

分类号 G21/115
U D C _____

密级 公开
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 神木市“杨家将故里”文化传播现状与策略研究

研究生姓名: 乔诗琪

指导教师姓名、职称: 石蓉蓉 教授 王韧 主任

学科、专业名称: 新闻传播学 新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2021年6月4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： 乔语璐 签字日期： 2022.6.4

导师签名： 石磊磊 签字日期： 2022.6.4

导师(校外)签名： 王 翔 签字日期： 2022.6.4

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： 乔语璐 签字日期： 2022.6.4

导师签名： 石磊磊 签字日期： 2022.6.4

导师(校外)签名： 王 翔 签字日期： 2022.6.4

**Study on the current situation and strategy
of cultural Communication of “Hometown
of Yangjiajiang” in Shenmu city**

Candidate : Qiao Shiqi

Supervisor: Shi Rongrong

摘 要

党的十八大以来多次强调文化自信，明确指出文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。发展好文化旅游产业，是我们守住先进文化之根、传承优秀文化之魂、增强文化自信的举措。因此积极重视与切实弘扬具有代表性的中华优秀传统文化是当今一项重要任务。杨家将文化是中华文化中标志性的案例之一。在中华历史的长河中奔涌千年，源源不断的散发勃勃生机。神木市是杨业的故乡，是杨家将的故里，这是全国各地杨家将文化传播地所没有的，更有责任将杨家将文化传承与发扬。

本文运用传播学的相关知识和理论，对神木杨家将文化进行传播过程的梳理，先对杨家将文化从兴起到如今的传播进行脉络整理，有整体的认识。通过实地调查，深入当地，以非结构性访谈法和问卷调查的形式获取相关数据和信息，从传播者、传播内容、传播渠道、传播受众与传播效果这5方面来分析神木杨家将文化的传播现状。同时基于神木杨家将文化传播的实践过程中存在的问题，提出与之相对应的对策。研究认为：神木杨家将文化在传播上应该充分利用新媒体构建多元化的传播渠道；传播者方面要加大专业性人才的培养；有针对性的根据平台和定位人群的制定传播内容和方式。另一方面，通过调查发现目前杨家将文化传播存在一定问题，主要表现在：传播的方式上多家传播渠道转发，避免内容枯燥，形式单一，缺乏吸引力；急需打造神木杨家将故里的品牌，以此来提升传播的广度，以及深度；传播的形式多样但是传播的力度欠缺且宣传内容的质量有待提高。综合以上，本研究力图借助专业理论知识，立足实际调查数据，梳理杨家将文化的历史渊源，结合其发展现状，分析处理文化传播过程中的问题，在提出相应解决方案的同时，努力为神木杨家将故里的文化品牌建设建言献策。

关键词： 神木杨家将 故里文化 传播现状 策略研究

Abstract

Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, cultural confidence has been emphasized many times, and it is clearly pointed out that cultural confidence is a more basic, deeper and more lasting force. To develop the cultural tourism industry well is a measure for us to maintain the root of advanced culture, inherit the soul of excellent culture, and enhance cultural confidence. Yangjiagjiang culture is one of the symbolic spirits in Chinese culture. In the long river of Chinese history, surging for thousands of years, a steady stream of vitality. Shenmu city is the hometown of Yang Ye, is the hometown of The Yang family, which is the Yang family culture throughout the country will not spread, more responsibility will be Yang family culture inheritance and carry forward.

This paper uses the relevant knowledge and theory of communication to sort out the process of the communication of Shenmu Yang's culture, and first sort out the context of the communication of Yang's culture from the rise to the present, so as to have an overall understanding. Through field investigation, in-depth local, non-structured interview method and questionnaire survey to obtain relevant data and information, from the communicator, communication content, communication channels, communication audience and communication effect of these five aspects to analyze the communication status of

Shenmu Yang Jiajiang general culture. At the same time, based on the problems existing in the practice process of shenmu Yang family cultural communication, put forward the corresponding countermeasures. The research holds that the shenmu Yang Jiajiang culture should make full use of new media to construct diversified communication channels; Communicators should increase the training of professional talents and their comprehensive strength; In the choice of content and audience to stratified positioning, targeted according to the positioning of the population to develop communication content and methods; In the way of communication, many communication channels forward, the content is boring, single form, lack of attraction; To build the brand of The hometown of Shenmu Yang family, in order to improve the breadth and depth of communication; There are various forms of communication, but the intensity of communication is insufficient and the quality of propaganda content needs to be improved. Only let more people understand the culture of Yang Jiajiang, understand that shenmu is the hometown of Yang Jiajiang, in order to establish the cultural brand of Yang Jiajiang hometown.

Keywords: Shenmu City ;The hometown of general Yang Jiajiang ;
Current situation of transmission ;Strategy research

目 录

1 引 言	1
1.1 选题依据.....	1
1.2 研究的目的及意义.....	1
1.3 文献综述.....	2
1.3.1 以区域为单位的杨家将文化研究.....	2
1.3.2 对杨家将文化艺术表现形式的研究.....	5
1.3.3 对杨家将文化中关于人物形象的研究.....	8
1.3.4 地方旅游 IP 的打造和传播.....	8
1.4 采取的研究方法.....	10
1.4.1 问卷调查法.....	10
1.4.2 非结构性访谈法.....	10
2 杨家将文化概述	12
2.1 杨家将文化内涵.....	12
2.1.1 以宗法制度为载体的家国文化.....	12
2.1.2 以祖先崇拜为核心的忠孝文化.....	12
2.1.3 以血缘关系为纽带的亲情文化.....	13
2.1.4 以思想解放为背景的妇女文化.....	13
2.2 神木杨家将故里文化概述.....	14
2.2.1 神木杨家将文化内容.....	14
2.2.2 神木杨家将文化内涵.....	15
2.3 神木杨家将文化发展历程.....	15
2.3.1 第一阶段.....	15
2.3.2 第二阶段.....	16
2.3.3 第三阶段.....	16
3 神木杨家将故里文化的传播分析	18

3.1 传播主体.....	18
3.1.1 民间组织.....	18
3.1.2 政府机构（杨家城指挥部）.....	23
3.1.3 神木市博物馆.....	25
3.1.4 非遗传承人——杨文岩.....	26
3.1.5 企业——文旅集团.....	27
3.2 传播内容.....	29
3.2.1 神木是杨家将故里.....	29
3.2.2 杨家将英雄人物.....	29
3.2.3 麟州故城.....	31
3.2.4 杨家将故事与传说.....	32
3.3 传播渠道.....	33
3.3.1 新兴媒体.....	33
3.3.2 传统媒体.....	35
3.3.3 其他活动.....	37
3.4 传播受众与效果.....	38
3.4.1 神木本地受众传播效果.....	40
3.4.2 除神木市以外的陕西受众传播效果.....	45
3.4.3 陕西省外的受众传播效果.....	48
4 神木杨家将故里文化传播存在的问题.....	52
4.1 传播力度不够.....	52
4.1.1 专业人员的缺失致使传播质量受限.....	54
4.1.2 传播渠道未能合理开发利用致使传播质量受限.....	55
4.2 文化内涵挖掘不够，未能实现分众化、趣味性传播.....	56
4.3 景区建设缓慢、配套基础设施不齐全.....	57
5 神木市杨家将故里文化传播的策略.....	58
5.1 加大传播力度和专业人才队伍的建设.....	58
5.1.1 加大传播力度.....	58
5.1.2 加大传播专业人才和艺术人才队伍建设.....	58

