实，实质上也是一种新闻失实<sup>74</sup>。新闻真实是新闻报道的基本要求，而在对非物质文化遗产的新闻报道过程中哪怕是新闻的片面真实也会影响公众对非遗形象的认知。

媒体对“泽州铁器”的报道中，共出现了5篇引用与转载其他报道的文章，具体情况如表4.1所示在这些文章中存在新闻片面真实的情况，主要体现在两方面：一方面是新闻的各个要素都与客观现实相符，但报道的最终呈现内容与客观现实有出入；另一方面是对报道对象的反映符合客观现实，但将这一类报道内容进行整合后发现与客观现实中的人群特征不符。

表 4.1 泽州铁器报道转载情况表

报道题目	报道媒体	引用或转载 报道	引用或转载 媒体	引用或转载 内容
《郭姐的直播带货之路》	《太行日报》	《百姓生活—郭姐“触网记”》	《人民日报》	采访内容
《2017大同文博会—山西铁壶，非遗天下》	晋韵堂	《第三届山西文化产业博览会交易会开展》	《山西日报》	文博会展现场图片
《讲好山西故事，展现工美传承之美》	晋艺坊	《山西老字号之工艺品篇》	《山西日报》	全文转载

<sup>74</sup> 徐玉芳. 片面真实: 另一种新闻失实[J]. 新闻前哨, 2010(12):25-27.

《晋韵堂 亮相深圳文博 会》	晋韵堂	《晋韵堂铁 货文博会受青 睐》	《太行日 报》	正文转载
《深圳文博 会上的“晋城元 素”》	《太行日 报》	《第七届深 圳文博会开展一 “晋善晋美”》	《山西日 报》	全文转载

以《太行日报》刊登的报道《郭姐的直播带货之路》为例。该文中对“郭姐”的采访记录转载于《人民日报》刊登的《百姓生活—郭姐“触网记”》。很明显《郭姐的直播带货之路》一文出现了新闻的片面真实，记者将原文中“郭姐”的带货内容铁壶、铁锅、铁娃娃等工艺品换为“泽州铁货”的表述，然而“泽州铁货”并不等同于“铁壶、铁锅、铁娃娃”，这与现实实际显然不符。

作为权威报道象征的《太行日报》官方媒体，将新闻素材错误定义的行为或许会提升“泽州铁器”在公众心中的形象，但毫无疑问是对客观现实的错误呈现，是严重的新闻失实。

#### 4.2.2 过度强调商业化

媒体过度强调商业化的问题体现在其报道主题“广告”在整体报道中的占比。根据统计，晋韵堂报道主题“广告”的占比为 15.8%，是除了“铁壶”主题和“冶铁文化”主题之外占比最高的主题，如“参展”主题的占比为 12.4%，“传承人”主题占比仅为 2.6%，笔者对 2017 至 2021 年晋韵堂报道的主题数量占比进行统计，如图 4.1 所示：



图 4.1 晋韵堂报道主题数量占比图

从图 4.1 可以看出，在晋韵堂 2017 至 2021 年报道内容中，除“广告”主题的占比在逐年上升外，其他四项内容都呈现出下降的趋势。在此指出“其他”主题报道内容为企业合作、商业活动等。因此经过分析可以得出以晋韵堂为代表的民间媒体商业化倾向正在逐年加重，而晋韵堂对于“传承人”主题报道数量有两年甚至为 0。“泽州铁器”商业化的过度倾向会破坏“泽州铁器”的活态性和独立性，不利于“泽州铁器”的保护与发展，从而使“泽州铁器”媒介形象的建构过程受到更大的阻碍。

### 4.3 报道力度：缺乏深度报道、忽视传承人

报道力度是指媒体为了报道社会现实中特定的事件、人物而投入的人力、物力等资源成本。笔者将新闻报道的力度归纳为两方面，分别从文本角度和资源角度分析媒体对泽州铁器的报道力度。

#### 4.3.1 对泽州铁器的浅层化报道

作为非物质文化遗产，泽州铁器的核心毫无疑问是泽州的冶铁文化与冶铁文化的传承人。本节从新闻文本的角度分析媒体对冶铁文化的报道力度，认为目前媒体对泽州铁器文化的报道存在浅层化报道的问题。

直至 2021 年，媒体对泽州铁器的报道已经持续了 7 年，尽管报道数量不断增加，但媒体对泽州铁器的冶铁文化报道仍处于“参加非物质文化遗产展览会”、“泽州铁器的发展史”等浅层报道的层面，缺乏对泽州铁器的深度性报道。泽州铁器从传统文化习俗转变为非物质文化遗产后，其自身的文化底蕴得到了丰富和升华，因此媒体应该将泽州铁器作为以文化为主的议程进行设置和深度报道。文化类议题的报道重在对公众的教育和科普，但媒体对泽州铁器的报道大多属于描述性报道，缺乏解释性报道、调查性报道、预测性报道等深度性报道。

通过内容分析，笔者发现仅有少量报道在文中体现了文化的教育和科普内涵。如《晋城小记者团：探索非遗一走进晋韵堂》中 20 多位晋城小记者进入晋韵堂了解晋城的传统文化、了解铁货知识，选择自己喜欢的铁制品。《晋城三中，第一！》报道了晋城三中的一名学生因设计带有泽州铁壶的校徽而获得创意比赛冠军，是泽州铁器走进群众的典型案例。然而这样的报道仅占少数，媒体在对泽州铁器的报道过程中，更多的是对信息的平铺直叙，忽视了对泽州铁器的深度挖掘。

#### 4.3.2 传承人受关注度低，陷入传承困境

非物质文化遗产作为一种“无形文化财产”和“活态文化”，它的精粹是与传承人联结在一起的，传承人是非遗文化的承载者，因此对非遗传承人的保护是非遗保护工作中的重点<sup>75</sup>。从上文对于媒体和民间媒体“泽州铁器”浅层化报道分析可以得出目前“泽州铁器”报道力度在文本角度相对较低的问题。本节从资源的角度进行分析，笔者采用田野调查法对泽州铁器传承人进行实地访谈，通过访谈记录总结出媒体忽视泽州铁器传承人的问题。

笔者选取了晋韵堂创始人也是“李记铁器铺”第四代传承人的晋战平、“秦氏铁艺”第五代传承人秦建勇、“泽州打铁花”第七代传承人常国孩、“太阳镇传统冶针技艺”传承人王守保、王守财兄弟、“张匠铸铁技艺”传承人张立国共六位“泽州铁器”非遗传承人进行深度访谈，访谈提纲见附录二。通过与“泽州铁器”传承人进行深度访谈，对目前传承人接受媒体采访的次数、“泽州铁器”相关技艺的传承现状进行统计和分析。

<sup>75</sup> 王文章，非物质文化遗产保护步入规范里程[N]. 人民日报，2005-6-12

表 4.2 “泽州铁器”传承人接受媒体采访次数

非遗传承人	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	总计
晋战平	2	5	3	9	7	26
秦建勇	0	2	1	3	3	9
常国孩	5	9	4	5	2	25
王守保、王守财	0	0	0	2	1	2
张立国	0	0	0	1	0	1

从表 4.2 可以看出，除了晋战平、秦建勇、常国孩三位传承人外，其他三位传承人自 2017 至 2021 年接受媒体采访的次数仅为个位数。而晋战平是晋韵堂公司的创始人、秦建勇是晋韵堂太阳镇冶铁产业园的总经理、常国孩是晋城市司徒小镇的部门经理，其余三位传承人的身份都是农民和普通群众。传承人不同的社会身份差异也是媒体对其采访次数的体现。由此我们可以得出媒体对泽州铁器传承人关注度低的结论。

表 4.3 “泽州铁器”传承现状

“泽州铁器”技艺	传承方式（传播方式）	传承范围（选择继承人的范围）	传承现状（是否建立产业，目前传承人数量）	传承人的态度（十分满意、满意、一般、不满）
“李记铁匠”	口头传播、人际传播	面向全国	建立晋韵堂，目前 33 位传承人	满意
“秦氏”铁艺	口头传播、人际传播	面向全国	附属晋韵堂，目前 5 位传承	一般

		人	
“泽州打铁花”	口头传播、人 际传播	面向全市	附属晋城文旅 公司，目前 56 位传承人
“大阳冶针”	口头传播，家 族单传	大阳镇	无产业、目前 3 位传承人
“张匠铸铁技 艺”	口头传播，家 族单传	沁水县	无产业、目前 1 位传承人

表 4.3 是笔者通过与“泽州铁器”传承人进行深度访谈后得出的“泽州铁器”传承现状。

在“泽州铁器”的传承方式方面，五项“泽州铁器”相关技艺传承人表示目前传承的方式还是以冶铁师傅的口头传授为主，再辅以实际铁制品制作过程中的示范和指导。以对晋战平的访谈原话为例：“我们做铁壶是一门手艺活，铁壶的制作需要 24 道工艺，每一道工艺都不能出差错，必须师傅亲身示范。一般一个学徒出师需要二到三年的时间。”而对于传承传统的态度，“大阳冶针技艺”传承人王守保与王守财和“张匠铸铁技艺”传承人张立国表示技艺只会在自己的家族中进行传承，其余三位传承人表示只要能把手艺和技术传承出去，弘扬传统文化，可以不局限于传统家族传承的观念。