5.2 文化资源内涵深度挖掘和分众化、趣味性传播.....	60
5.3 构建线上线下、多维度全方位传播模式.....	60
5.4 加快景区建设, 规避文化产业陷阱.....	62
5.5 探索产业之路, 打造特色文化品牌.....	63
6 总结.....	66
参考文献.....	67
(一) 学术著作.....	67
(二) 学术期刊.....	67
(三) 学位论文.....	68
(四) 网页.....	68
附录.....	70
后 记.....	79

1 引言

1.1 选题依据

本文之所以选取“杨家将故里文化”作为核心研究对象主要基于以下三点：首先，近年来，我国非物质文化遗产的保护与传承的工作推进如火如荼，全国各省均选取具有地域特色、具备可持续发展潜力的优秀文化遗产进行项目申报以及保护工程的落实，这对于促进我国文化事业繁荣、增强民族自信大有裨益。处于信息时代的我们要把握信息浪潮的优势大力推进非遗的发展和传承，利用本专业的知识为文化传承贡献一份微薄的力量。第二，陕西省神木市是一座典型性的资源型城市，虽然现状比较繁荣，但急需考虑未来可持续发展的问題并考虑城市的产业升级和转型，避免“矿兴城兴，矿竭城衰”的不利局面。2017年神木撤县设市，贯彻、实践相关精神，遵循“五大”发展理念，尊重城市的发展理念，坚持可持续发展。响应国家新时代“一带一路”倡议，力图构建国家级全域旅游示范区。为资源性城市的转型做有益的探索。因而神木市目前必须选取能够凸显其深厚历史积淀、蕴含发展潜力的文化资源，加以科学的开发利用，为未来城市转型以及特色地域文化的发展提供一方沃土。第三，就城市本身的独特性而言，神木有着杨家将故里的这一得天独厚的优势。神木市古称麟州，因杨家三代驻守麟州，故有杨家城之称。虽然在全国有多个地方发展杨家将文化，比如河北的霸州、河南的开封以及山西的代县，但是其主题均是杨家将征战四方过程中的事迹，杨家将之故里以及文化滥觞地仍是神木。杨家将的文化精神世代影响着神木人民，杨家将故里更是神木的一张城市名片。目前杨家将传说和杨家将武术技法也已经列入非遗名录，在未来由杨家将文化推动全域旅游的发展，打造特色文化名城，推动文旅融合，为经济转型助力，是神木市一项重要的文化建设工程。

1.2 研究的目的及意义

当今社会文化软实力也是拉动经济增长的重要动力，在全球经济进入创新和品牌为核心竞争力的时代背景下，打造具有地域文化特色的文化品牌对推动地域经济发展十分重要。本文对“神木杨家将文化”进行整合研究，同时为神木市塑

造一个历史名城的文化坐标,争取创设特色地域文化品牌。在此基础上,使相关非物质文化遗产得到延续与发展,并以“杨家将文化”为中心带动当地的企业转型,将“杨家将”塑成当地龙头文化产业,促进文旅的发展;同时也为非遗文化的传承和同样是资源型城市且具有特色文化的地区的文化发展和传播提供理论和实践的参考。“杨家将文化”之前由于受当地大环境的限制没有得以开发和利用,逐渐被边缘化,杨家将的名气家喻户晓,而杨家将的故乡却无人问津。因此,有必要针对“杨家将文化”在传播过程中存在的问题进行研究,发现问题、提出问题、分析问题以及解决问题,杨家将文化的保护和传承提出一些可行的策略。

1.3 文献综述

目前来看,关于故里文化和杨家将的研究相对较少,尤其是在传播学的视角,其中关于“神木市杨家将文化传播与策略”几乎没有。笔者在知网输入“杨家将”作为关键词相关文献为294篇;再输入关于“杨家将文化”作为关键词的相关文献为108篇,其中学术期刊有47篇,学位论文为46篇;输入“神木杨家将文化”学术期刊仅有3篇,学位论文7篇。整合了关于杨家将文化的相关成果以及研究后发现,就国内学界而言,针对杨家将文化的专题讨论开始于2005年,裴效维先生专文——《杨家将故事的产生与嬗变》;截至目前,16年间每年文献发表的数量除了2015年发表15篇以外,其他年份均在10篇以下。综合梳理后发现关于杨家将文化的研究成果多围绕杨家将的各地区的传播情况研究,杨家将文化的表现形式以及杨家将文化传播中人物形象的塑造。同时还有将一些关于陕西省文化旅游和旅游IP打造的文章作为参考。

1.3.1 以区域为单位的杨家将文化研究

杨家将是北宋时期以第一代人物杨弘信、生子杨业和杨重勋、以及孙辈杨延昭等祖孙3代为代表,长期活跃在抗辽、西夏等民族战争前线,保境安民,为国捐躯的忠勇世家,被历代所赞誉、推崇的军功世家。与杨家将相关的史实,除官修史书如《宋史》、《辽史》、《资治通鉴》等古籍之外,各个朝代均以不同的表现形式广为传颂。由于陕西神木是杨家将的故乡,而山西、河北等地是其驻守、练军等军事活动地域,河南有其久居的府邸,所以我国许多地方都有与杨家将相关的民俗、故居、庙宇、祭祀活动、墓地、塑像、地名等景观。通过现有的文献

记载可知,全国关于杨家将文化的集中地有陕西神木、河北霸州、河南开封、山西代县四大区域。

1.3.1.1 河北霸州

据孙春艳研究,今河北霸州古城,及周边临近的永清等地,曾是北宋初期宋、辽双方经年对峙之所,是杨家将驻防区域。于此期间,杨氏家族对霸州一带军事防御体系的构筑出力颇多,并留下了古栈道阵法、杨家将战固安、建设永清“地下长城”等等为人津津乐道的传说内容。2012年,河北省第四批省级非物质文化遗产名录经省政府批准正式公布,霸州杨家将传说被列入省级非遗目录名单。^①霸州在对非物质文化遗产杨家将传说的保护工作有序进行。在文化传播形式方面,从古至今霸州杨家将文化主要以口头、评话、曲艺、戏曲、史书作为主要的传播形式广为流传;文化旅游方面,霸州已形成了以杨家将文化为中心,以杨家将传说的周边地方围绕的区域空间相呼应,并发掘出杨家将传说中提及的众多保护遗迹,如:六郎寨、牛头镇、桃花寨、引马洞、大小武将台等传说中具有意义的遗迹。但应注意的是,文化内容丰富却掩盖不了以杨家将为中心的旅游开发事业基础薄弱,定位不准的现实局面。^②