在“泽州铁器”的传承现状方面，晋战平创立了晋韵堂铁货开发创意公司，并聘请秦建勇为晋韵堂大阳镇冶铁产业园的总经理，公司共培养了 38 位传承人；常国孩被聘为晋城市司徒小镇文化旅游部门的经理，传承人 56 位；王守保选择他的儿子王强作为手艺继承人；张立国没有找到手艺继承人。

对于目前手艺传承的态度，常国孩表示非常满意，晋战平表示满意，而其余四位传承人表示一般。其中张立国说明原因：他的儿子不愿意从事冶铁行业，虽然寻找不到愿意继承技艺的人选，但国家和政府的非遗项目补贴让他感到满意。

通过与非遗传承人进行深度访谈，为本小节提出媒体对非遗传承人关注度低的结论提供了资料和数据支撑。同时“泽州铁器”中的“大阳冶针技艺”和“张氏铸铁技艺”确实存在后继无人、濒临消失的传承困境。

## 5. 提升泽州铁器媒介形象建构的策略

媒介形象建构的过程是一种兼具“内化”和“外化”的过程，这个过程是通过媒介与社会的互动实现的。所谓的“外化”指的是“制度化”，也被解释为“惯例化”和“典型化”两个阶段。“惯例化”认为人们的习惯优于任何制度，“典型化”就是将一种习惯或惯例由行动者的多次重复逐渐成为典范，任何一种典范都是一种制度。“内化”对于社会中的个体成员而言，客观世界是内化的，也是一种社会化<sup>76</sup>。伯格和卢克曼对现实的建构过程应用于媒介形象的建构也是可行的。对于“泽州铁器”这一非物质文化遗产的媒介形象建构，我们也要从“外化”的制度以及“内化”的互动角度出发，需要多方主体的共同努力。

### 5.1 加强对报道主题的开发和扩展

针对前文提出的政治、经济、文化三大类搭建的报道主题框架，媒体和地方机构可以跳出固有的思维，如果不能在政治、经济、文化三个层面外找到新的报道点，可以对现有的主题进行一定的开发和扩展。

如在政治类报道中，不仅要对上级部门下发的通知和文件进行报道，还要对后续工作的开展以及取得的成果进行跟踪性报道；在泽州铁器参展的报道中，展品的介绍必不可少，但对于展品的最终去向却没有提及。媒体可以对泽州铁器展品的收藏者进行采访报道，证实泽州铁器非遗的传播和推广并不仅是官方、产业双向的努力，而是官方、产业、公众的共同协作。

在经济类报道中，泽州铁器产业想要实现自身品牌的大力传播，并不只有相关产品广告推广的单一选择。文化的厚度决定了产品的高度，泽州铁器产业可以多借助于新媒体平台，利用新媒体平台发布视频的优势制作相关产品的宣传片、微电影等助力品牌传播。

文化是泽州铁器的核心，对于冶铁文化的报道需要进行一定的扩展。目前关于冶铁文化的报道多为泽州铁器的历史、冶铁风俗或文化的简单介绍。一方面，媒体和地方机构可以不用局限于对冶铁文化的单一报道，通过将泽州铁器与其他

<sup>76</sup> [美]彼得·伯格，卢克曼著，江涌译：《现实的社会构建》，北京大学出版社，2009年12月第1版，第25-39页

类似的铁文化进行对比报道,更能凸显泽州铁器的文化魅力。另一方面,冶铁文化不是只能出现在冶铁工坊里,还可以出现在街道、社区或校园中。媒体机构可以把泽州铁器的文化进行街头表演、进入社区或校园展现独有的文化色彩,泽州铁器可以融入百姓的文化生活中。

## 5.2. 完善行业内部相关规则制度

媒体“泽州铁器”媒介形象呈现的片面真实引起的新闻失实,只有从具体的法律制度和行业规则进行规范,才能从根本上解决问题和不足。我国非物质文化遗产法律体系的建立始于2004年我国加入由联合国教科文组织颁布的《非物质文化遗产保护公约》,2011年我国正式颁布属于自己的《非物质文化遗产保护法》。习近平总书记十分重视非物质文化遗产,曾多次外出实地考察非遗保护工作,并多次发表讲话强调非遗的保护与传播。2021年国务院通过了《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》的通知,至此我国非物质文化遗产法律体系已经初具规模。

然而,目前我国非遗法律体系存在中央与地方制度不匹配,各部门或上下级缺乏沟通导致出现工作问题,正因为没有明确的法律制度和媒体内部的行业规则进行约束,导致了本文官方媒体工作者引用或转载新闻素材后进行报道出现了新闻失实的问题。

因此,要进一步丰富和完善我国非遗法律体系,在现有法律制度的基础上提出以下几点建议举措:第一,对非遗的报道工作提出“实事求是”的指导方针,媒体工作者应对非遗的现状进行客观、真实的表述,禁止媒体工作者对非遗相关概念如手工艺产品的定义、非遗传承人的定义等进行个人主观界定;第二,媒体行业内部对报道内容的审查要严格,禁止上下级媒体对新闻素材的引用和转载等行为,以免出现新闻失实的问题;第三,建立专门的监管部门,对媒体行业进行监督,开设公众举报平台,鼓励公众对于虚假报道非遗的媒体进行举报。

## 5.3 加强对工作者进行新闻专业主义教育

无论是官方媒体或是民间媒体,双方新闻报道的执行人都是媒体工作者。加强对媒体工作者的培训,提升媒体工作者职业素养是必要而迫切的。

对于官方媒体而言,其内部的媒体工作者相较于民间媒体而言具备较高的职业素养。因此,新闻专业主义的贯彻与坚持是官方媒体工作者需要铭刻于心的。首先,媒体工作者应该加强对非物质文化遗产知识的学习,对于非物质文化遗产的活态性与独立性等特点做到有清楚的认知和理解;其次,媒体工作者应提高对非遗著作权的保护意识,在报道过程中谨防出现对类似非遗概念产生混淆,导致报道内容错乱、甚至侵权的情况出现;最后,媒体工作者应恪守新闻真实的原则,严格杜绝因利益而夸大对非遗商业化报道的行为。

对于民间媒体而言,需要建立一套严格的媒体工作者聘用规章制度。秉持“宁缺毋滥”原则,提高进入企业或产业媒体工作者的门槛。民间媒体可以与官方媒体进行合作,定时展开对媒体工作者的专业能力培训,提升媒体工作者职业素养,重视对媒体工作者实地调研和采集新闻素材能力的提升。同时,对媒体工作者贯彻新闻专业主义,强调新闻报道的公正性,对于违反新闻专业主义的新闻工作者采取“零容忍”的态度。

## 5.4 增加对泽州铁器的深度报道

在2015-2021这7年对泽州铁器的报道中,尽管报道主题出现了一定重心的转移,从早期的泽州铁器相关冶铁文化到后期的泽州铁器产业以及产品铁壶的报道,报道篇幅始终呈现500-1000字的精简特点。虽然在新媒体时代,干练的标题和精简的内容更能吸引公众浏览和阅读,但公众在面对反复出现的内容时难免会生出无趣和反感的情绪。此时,深度性报道可以从一定程度上解决类似的困扰。

深度性报道不仅要求媒体机构的媒体工作者具备较高的职业素养,还要求媒体工作者具备“望闻问切”的能力。媒体工作者在新闻采访过程中要突出“望”的特点,即切身实地地采集一手的新闻素材;在构建报道框架前,一定要“闻”,做到对泽州铁器的全面了解,避免出现“驴头不对马尾”的情况;“问”体现在深度性报道中要够深、有内涵,报道可以对公众存在的问题和不解进行解释以及对泽州铁器的发展进行预测;最后,深度性报道一定要求“切”入重点,不能遵循守旧,局限在“参展”、“铁器发展史”等陈旧议题上面,而是勇于创新议题,在报道中详细、深入地报道泽州铁器相关内容,将泽州铁器的真实形象呈现给社会公众。

## 5.5 增强与传承人的互动，激发传承人动力

目前“泽州铁器”主要通过口语传播的形式由非遗传承人进行言传身受，实现对“泽州铁器”非物质文化遗产的传承。在数字化时代的背景下，“泽州铁器”相关技艺出现了传承断代、濒临消失的情况，因此我们必须提高对非遗传承人的重视度，从核心层面保护“泽州铁器”这一非物质文化遗产。

在2021年国务院颁发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》通知中，中央提出要加强非遗项目的扶持，通过增加非遗项目资金、增强非遗传承人社会保障等举措激发非遗传承人的动力。然而国家政策的扶持是一方面，媒体也应该增强与非遗传承人的互动。

在与非遗传承人晋战平的访谈中，他提到媒体对他的采访内容涉及“李记铁匠铺”的历史形成、晋韵堂公司创办动因、晋韵堂发展概况等角度，但对于目前晋韵堂中的传承人现状却很少提及。笔者在对非遗传承人常国孩的采访中也出现了上述问题，即媒体只关注了“非遗”，而忽略了“非遗传承人”。因此，媒体应该增强与非遗传承人的互动，如邀请非遗传承人举行泽州铁器主题讲座、邀请非遗传承人进入学校，走进课堂给学生们讲述“泽州铁器”的历史，提升下一代年轻人对非遗的关注度。

同时，媒体也应在如何激发非遗传承人动力上付诸行动。在对六位非遗传承人的访谈中，几乎所有非遗传承人都表示相比于“泽州铁器”手工艺品带给自己的经济利益，他们更在乎泽州铁器技艺在自己的手中传承下去、发扬光大，泽州铁器文化是否真正地烙印在公众心中。媒体可以从非遗传承人的心理出发，多刊登一些“泽州铁器”文化给公众日常工作生活带来的改变、公众自发举办的“泽州铁器”文娱活动等报道。媒体的“对症下药”，不仅可以激发非遗传承人的动力，还可以为非遗培养更多的传承人。