1.3.1.2 山西代县

关于今山西代县杨家将文化的研讨,以乔晓敏专文《山西代县杨家将祠堂建筑研究》较为典型。其文主要关注山西省代县杨家祠堂,以建筑为核心,系统梳理了杨家祠堂在历史背景、建筑体系、布局美学、地势风水以及与本地传统民居和谐共建等几个角度来分析。^③并且对杨家祠堂从元代修建的木质结构的建筑风格再到清代的重建,一个时代的物质产物实际上是这个时代的精神产物,以杨家将祠堂为依托,体现了我国古代修建的中轴对称风格,更通过杨家祠堂体现当时的祠堂修筑规模和等级制度。杨家祠堂除了具有建筑价值以外,更有人文价值蕴含其中。对于极为重视血缘关系、并以宗法传承联结家族的中国人来说,祠堂有着神圣的地位。杨家将虽然已经不在,但是他们的爱国主义精神已经成为人们无

① 孙春艳.“以霸州为中心的杨家将传说研究”调查报告[J].职业时空,2014,10(01):120-121+124.

② 孙春艳.霸州及其附近地区的杨家将故事传播及旅游资源开发[J].廊坊师范学院学报(社会科学版),2012,28(05):59-62.

③ 乔晓敏.山西代县杨家将祠堂建筑研究[D].山西师范大学,2017.

法抹去的印记。祠堂用以缅怀先烈，虽然炮火已去，精神永留存。用祠堂以寄托无限哀思，有利于杨家祠堂的文化遗产保护和文化弘扬。

1.3.1.3 河南开封

河南开封是杨家将们的最终归宿地，是杨家将文化传播最具有影响力的地方，也是在国内最早开始宣传和打造文化品牌的地方，受到国内外游客的青睐。河南开封被誉为“七朝古都”，文化底蕴深厚，而自北宋以来“文包武杨”之名便传遍开封。“文包”指名臣包拯，而“武杨”即是杨家诸将，尤其是杨家将的威名远播。杨氏旧宅被毁，当地政府便参照《宋东京考》、《如梦录》、《祥符县志》等文献修复天波杨府，于1994年竣工。当地政府以天波杨府为载体，传播杨家将文化和大宋文化。^①秦璇撰《天波杨府于杨家将文化的发展于传承》一文，详细论述了天波杨府的兴建史实、重大事件、相关记载、以及各朝文人对杨府之描述，并延伸出杨家将文化对今日社会的影响。天波杨府分为3个部分，诸军演武场——东院、私家花园——西院以及彰显杨家精神的中院，以此为背景打造的大型史诗剧目《忠烈千秋·杨家将》更是给观众带来试听的冲击。^②

1.3.1.4 陕西神木

陕西神木关于杨家将文化的传播相对于河南开封起步较晚，但是在最近几年开始稳步发展。关于陕西神木市的杨家将文化大概从杨家将文化的价值意义、杨家将文化如何发展和建设两个方面展开研究和分析。

刘莉在《地方传统文化发展的价值观分析——以神木为例》中表示，对神木市的地方传统文化现状进行详细梳理，神木市由于神府煤田的开发使得神木政府迎来发展的新时期，文化的发展太过于强调现代体征，而就地方发展而言，传统文化堪称一地的核心竞争力，文化发展是在继承优秀传统价值观的基础上进一步对优秀传统价值观的补充。并且给出建议在发展传统文化中要注重整体战略，在注重文化资本积累的同时，也要将现代文化和传统文化实现有效互动才能创新发展。^③神木市即故麟州城，是杨家将的故里，杨家将的精神滋养神木世世代代，杨家将文化将作为神木市的地标文化，对外展示神木的新名片。^④

① 秦璇.打造民族特色文化品牌推动河南文化旅游产业新发展[J].当代经济,2015,(18):94-96.

② 秦璇.天波杨府于杨家将文化的发展于传承[J].兰台世界,2016,(16):68-69.

③ 刘莉.地方传统文化发展的价值观分析——以神木为例[D].长安大学,2012.

④ 呼东方.寻找神木地域文化坐标[J].新西部,2020,(z5),18-23.

关于杨家将文化在神木是如何发展方面,刘丹阳在《以文化旅游为导向的遗址保护与利用研究——以神木杨家城为例》一文中认为,就现有神木杨家城相关文化遗产为例,遗址本体的保护与旅游产业的兴起实为一体,进行保护性的旅游开发。运用 RMP 理论对神木市杨家城的文化遗址进行了旅游资源、市场、产品环境的分析,不仅有助于明确开发的规划和预计目标;同时能够深入挖掘遗址所蕴含的深厚历史积淀,有利于可持续利用该文化资源。另外,在遗址保护的层面和文化旅游开发的层面,作者分别提出三级保护体系和功能分区以及三级遗址文化旅游产品开发体系。为神木市杨家将文化旅游业的发展给予科学的指导。^①

1.3.2 对杨家将文化艺术表现形式的研究

关于“杨家将”文化的表演形式学者们的结论基本一致,杨家将相关传说脍炙人口,受到民间各阶层喜爱,最初由宋代话本、元代杂剧引领的传播潮流,至明代为人推崇的各类杂剧演义、小说故事,再到清代兴起的具有地域特色的戏曲,各个时代的社会、历史、文化、作家创作背景有所不同,形成了各个时代“杨家将”故事的诸多差异。学者们基本围绕武术、戏剧、小说展开研究分析。

在杨家将精神屹立不倒的史实背后,能够发现杨家将武术这一坚强的依托。这不仅是杨家军人驰骋战场,屡屡取得大捷的客观保证,更在此基础上发展出杨家将报效国家、铁血意志、代代奉献的佳话,并在历代均不畏强敌、敢于争锋的以杨家将武功为主题的优秀文学作品。目前,关于杨家将武术的起源调查大同小异,具体的传播现状也有学者已进行讨论。李焱在《杨家将武术的产生与延续的社会因素》中全面的阐述了杨家将的历史背景、起源、延续以及发展。杨家将武术的进行了阐述,起源于杨家将所处的五代时期战乱纷争,杨家将久经沙场摸索出朴实无华,实用性强的武术套路。以及系统的梳理出杨家将武术套路,总结以“杨家绝命枪”、“穗子鞭”、“三十六式鞭”、“杨门二十四枪”等绝技为核心传承的杨氏武术门类。李焱又对中国传统文化的内涵和和谐社会的特征进行分析,认为在当下社会,传统杨家将武术可以更好的结合时代,以多种文化表现形式如:如武术表演、健身、娱乐等方面出发,推动杨家将武术的传播。同时对继承和发展杨家将武术提出建设性对建议。^②马婷在《杨家将枪法的挖掘与套路整编》中加入了杨家枪法河南南乐、新乡、开封以及陕西西安的杨家枪法传承进

^① 刘丹阳.以文化旅游为导向的遗址保护与利用研究——以神木杨家城为例[D].西安建筑科技大学,2014.

^② 李焱.杨家将武术的产生与延续的社会因素[D].中北大学,2011.