## 6. 总结

将媒介形象建构理论应用到非物质文化遗产的保护与传承中,绝不是生搬硬套。作为中国传统文化的重要组成部分,非物质文化遗产扎根于社会的土壤中。相较于物质文化遗产的“有形”,非物质文化遗产的“无形”可塑性更强,更具有研究价值。从传播学角度研究“泽州铁器”非物质文化遗产的媒介形象,既可以解决我国非物质文化遗产保护与传承的现实问题,也可以弥补我国非物质文化遗产研究的空白。对于媒体在非物质文化遗产形象构建中出现的问题,也更有利于当地公民的文化自信培养。

通过选取山西省晋城市的非物质文化遗产泽州铁器为研究对象,本文首先对非物质文化遗产的概念、泽州铁器的概念和媒介形象的概念进行界定。然后对媒介形象建构论和框架理论进行了综述,在非物质文化遗产和媒介形象建构理论中寻找一个结合点。然后结合泽州铁器报道现状分析媒体对泽州铁器形象建构的报道框架,得出一方面泽州铁器在不断发展和进步,其作为非物质文化遗产的特征在日益完善;另一方面,新媒体时代背景下泽州铁器在逐渐被消费主义裹挟,陷入商业化的浪潮。

面对目前的情况,需要多方的共同努力才能引导泽州铁器形象的正确建构。国家应进一步完善非遗法律保护体系;媒体需扩大报道的主题广度、提高媒体工作者的职业素养等、增强报道力度等。媒体不能成为非遗被商业化逐渐吞噬的旁观者。政府和媒体可以开展泽州铁器的教育和科普活动,如“冶铁技艺街头表演”、“冶铁文化走进社区”、“冶铁文化走进校园”等,为非物质文化遗产的创新发

展作贡献。

然而,本文还存在许多不足。如笔者在使用田野调查法进行研究过程中,由于实地调查只能于假期完成,导致选取非遗传承人对象的个数较少、对非遗传承人访谈的深度不足,仅是以传承现状为基础,对“泽州铁器”的传承现状进行了初步的探讨和研究。对目前存在的较为突出的问题进行分析,并提出可行性的建议,未能上升到系统的高度对“泽州铁器”媒介形象的建构进行全面的指引。在此希望通过本文的研究,可以对今后非物质文化遗产的传承与保护提供一定的借鉴。

## 参考文献

- [1]刘淑娟.欧美国家非物质文化遗产法律保护经验对我国的启示[J].华侨大学学报(哲学社会科学版),2015(02):79-84.DOI:10.16067/j.cnki.35-1049/c.2015.02.009.
- [2]罗艺.甘肃省非物质文化遗产立法保护研究[D].西北师范大学,2009.
- [3]杨莹.传统村落遗迹保护的法律制度研究[D].重庆大学,2017.
- [4]高密.我国体育非物质文化遗产立法保护的借鉴与建议研究[D].深圳大学,2019.
- [5]周亚,许鑫.非物质文化遗产数字化研究述评[J].图书情报工作,2017,61(02):6-15.  
DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2017.02.001.
- [6]杜浩.非遗数字化保护中元数据标准研究[D].云南艺术学院,2018.
- [7]卫瑶.非物质文化遗产的数字化推广研究及APP视觉设计[D].宁夏大学,2021.
- [8]李江.数字化非物质文化遗产的著作权保护[D].扬州大学,2020.DOI:10.27441/d.cnki.gyzdu.2020.001378.
- [9]袁崧林.山西面塑艺术的数字化保护与品牌传承[D].山东大学,2018.
- [10]李丛.河南非物质文化遗产数字化建档保护问题与对策研究[D].武汉大学,2017.
- [11]宋俊华,王明月.我国非物质文化遗产数字化保护的现状与问题分析[J].文化遗产,2015(06):1-9+157.
- [12]王宁宁.体育非物质文化遗产生态治理研究[J].当代体育科技,2019,9(28):231-232.DOI:10.16655/j.cnki.2095-2813.2019.28.231.
- [13]曹明明.论非物质文化遗产保护中的传承及传承人[J].中国民族博览,2019(07):48-49.
- [14]何建良.非物质文化遗产传承人保护中存在的问题与对策[J].学理论,2017(06):154-155+164.
- [15]陈亮.地方非物质文化遗产传承人媒介素养问题探析[J].郑州师范教育,2017,6(06):59-61+75.
- [16]张嘉星,肖爱云.新媒体环境下运城市非物质文化遗产传播策略研究[J].传播力研究,2019,3(13):19+21.
- [17]杜洁莉.新媒介场域中非物质文化遗产的创新性传承[J].浙江传媒学院学报,20