行了体系的传承人以及传承内容介绍。还对杨家将枪法在保留原有枪法的套路上融入现代的枪术元素进行详细的整编。^①韩玉梅在《杨家将武术的挖掘整理与发展对策研究》中就杨家将沿袭、杨家将武术的起源等方面的梳理与马婷观点有不少相似之处，在此基础上，韩玉梅身体力行，投身入神木杨家将武术文化研讨、实际战术分析及套路练习的整合，撰写详细报告，并为杨家将武术未来的演变走向提供对策。^②在《宋代杨家将武艺产生及其影响之探究》中还指出杨家将武术，作为忠君爱国的杨家将文化的一部分对统治者而言具有稳定人心、鼓舞士气的影响意义。^③

第二是杨家将故事从起源流传、传播和发展的方面研究。关于杨家将的专题研究，在较早的时段属于裴效维《杨家将故事的产生与嬗变》最为重要，文章开创性的对杨家将故事的产生进行叙述，揭示了像杨家将故事这类优秀故事形成的一般规律，即时代背景、人民群众的意愿、劳动人民、民间艺人的共同作用下形成。同时对杨家将故事的发展脉络进行研究，为以后研究杨家将故事的起源和发展提供蓝本。^④

在蔡连卫的《杨家将故事的形成及成因》中在裴效维的基础上又更加细致的提出，杨家将故事形成的关键因素是以杨业父子为主的忠君爱国精神和在故事宣传中传奇的色彩，使杨家将故事流传千古。^⑤关于杨家将故事的传播情况，蔡连卫在《“杨家将”故事传播综述》中对从宋代的话本到现在的网络作品的各个时期传播的作品进行了详细的内容梳理。^⑥其还撰有《“杨家将”小说传播研究》一文，对杨家将小说的形成原因、传播历程、变化态势等问题给予关注，更是从传播学理论出发对传播者和传播渠道、传播环境进行剖析，堪称对杨家将小说文化方面最为详尽的补充与整理。^⑦顾全芳专著《杨家将历史与传说》则考虑到史实、传说两方面的异同，关注到杨家将群体中人物角色的发展变化、杨家相关地名的真伪考辨。^⑧石麟《杨家将故事的流传及其文化积淀》一文将《杨家府演义》

① 马婷.杨家将枪法的挖掘与套路整编[D].陕西师范大学大学,2018.

② 韩玉梅.杨家将武术的挖掘整理与发展对策研究[D].陕西师范大学大学,2019.

③ 王腾飞.宋代杨家将武艺产生及其影响之探究[J].中华武术(研究),2016,5(09):38-40+37.

④ 裴效维.杨家将故事的产生与嬗变[J].徐州师范大学学报.2005,(01):35-42.

⑤ 蔡连卫.杨家将故事的形成及原因[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2013,36,(04):40-45.

⑥ 蔡连卫.“杨家将”故事传播情况综述[J].民俗研究,2005,(02):250-258.

⑦ 蔡连卫.“杨家将”小说传播研究[D].山东大学,2006.

⑧ 顾全芳.杨家将历史与传说[M].北京:科学出版社,2012.

定性为英雄传奇小说，并将其与《北宋志传》类比，展开比较研究。^①

关于杨家将文化的戏曲表现形式研究中，大多数以硕士论文为主。杨晓《安顺屯堡“杨家将”地戏文本研究》中详细分析了目前“杨家将”地戏文的发展现状、分布地域、主要情节、演出形式等等问题，阐述了“杨家将”地戏得以延续至今并具有强大生命力的原因。结合杨家将小说的两个主流版本内容，并在此基础上，将杨家将小说与“杨家将”地戏文本进行比较，探索产生不同的原因以及不同的表现形式，以及其蕴含的文化价值研究。^②马潇婧《杨家将地方戏研究》中对杨家将文化相关梆子戏有较为全面的梳理，除了有发展的历史以外还从战争戏、情感戏和宫廷戏三种戏方面比较研究，以及地方戏所展现的历史意义和文化意义。^③关于元代杂剧研究，虞云国的《元代杨家将杂剧所见之民众思想》选取广为流传的五种杨家将杂剧，即《开诏救忠》、《谢金吾》、《昊天塔》、《活拿萧天佑》、《破天阵》，结合本地民众的遗民心态、家族名号、传统伦理与政治抱负等历史因素，讨论并总结了此地民众在文化现象背后的内心诉求。^④常毅在《元明时期“杨家将”戏曲小说研究》中以元明时期的杨家将的“戏曲小说”为主要研究对象，对戏曲小说的兴起原因、嬗变、演变特征做了详细梳理。^⑤王泱在《元代杨家将杂剧研究》一文中，对元代以杨家将为主题的杂剧作品，展开全面分析，结合历史环境、民间思潮，说明了该题材杂剧风行的原因。此文对于客观评价元代杨家将及相关题材杂剧有着推动作用。其次王泱能够站在创作主体的视角，体会其创作心理，行文角度比较独特。^⑥郝成文的《杨家将戏曲昭代箫韶研究》以《昭代箫韶》的为研究对象，探讨杨家将戏曲与史实的关系；对前代杨家将戏曲的继承及创新关系；以及宫廷剧目与民间剧目的差异及深层原因做了详细梳理。^⑦余天钜在《川剧杨家将戏剧目简论》^⑧和《川剧杨家将戏剧研究》中对川剧杨家将的兴起、发展以及剧目内容做了梳理，其中《川剧杨家将戏剧研究》更加详细和全面，还增加了折子戏的研究，以及对表演艺术的研究。^⑨

① 石麟. 杨家将故事的流传及其文化积淀[J]. 内江师范学院学报, 2009, 24, (11): 9-14.

② 杨晓. 安顺屯堡“杨家将”地戏文本研究[D]. 贵州民族大学, 2019.

③ 马潇婧. 杨家将地方戏研究[D]. 中国艺术研究院, 2015.

④ 虞云国. 元代杨家将杂剧所见之民众思想[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版) 2008, (01): 75-80.

⑤ 常毅. 元明时期“杨家将”戏曲小说研究[D]. 暨南大学, 2005.

⑥ 王泱. 元代杨家将杂剧研究[D]. 安徽大学, 2013.

⑦ 郝成文. 杨家将戏曲昭代箫韶研究[D]. 山西师范大学, 2009.

⑧ 余天钜. 川剧杨家将戏剧目简论[J]. 四川戏剧, 2013, (07): 83-86.

⑨ 余天钜. 川剧杨家将戏剧研究[D]. 四川师范大学, 2015.