- 17,24(04):53-58.DOI:10.13628/j.cnki.zjcmxb.2017.04.009.
- [18]张皓. 曲阳石雕的文化遗产与产业化研究[D].河北大学,2013.
- [19]黄艳. 南昌非物质文化遗产商业化经营研究[D].江西财经大学,2016.
- [20]刘石磊. 非物质文化遗产产业化法律规制研究[D].河北师范大学,2015.
- [21]陶丽萍,刘源深.非遗产业化之路:文化赋能的内容与特征[J].长江大学学报(社会科学版),2021,44(04):26-30.
- [22]刘志霞.山东“非遗旅游”可持续发展研究[J].文化产业,2019(14):5-8.
- [23]尚雯迪.浅论非物质文化遗产旅游的意义和建议[J].现代交际,2017(19):43.
- [24]Mountcastle Amy. Safeguarding Intangible Cultural Heritage and the Inevitability of Loss: a Tibetan Example[J]. *Studia ethnologica Croatica*,2010,22(1):
- [25]Stefano Michelle L.,Davis Peter,Corsane Gerard. Safeguarding Intangible Cultural Heritage[M].Boydell & Brewer:2012-04-19.
- [26]Nikočević Lidija,Gavrilović Ljiljana,Hrovatin Mirela,Jelinčić Daniela Angelina,Kale Jadran,Ratković Dragana Lucija,Mountcastle Amy,Simonič Peter,Zebec Tvrtko. Culture or Heritage? The Problem of Intangibility?[J]. *Etnološka tribina : Godišnjak Hrvatskog etnološkog društva*,2012,42(35):
- [27]Min Li Dai,Chuan Ming Sun,Min Wang. Research on the Knowledge Character and Classification of Intangible Cultural Heritage[J]. *Applied Mechanics and Materials*,2014,3463(643-643):
- [28] CONVENTION FOR THE SAFEGUARDING OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE[J]. *Australian Indigenous Law Reporter*,2005,9(1):
- [29] The Governance of Safeguarding. Comments on Article 2.3 of UNESCO's Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage[J]. *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*,2019,16(16):
- [30]Haijing Shi. The Predicament and Countermeasures of the Protection of World Intangible Cultural Heritage[P]. 2020 3rd International Conference on Interdisciplinary Social Sciences & Humanities,2020.
- [32]Wanni Huang,Fei Dai. RESEARCH ON DIGITAL PROTECTION OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE BASED ON BLOCKCHAIN TECHNOLOGY[J]. *Information Management and Computer Science*;;Information Manage

- ment and Computer Science;;Information Management and Computer Science;;  
Information Management and Computer Science;;Information Management and  
Computer Science,2019,2(2):
- [33]Xinyong Yu,Yanli Dai. Research on the Application of Digital Virtual Technology in the Protection and Innovation of Intangible Cultural Heritage in China —Three Types of Carvings in Huizhou as an Example[P]. Proceedings of the 2020 4th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2020),2020.
- [34]Xi Deng,Chong Shen. Applied-Digitization Technology and Animation Abstract in the Protection and Inheritance of Intangible Cultural Heritage[J]. Applied Mechanics and Materials,2014,3207(556-562):
- [35]Yue Zhang,Mingqing Han,Weiwei Chen. The strategy of digital scenic area planning from the perspective of intangible cultural heritage protection[J]. EURASIP Journal on Image and Video Processing,2018,2018(1):
- [36]Zhi Qing Zhao,Li Tao. Study on Intangible Cultural Heritage Protection of the Architectural Cultural Heritage[J]. Applied Mechanics and Materials,2014,3489(638-640):
- [37]Andrzej Stachowiak. Religious Customs and Places of Worship as Components of the Intangible Cultural Heritage in Eastern Pomerania[J]. Łódzkie Studia Etnograficzne,2016,55:
- [38]Ross Sara Gwendolyn. Preserving Canadian Music Culture: The Case of the Silver Dollar Room and the Intangible Cultural Heritage Management of Urban Spaces of Culture[J]. Architecture\_MPS,2016,10(2):
- [39]TAYLOR Diana. Saving the "Live"? Re-performance and Intangible Cultural Heritage[J]. ETUDES ANGLAISES,2016,69(2):
- [40]Danilo Giglito. Enhancing Community Heritage Empowerment through Wiki Software[P]. Computer Supported Cooperative Work & Social Computing,2015.
- [41]Gyoocho Lee. How to Protect Traditional Food and Foodways Effectively in Terms of Intangible Cultural Heritage and Intellectual Property Laws in the

- Republic of Korea[J]. *International Journal of Cultural Property*,2018,25(4):
- [42]郭娟娟. 宋元明清山西铁矿开采与冶铁业发展述论[D].山西大学,2006.
- [43]韩冬. 东周时期冶铸作坊研究[D].郑州大学,2020.DOI:10.27466/d.cnki.gzzdu.2020.000354.
- [44]张礼慧. 清代泽州府工商业经济研究[D].陕西师范大学,2012.
- [45]原建猛. 泽州铁器转型之变[N]. 发展导报,2014-05-06(004).DOI:10.28238/n.cnki.nfzdb.2014.000117.
- [46]刘瑶. 山西阳城铸铁艺术可持续发展策略研究[J]. *明日风尚*,2021(06):167-168.
- [47]刘海燕. 晋城铁器文化的回归——兼论科技文化融合的时代意义[J]. *长治学院学报*,2017,34(03):27-30.
- [48]明文. 泽州县南村镇:崛起绿色铸造产业园[J]. *记者观察*,2019(25):48-49.
- [49]胡春良. 晋城铁壶——传统铁器铸造手工艺的杰出代表[J]. *铸造设备与工艺*,2020(02):54-56.DOI:10.16666/j.cnki.issn1004-6178.2020.02.017.
- [50]保护非物质文化遗产公约[J]. 中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会公报,2006(02):138-145.
- [51]朱兵. 《中华人民共和国非物质文化遗产法》的主要内容与制度解读[J]. *中国非物质文化遗产*,2021(01):6-14.
- [52]王娟. 论非物质文化遗产的行政法保护及其完善[D].苏州大学,2010.
- [53].[美]沃尔特·李普曼. 公众舆论[M].林珊,译.北京:华夏出版社,1989.
- [54]江根源. 媒介建构现实:理论溯源、建构模式及相关机制[D].浙江大学,2013.
- [55]宣宝剑. 媒介形象系统论[D].中国传媒大学,2008
- [56]Amy Slater,Marika Tiggemann,Bonny Firth,Kimberley Hawkins. Reality Check: An Experimental Investigation of the Addition of Warning Labels to Fashion Magazine Images on Women's Mood and Body Dissatisfaction[J]. *Journal of Social and Clinical Psychology*,2012,31(2).
- [57]Gideon Fishman,Gabriel Weimann. Presenting the victim: Sex-based bias in press reports on crime[J]. *Justice Quarterly*,1985,2(4).
- [58]邓丰丰. 社交媒体下“剩女”的媒介形象建构与传播研究[D].北京邮电大学,2019.

- [59]陈童.我国留守儿童媒介形象建构的现状分析[J].东南传播,2016(09):80-82.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2016.09.027.
- [60]匡文波,任天浩.国家形象分析的理论模型研究——基于文化、利益、媒体三重透镜偏曲下的影像投射[J].国际新闻界,2013,35(02):92-101.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2013.02.014.
- [61]何沁袁.1949年以来我国乒乓球运动员的媒介形象研究[D].苏州大学,2018.
- [62]户松芳.从历史文化维度建构与传播城市形象[C]//湖南省城市文化研究会第六届学术研讨会论文集.[出版者不详],2011:46-49.
- [63]陈连龙,李颖.我国影视文化传播中的符号景观与民族形象建构——以西夏题材影视作品为例[J].电影文学,2021(05):24-28.
- [64]王敏,周真真.江西省国际媒介形象建构机遇——“一带一路”背景下的陶瓷文化与传播[J].传播力研究,2019,3(34):16-17.
- [65]肖伟,《论欧文·戈夫曼的框架思想》,载《国际新闻界》,2010(12):30-36页
- [66][美]阿尔弗雷德·许茨著,霍桂桓,索昕译:《社会实在问题》,北京:华夏出版社2001年第一版
- [64]喻国明,侯伟鹏,程雪梅.“人机交互”:重构新闻专业主义的法律问题与伦理逻辑[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2018,51(05):79-83+159.
- [65]刘建明.新闻的第七要素及新闻见证者[J].新闻爱好者,2016(11):20-24.DOI:10.16017/j.cnki.xwahz.2016.11.006.
- [66]臧国仁.新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M].台北:三民书局,1999:36.10
- [67]刘杰.数据新闻可视化叙事初探[J].科技传播,2013,5(16):26-27.
- [67]曾庆香.新闻叙事学[M].北京:中国广播电视出版社,2005:109.
- [68]吕宇翔,张洋.短视频平台中的文化符号互动传播策略研究[J].出版广角,2022(02):70-73.DOI:10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2022.02.015.
- [69]徐玉芳.片面真实:另一种新闻失实[J].新闻前哨,2010(12):25-27.
- [70]占自华,易艳馨.新闻语言的意趣表达[J].青年记者,2011(20):28-29.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2011.20.039.