1.3.3 对杨家将文化中关于人物形象的研究

对于杨家将的形象研究大概可以分为两部分,一部分是由聂焱和杨凡先后对杨家将形象的演变进行研究以及和后续一些研究者对杨家将中女性形象的研究。

“杨家将”故事一直在民间广为流传,从最初的宋代话本、金院本、元杂剧,到明代流传甚广的杂剧、传奇、小说,再到清代传统的地方戏,由于各个时代的社会、历史、文化、作家创作背景有所不同,形成了各个时代“杨家将”故事的诸多差异。聂焱在《杨家将主要人物形象的演变》中以官方史书《宋史》中的记载为出发点,考证故事的来源,并对“杨家将”人物原的塑造展开分析,对主要角色在宋、元、明、清的产生、变化过程进行叙述,认为以“杨家将”为主题的系列作品中,对杨业、杨六郎等形象的打造富于个性,但在总体上沿着从少到多、从简单到复杂、从单薄到饱满的历史演进。^①时隔多年杨凡的《杨家将形象演变及文化意义研究》在聂焱一文的基础上,更新了研究方法与范围,吸收了历代小说、戏曲与当代改编影视剧作品,对目前杨家将诸角色的重塑以及体现的文化价值展开探索。^②

虽然在杨家将长篇小说中男性人物的塑造可谓异彩纷呈,然而对于女性形象的着墨却略显单薄。但相反的是,在人物形象研究中女性形象研究的著作却要比男性的多。林文在《明代“杨家将”小说女性形象研究》中首次将杨家将小说中的女性形象作为研究对象,文章以明代的杨家将小说中诸女将为核心,选择了名著《三国演义》、《水浒传》和广为流传的《儿女英雄传》、《黄绣球》等作品中的女性角色作为比较研究的个体,奠定了杨家将女性形象研究的深厚基础。^③翟永俊在《杨门女将形象的产生及其戏剧化的发展中》中,对杨门女将的分析主要从之前林文仅仅局限于明代小说研究扩展到不同时期元杂剧、明清小说和近现代的戏曲中,女性角色形象塑造的个性与共性;并突破林文的单篇剧目欣赏,对戏剧中的宏观群体形象进行完整的比较研究。^④

1.3.4 地方旅游 IP 的打造和传播

首先是关于陕西省文旅行业的研究。

① 聂焱.杨家将主要人物形象的演变[D].吉林大学,2006.

② 杨凡.杨家将形象演变及文化意义研究[D].陕西理工学院,2016.

③ 林文.明代“杨家将”小说女性形象研究[D].福建师范大学,2008.

④ 翟永俊.杨门女将形象的产生及其戏剧化的发展[D].杭州师范大学,2011.

作为旅游资源大省,陕西有着发展旅游业并将其打造为“明星产业”的巨大优势。而就学界而言,对于陕西旅游资源、行业以及未来发展的研究也颇为重视。在2005年,西安外国语大学旅游学院便专门编著教材《陕西旅游》,将其作为相关专业学生的必修科目。^①侯宪举主编的《陕西旅游地理》结合地理区块划分的方式,将关中、陕北、陕南等各区,并详细叙述各区块旅游资源与优势。^②《陕西省志·旅游志》是陕西省志丛书内专门叙述旅游行业的一册,是政府部门组织下对陕西旅游各方面资源信息的整合^③;陕西旅游研究院编著《陕西旅游转型发展与实践创新》着眼于陕西旅游产业转型升级并提出构建具有陕西特色的国民旅游休闲体系、高等级景区,结合旅游科学理论与已有实践经验,为陕西旅游的未来转型及探索旅游产业发展的“陕西模式”提供理论准备。^④许小在《系统原理视阈下陕西旅游开发模式建设研究》运用系统论,意图找出适合陕西旅游开发模式的路径并综合考虑陕西旅游系统概况,着力于各个要素系统的建设。^⑤

其次是围绕陕西著名旅游IP打造的相关研究。

基于科学理论,立足本土营造出属于自己的旅游品牌是本研究需要解决的一件重要任务。早在20世纪80年代,郁龙余先生就曾有过“文化发展与旅游带动的文化交流互为因果”的论点。^⑥林敏捷先生认为,国内旅游资源的开发应做到三点“首先,转变旅游开发理念,为旅游产业发展助力。其次,制定科学的旅游发展规划,找准文化旅游开发的切入点,实现各行业的联络机制。最后,发挥市场作用,推动文化旅游产业市场化创新发展”。^⑦因此在国家经济大发展的背景下,结合出色的陕西旅游IP打造案例,能够对本文提供宝贵参照范例。

樊一霏《陕西唐陵文化旅游衍生品的设计与开发》以陕西特有的唐陵遗址为中心,基于深厚的历史积淀和现代旅游理念,对唐代帝陵旅游衍生品的开发进行研究并提出相对应的衍生品设计方案。^⑧白雪程《政府主导下的陕西袁家村旅游

① 陈锋仪主编,陕西旅游[M].西安:陕西人民出版社,2005.

② 侯宪举主编,陕西旅游地理[M].西安:三秦出版社,1987.

③ 陕西省地方志编纂委员会编,陕西省志旅游志[M].西安:陕西旅游出版社,2006.

④ 陕西旅游研究院课题组著,陕西旅游转型发展与实践创新[M].西安:西安交通大学出版社,2006.

⑤ 许小在,系统原理视阈下陕西旅游开发模式建设研究[D].西安建筑科技大学,2018.

⑥ 郁龙余,论旅游文化[J].旅游学刊,1989,(02):61-63.

⑦ 林敏捷,关于国内文化旅游产业发展趋势的探讨[J].旅游纵览,2015,(06):65-66.

⑧ 樊一霏,陕西唐陵文化旅游衍生品的设计与开发[D].西安理工大学,2018.

文化空间治理研究》选取陕西著名的民俗文化景区袁家村，分析了政府大力支持的背景下袁家村目前旅游现状，存在的长短板以及未来潜力。^①就陕北神木本地来说，王娟《陕西省神木县二郎山风景区规划设计研究》将备受市民喜爱的二郎山作为研究对象，对其目前的游览路径、景观设置等进行梳理。^②彭苗《陕西神木高家堡古镇西北片区的演变与保护研究》选择因电视剧《平凡的世界》而引人关注的高家堡古镇为中心，细数其旅游核心区--西北片区的发展概况、人文景观演化以及需要采取的保护措施等。^③除外，鲁国龙《地域文化景观规划设计在陕西神木县河津寺、西津寺、凤凰山中的探索》^④、周璞《历史与遗产保护——全域旅游背景下神木市旅游规划策略研究》^⑤、傅斌《体验式旅游背景下的乡镇标志设计研究--以神木尔林兔镇标志设计为例》^⑥等研究皆涉及到神木本土旅游品牌的打造与建设。

1.4 采取的研究方法

笔者在本篇论文中主要采取的研究方法有：问卷调查法和访谈法。通过访谈法走访神木市杨家将文化的传播主体，详细全面的了解神木市杨家将文化的传播现状；问卷调查法从数据上提供传播效果的研究。

1.4.1 问卷调查法

为了了解神木市杨家将文化的传播效果、传播途径和影响力这部分，笔者使用“问卷星”对604名大众以随机抽样的方式进行调查。问卷调查中神木市本地采取分群随机抽样法，笔者按照人口密集分布程度将神木市城区分为新村区域、华山区、人民广场至六中区域商业区、人民广场至商贸大厦的老城区以及从商贸大厦至单家滩5个区域投放350份问卷；神木市以外区域采用简单随机抽样的方式在全国各省投放。问卷的设计以封闭式和开放式问题相结合，从不同区域的受众对神木杨家将文化的传播效果出发进行调查。