- [71]贺学君.关于非物质文化遗产保护的理論思考[J].江西社会科学,2005(02):103-109.
- [72]Chiara Bortolotto,马庆凯.“允许商业化但不能过度商业化”:不同遗产理性带来的规范难题[J].文化遗产,2021(05):1-8.
- [71]宋永荣.当代新闻工作者职业素养[J].传媒论坛,2020,3(06):55+57.
- [72]王文章, 非物质文化遗产保护步入规范里程[N].人民日报, 2005-6-12
- [72][美]彼得·伯格, 卢克曼著, 江涌译:《现实的社会构建》, 北京大学出版社, 2009年12月第1版, 第25-39页
- [73] [美]沃尔特·李普曼.公众舆论[M].阎克文, 江红, 译.上海:上海人民出版社, 2006:14

## 附录

### 附录一

泽州铁器非遗项目表

项目名称	技艺前身	传承人	申请时间
阳城生铁冶铸技艺	阳城犁镜、阳城犁炉炼铁	吉抓住、石阳生	2006 年申请国家级非物质文化遗产
大阳手工制针技艺	裴氏制针	裴向南	2006 年申请省级非物质文化遗产
司徒铁花技艺	泽州打铁花	常国孩	2017 年申请省级非物质文化遗产
泽州铁货制作技艺	李氏冶铁技艺	晋战平	2017 年申请省级非物质文化遗产
秦氏冶铁技艺	无	秦建勇	2017 年申请县级非物质文化遗产

### 附录二

#### 访谈提纲

您好，我在准备我的毕业论文，因为研究的是咱晋城的铁壶，所以来找您了解下相关的情况，一会有几个问题需要您回答我。

1. 您能详细介绍下您所传承的技艺吗？
2. 近五年有媒体采访过您吗？采访次数您还有印象吗？具体是在那年？
3. 请问您目前从事什么工作？您的工作内容与传承 XXXX 技艺有关吗？
4. XXXX 技艺目前的传承情况如何？比如传承方式、传承人规模、是否有相关产业的建立？
5. 对于家族流传下来的传承方式，您在坚决遵守和执行与面向社会传承之间更倾向于？
6. 您对 XXXX 技艺目前的传承情况的态度是怎样的？您可以选择非常满意、满意、

一般、不满来回答。

感谢您抽出时间接受我的采访并指导我，非常感谢！

## 后记

不知不觉研究生的三年生活也要结束了，在毕业论文的最后，我感慨万千。三年的时光转瞬即逝，在这三年里我们经历了与病毒的抗争、与懒惰的自己抗争，最终拨开云雾见天明。

回顾三年的研究生生活，我觉得自己收获满满。自2019年9月来到兰州财经大学，来到了19级新闻与传播专硕班，认识了来自五湖四海的38位莘莘学子，认识了我的导师王亚炜老师。在这里，我有太多的话想要诉说，太多的感情想要表达。

首先感谢我的导师，第一眼见到王老师，我仿佛看到了我母亲。王老师为人和蔼可亲，谈吐大方、举止优雅，对我的态度更是十分的温柔。第一次开研讨会，导师给我制定了多读书、多思考的学习思路，她一眼就看出了我性格懒散、喜欢耍小聪明的缺点。但老师没有对我进行严厉的批评，而是温柔地告诉我：“具体行动权在你手上，老师只是希望你不要浪费这三年宝贵的时光。”我感受到了王老师作为老师的负责，以及作为“母亲”对孩子的期待。在这三年时光里，王老师的身体是我一直担心的，繁重的课程和疾病给王老师带来了巨大的痛苦。但王老师展现给我们孩子的印象，从来都是正面、阳光、积极的。毕业在即，请让我代表我们2019级研究生向王老师真诚地说一声：“老师，您辛苦了！”；代表师门向王老师说一声：“妈妈，您辛苦了！”

其次感谢在读研期间遇到的其他老师，如我们商务传媒学院的杨院长、张老师、石老师、张老师、山西大学历史学院段教授。因为疫情的影响，我只能通过网课学习各位老师的课程，但你们孜孜不倦的教导也为我积累了丰富的专业知识。

再次感谢我的舍友和同学们！宝哥、大哥，咱们三个虽然不是同一个学院，同一个班级，但缘分让咱们仨相遇，让我感谢命运的安排。怀念和你们一起喝酒、一起吹牛、聊天的日子，同样怀念一起学术讨论的无数个夜晚！感谢我的“姐妹们”，我经常和你们说在我眼里你们都是小屁孩，但我又何尝不是个孩子呢？感谢你们三年来对我的包容和理解，让我明白了师门情谊的内涵。

最后，感谢我的家人们！感谢妈妈，是您对我无微不至的关怀和体贴给我在兰州财经大学封闭管理时提供了温暖；感谢爸爸，是您那宽广的臂膀为我的求学

之路竖起了保护伞。谢谢你们！

愿 2019 级新传学子们前途似锦、愿兰州财经大学长青！