1.4.2 非结构性访谈法

-
- ① 白雪程.政府主导下的陕西袁家村旅游文化空间治理研究[D].华中师范大学,2021.
② 王娟.陕西省神木县二郎山风景区规划设计研究[D].西北农林科技大学,2013.
③ 彭苗.陕西神木高家堡古镇西北片区的演变与保护研究[D].西安建筑科技大学,2017.
④ 鲁国龙.地域文化景观规划设计在陕西神木县河津寺、西津寺、凤凰山中的探索[D].西安建筑科技大学,2014.
⑤ 周璞.历史与遗产保护——全域旅游背景下神木市旅游规划策略研究[J].城市建筑,2021,(5):61-63.
⑥ 傅斌.体验式旅游背景下的乡镇标志设计研究——以神木尔林兔镇标志设计为例[J].西北美术,2021,(2):114-117.

访谈法是社会科学研究方法中最广泛使用的一种, 深入实地调研通过访谈和观察的结合才能得出真实、客观的传播现状。为了更全面、真实、深入的挖掘杨家将文化传播的真实情况, 笔者采用访谈法对神木杨家将文化传播的各个主体进行交谈。研究最基本的就是数据和资料的真实性和权威性。关于神木市杨家将文化的传播情况由于网络上和书籍上没有太多的资料, 即使书籍和网络中可以获取信息, 但是信息具有一定的局限性。笔者通过访谈法与各个传播主体的负责人进行交谈, 可以最直接而且最有权威性的了解传播现状, 获取资料和数据。笔者采访了杨家将的第 47 代传承人杨文岩老先生、走访杨家将文化研究会、神木市杨家城保护建设工作领导小组指挥部 (简称: 杨家城指挥部)、神木市融媒体中心、神木市非物质文化遗产保护中心、神木文旅集团、神木市博物馆、神木杨家将武术协会、神木剪纸协会、神木市户外运动协会、神木市自行车协会等。

2 杨家将文化概述

杨家将是杨信、杨业、杨延昭、杨文广祖孙四代为代表及其他家族成员、部曲等组成的杨家将英雄群体；杨家将文化是以杨业为主要核心人物的历史功绩为主线，涵盖关于杨家将的文学作品、民间传说、文化遗存及其所反应的思想哲理、精神传承和对后世的深远影响。杨家将及相关文化从产生到发展历经千年，内容不断的被丰富，从目前材料来看，杨家将文化的内容主要涵盖：民间传说、戏剧剧目、杨家将长篇小说、评书、画册、研究的专著和论文、此外还有遗留下来的遗迹和遗址。

2.1 杨家将文化内涵

杨家将文化在传播和发展并非偶然，时代的动荡和战乱使得当时百姓极为渴望和平安定，更希望出现有战无不胜的英雄人物作为他们的心灵寄托，所以杨家将文化在历代演变过程中，被赋予了颇多精神和文化内涵。具体体现在以下几个方面：

2.1.1 以宗法制度为载体的家国文化

中国传统文化中有一个显著的特征，即以宗法制为载体的家国文化色彩。中国的传统文化习惯于将个体纳入一个宗族而非孑然一身，同时又将个体的家庭纳入国家的体系，是国家的儿女。在家庭之内，他们不是独立人格的人，因为他们生活在生活单位内受到血统关系和天然义务的影响。在国家之内，他们一样缺少独立的人格，因为国家内大家长的关系最为显著，皇帝犹如严父，为政府的基础，权力能够辐射一切国家部门。杨家将就鲜明地体现了家国同构的文化特点，主要体现在“家”与“国”利益的高度统一，且“国”的利益始终处于“家”的利益之上，有国才会有家。杨业家族世代为国捐躯的英勇奋斗精神，就是深深扎根于家国同构的身后文化的根基之上。

2.1.2 以祖先崇拜为核心的忠孝文化

为保证大家族的和谐安稳，古代中国有一套较为完备的、处理家族内部关系的伦理章法，在这一体系中，“父”无疑是一族的至尊，其他成员对父权的服从与肯定，是家族稳固的必要条件“父在，观其志，父没，观其行，三年无改于父之道，可谓孝矣。”这样，对父的“孝”就成为了家庭伦理中的最高原则。杨家

将历史故事发展的内在驱动力源于对杨令公杨业的祖先崇拜,这种崇拜与忠孝文化密切相关。杨业作为一军统领,是一位沙场捐躯的古代武将典范,他的崇高理想是以死明志、为国为民,并践行了死而后已的理念。杨氏子孙以对自己英雄祖先的崇拜为核心,继承其精忠报国之志,真正实现了忠孝两全的人格建构。后世创作者们在书写杨家将一族的传说、故事时,则必定要从“忠孝仁义”精神核心出发。以《忠烈杨家将》为例,在辽朝军队猛攻之际,杨业作为宋军先锋,身先士卒,其为国家大义;而战事不利,杨家子女其人毅然去往前线,在金沙滩血战不已,堪称忠孝两全;余太君强忍悲痛,送余下亲人作战,展现出杨家人无畏的担当。

2.1.3 以血缘关系为纽带的亲情文化

我国是以血缘关系为纽带的亲情文化大国,自古宗族关系是维系亲人的重要纽带。杨家将文化中血缘关系相关的亲情因素亦大量体现,这也是杨家将高度凝聚力的内在原因,外在则突出表现在对家族荣誉的维护。尽管杨家三世主政五代为官,家族成员皆浴血奋战,但杨家却始终努力保持着自己血脉或者说生命的延续与传承。在此类宗族、亲属文化的熏陶之下,杨家将文化传承过程中,将主帅与仆从、父亲与儿子、诸兄弟、姐妹妯娌间的各种复杂关系,借助艺术形式表达,展现出一族人众强大而空前的凝聚力;杨氏军团出征时可以做到个人利益绝对服从集体利益,共同为国尽忠效力,以这种亲情文化建构起来的杨家将文化成为我国历史上宗族文化的典范。习近平总书记曾经多次强调,家庭是社会的基本细胞,不论时代发生多大变化,不论生活格局发生多大变化,我们都要重视家庭建设,注重家庭、注重家教、注重家风,发扬光大中华民族传统家庭美德,使千千万万个家庭成为国家发展、民族进步、社会和谐的重要基点。而通过上文分析,杨家将文化衍生出的家庭观、荣辱观,也完全能够呼应当下的社会主义和谐社会、和谐家庭建设,有助于增强家庭成员以及家国之间的凝聚与团结,进一步彰显中华优秀传统文化在社会主义核心价值观中的巨大推进作用。

2.1.4 以思想解放为背景的妇女文化

因程朱理学的大行其道,宋明时期由于“君、父、夫”的权威而使得各阶层妇女处于弱势、地下的地位,纵观历代小说、戏曲等艺术作品,可见女性角色均以柔弱姿态呈现。然而,杨家将题材小说与戏剧等作品中,众多驰骋沙场的杨门

女将形象却别具一格，是古代小说中为数不多的光辉正面女性形象。杨家将故事起先并未设置佘太君、柴郡主、穆桂英等人物，而诸位角色竟然在明代文学作品中登场，可谓女将形象的华丽现身。另外，杨门女将的浓墨重彩也是明代后期社会新思潮在文学领域的艺术体现，特别是李贽等思想家的主张体现。其张扬个性、肯定自我、男女平等的进步思想，也是对宋元以来的程朱理学的严厉批判。元明以来女性的地位往往从属于父权。从《周礼》提出了“四德”，《白虎通义》提出了“三从”，千百年来“三从四德”、“三纲五常”就成了封建统治者压迫妇女的伦理道德的理论核心。不仅如此，明朝政府还下诏：“民间寡妇，30以前亡夫守制，50以后不改节者，旌表其间，除免本家差役”，将“守节”与女方家族的经济利益直接挂钩，以行政手段鼓励“守节”。杨门女将等角色，是复杂社会背景下，借助思想解放的东风而诞生的，以佘太君、柴郡主、穆桂英等敢于战斗、富有谋略、英姿飒爽的女性武将形象，从文学艺术领域无声反抗着传统女性所必需遵循相夫教子、三从四德等伦理纲常，淋漓尽致的抒发了对于宋明理学的反抗思想，亮明了呼吁男女平等的鲜明旗帜。

2.2 神木杨家将故里文化概述

神木市杨家将故里文化跟其他地方的杨家将文化具有一定的差别。因为神木市是杨家将的故里，即出生地，不仅仅是有杨家将外出戍守边疆的热血事迹也包含了杨氏一族在故麟州镇守边塞的家族事迹。这不仅仅讲了杨业一支，还讲了从杨弘信开始的杨氏忠烈。所以就是按照“一座城，一群人”的形式来宣传。

2.2.1 神木杨家将文化内容

基于麟州古城加杨氏英雄的宣传核心，笔者在综合历史资料、现有资源与未来潜力等方面，关于杨家城及古麟州城的宣传，主要内容应包括麟州故城的史迹，相关军事要塞建设，军事价值阐释等等，突出古代麟州城同杨家将宗族之间紧密的联系，人以城居、城以人显，彰显出麟州故城的水土乃是杨家将文化生长的养分，为其家族发展提供了客观的物质与空间基础；另一方面，在“一群人”即以杨家将为核心的、驻守麟州杨氏族宣传过程中。因杨家将在麟州三世主政，五代连官，所属亲族众多。不仅有耳熟能详的杨业族属，其他较闻名的宗族还有留守麟州的杨业胞弟杨重勋一支。其中常年在外征战者，以杨业为代表以及后代杨延昭、杨文广等，在历史上留下了诸多事迹及战功；留在故里的杨重勋一支主要

负责本地政务，主要有杨重勋及其子杨光宸，后世杨琦，杨畋等人。故挖掘杨家诸代的生平经历、重大事件，讨论其爱国奉献、回报民众的可贵事迹，是一项重要文化内容。

2.2.2 神木杨家将文化内涵——忠勇爱国

神木市作为杨家将的故里，杨家将忠勇爱国的精神和历史文化在数千年中传承中刻入骨髓，形成了神木市特有的民风。忠勇爱国的文化内涵起源于当时的历史背景。在五代时期战乱，古麟州地理位置独特，东临黄河与山西一河之隔；西接长城与宁夏；北有河套平原；南连关中腹地。各方军政势力均想占据麟州这一军事重镇以扩充实力。在麟州的居民们为了守护一方故土，番汉杂居，民风强悍，个个习于骑马挥刀。而第一代麟州刺史杨弘信作为当地的一方土豪，便以带领百姓习武，抵御外部侵扰而著称。独特的地理位置给予古麟州人民深刻的保家卫国，守护家园的历史记忆。其次是杨家将们在保家卫国的战斗中不曾退缩，三代麟州刺史们带这古麟州人民誓死守卫这一边关重镇，并取得可歌可泣的丰功伟绩，忠勇爱国的精神是杨家将文化内涵的核心部分，也是当今应大力弘扬的优秀思想，有助于当今复杂国际形势下，培养人民爱国意识，增强家国情怀。

2.3 神木杨家将文化的发展历程

神木市杨家将文化的发展历程大概经历了三个阶段，从杨家将文化故城遗址的发现开启了神木杨家将故里文化的篇章；杨家将文化研究会的成立为神木杨家将故里文化的传播奠定了坚实的基础；杨家城指挥部的成立为未来神木杨家将故里文化的传播提供了科学规划、可持续发展的保障。

2.3.1 第一阶段：神木杨家将故里文化的价值发现(1978-2002)

1978年，此期的神木在世人眼中只是一座陕蒙交界的偏远县城，但在文物普查中竟有重要发现——即麟州故城遗址；1982年成立神木县二郎山文管所，代管麟州故城保护工作；1985年设立神木县文物管理委员会，管理麟州故城保护工作。由于神木当时经济的限制，意识不到也没有能力进行文化的开发和保护，直至1992年陕西省考古研究所和榆林市文物管理委员会办公室对麟州故城进行首次试掘。2001年，时任主管文化副县长乔振民主持召开神木文化界知名人士的关于杨家将和杨家城的座谈会。会上乔振民提出了关于打造杨家将文化品牌的

构想。这个构想得到当时县长郭宝成的支持。从 2002 年起开始了对杨家城的考察工作以及杨研会的前期准备工作。2002 年 4 月，榆林市文物管理委员会办公室对麟州故城进行考古调查、勘探及试掘、发现殿宇、廊房、长廊、墙基、城门等建筑基址 10 处，揭露一处大型建筑基址——刺史府遗址。

2.3.2 第二阶段：学术界的认可为文化传播提供强有力的后盾 (2006-2019)

2006 年被国务院公布为第六批全国重点文物保护单位。同年 8 月 27 日，神木县杨家将文化研究会成立，杨家将文化研究会的成立标志着杨家将文化成为神木市的代表性文化标杆。2008 年 1 月，《杨家将文化》刊物创刊，为杨家将文化的传播，开掘了学术研究的一方热土，为海内外专家学者投稿提供平台，现今已发表诸多杨家将文化及相关领域研究成果。

与此同时，通过召开全国杨家将文化研究会，召集专家研讨后确定：杨家将故里即为神木已成定论，与会专家依据确凿可靠的历史记载，一致认为杨业为“麟州新秦（今陕西神木）人”。2011 年 8 月 13 日至 14 日，“陕北历史文化与杨家将文化学术研讨会”在延安大学隆重召开，会议对促进陕北地区旅游文化产业发展及杨家将文化深入研究起到了积极作用。在研究杨家将文化时推动扩大了杨家将英雄的群体，从 3 代扩展为 5 代。不仅有武将还有文官。还将杨家将武术文化纳入杨家将研究。传承杨家将武术精神。还主持编撰来杨家将文化系列丛书，出版作品 15 本，从故事到传说到诗词，丰富了杨家将文化。之后以麟州故城遗址为中心，展开了考古学调查、勘探工程，并测绘相关结构，成立神木县杨家将文化产业园区，在杨家城遗址举行杨业诞辰纪念典礼等。

2.3.3 第三阶段：杨家将文化保护及弘扬进入新的发展阶段 (2019-至今)

2019 年，9 月 12 日，神木市成立杨家城指挥部，杨家城保护建设工作就此进入全新阶段。标志着政策性的发展，为杨家将文化提供资金、人才和技术的全力支持。11 月 7 日，举办杨家城保护建设杨氏宗亲捐资仪式。神木市委书记杨成林出席捐赠仪式并致辞。2020 年 2 月 19 日，神木市杨家城保护建设工作领导小组召开会议，确定了杨家城打造成“全国著名的文化旅游目的地、弘扬杨家将

忠勇爱精神的教育基地和杨氏后裔寻根祭祖的朝圣地”的保护建设目标定位。在2020年4月8日的神木市第一届人民代表大会第五次会议中神木市市长李市书的工作报告中提出，目前神木紧紧围绕“一山二水三城”文化旅游框架体系（一山：二郎山；二水：黄河和红碱淖；三城：石峁遗址、杨家城以及老城）并在杨家城指挥部的运行下，将沉寂在历史长河中的杨家将文化熠熠生辉。

3 神木杨家将故里的文化传播分析

神木杨家将文化的传播是一个从有到无，再从无到有的过程。神木由于煤田的发现将所有经济重心转移到煤田上，确实有了前所未有的发展，重经济轻文化的状态冠以神木人都是“暴发户”、“土豪”的印象。但神木是一座具有深厚历史文化底蕴的城市，其悠久的传承还未能完全被挖掘出来。随着麟州故城考古工作的有序推进，以及杨研会等研究机构的成立标志着杨家将文化的弘扬与发展进入了一段新篇章。现在神木杨家将文化传播形成了以杨研会（杨家将文化研究会）为学术指导，杨家城指挥部为最核心的基础设施建设单位，神木融媒体中心为官方媒体宣传口，博物馆、杨家将武术协会、晋剧院、摄影协会、剪纸协会、户外运动协会等当地影响力大的民间组织为后盾的综合性多元态势，不仅扩大了杨家将文化传播范围，同时加深了各界社会人士对宣传、建设工作的参与度。

3.1 传播主体

传播者又称传者、信源等，是传播行为的发起者，传播过程中信息的主动发出者。据笔者目前调查，在神木杨家将文化的传播实践活动中，传播主体主要有民间组织、政府机构组织、专业的媒介组织以及非遗传承人。以下将分门别类、逐一介绍。

3.1.1 民间组织

同其他一些地方文化发展路径不同的是，大多数典型地方文化兴起的案例，是依靠政府尤其是官方媒体在确定了该文化价值在当地的价值价值的情况下才得以深入发展和传播。而神木杨家将文化的传播却不然，其弘扬主要是由当地的民间组织——即杨家将文化研究会发起，多年的研究和传播发掘出杨家将故里的身份，使得杨家将文化在神木能够打造当地的文化品牌，推动神木文化产业的发展。神木的民间组织除了杨研会以为的户外运动协会、神木市民间摄影家协会神木市自行车协会、神木市剪纸协会、神木市杨家将武术协会都在前期不同程度的促进了杨家将文化的传播。

3.1.1.1 杨家将文化研究会（简称杨研会）

神木杨家将文化研究会，简称杨研会，成立于2006年8月，是由神木退休8名老干部自发组成了全国首家专门研究杨家将文化的学术团体。会员有320人，

平均年龄 65 岁以上。研究会成立以来，以弘扬杨家将忠勇爱国精神为宗旨，以保护建设杨家城遗址、弘扬杨家将文化，为缅怀杨家将历史功绩，继承杨家将历史文化遗产，弘扬杨家将的英雄品德、民族气节和爱国主义精神，打造神木杨家将文化品牌、开发旅游资源为目标，深入开展杨家将历史文化的研究与宣传。做为神木市杨家将文化传播的发起者和历史权威认证，在杨家将的价值挖掘方面功不可没，发掘了杨家将的文化价值，推动文化资源转换为经济资源，推进神木市的经济转型。为更深入的了解杨家将文化，笔者同杨研会的创始人之一高越暨《杨家将文化》的主编进行深入交流，现摘录高越先生所叙述核心内容如下：

在全国杨家将及相关文化领域的研究，之前是以各宋史专家为代表开展的，06 年我市成立全国首家专门进行研究杨家将文化的专业团体——神木杨家将文化研究会，以这一地方民间协会为主要研究阵地。虽然是民间组织，但是政府特别重视并给予了一定的财政支持。

研究主要包括两个内容，一是历史研究，也是主要的研究内容，其次是关于杨家将文化传播方面的。这方面我们通过自己培养研究团队，借助全国各大院校或者单位、研究机构的专家教授力量进行共同联合研究。截至目前做了以下工作：08 年召开了全国首届杨家将历史文化研讨会，邀请全国 20 多位专家出席研讨并编辑出版了研讨会的论文集。我们还与延安大学合作召开一次研讨会，由李裕民等专家学者参会并编辑论文集。两次全国性的研讨会和 2 本论文集，这都代表了现在全国较高的研究水平。与此同时我们也积极走出去，参加开封、河南、华阴、北京、廊坊等全国各地的研讨会以及杨氏宗亲的组织活动。杨氏宗亲相关活动多是祭祖，比如华阴、廊坊等，这些宗亲活动中都又关于杨家将文化研究的专题讨论。累计 30 多次，搜集了大量的有关于杨家将的影视以及文字资料；编辑出版了《杨家将文化研究》等杨家将文化研究丛书；参与制作杨家将故里的宣传片。发表论文 300 多篇，其中专家论文 81 篇，对全国 300 多处遗址遗迹考察调研，造册登记。

文化研究的内部主要是办了季刊《杨家将文化》，全国文史专家均可参与投稿，又向海内外学者邮寄。发行量一期 1200 份，现在已经发行 55 期。这本刊物，影响力很大，是全国首家也是唯一的杨家将文化专门研究刊物。内容雅俗共赏，设置有多样化的栏目。因为神木是杨业的故里，是杨家将文化的源头，所以就做

了这个专门的研究。我们的刊物也刊出了杨家将文化研究领域具有一定水平和质量的最新研究成果。最终目标是实现打造杨家将研究文化中心、建立杨家将资料数据库和国家级的爱国主义教育基地，发挥期刊研究平台和宣传阵地的作用。大力宣传杨家将故里旅游开发的重要意义和大好形势。宣传杨家将的文化品牌优势和文化资源价值。利用“杨家城开发大家谈”栏目广泛征求和收集相关建议意见，为开发建设杨家城造势发力。

综合高越先生口述以及笔者的走访、调查，目前以高越先生为代表的杨研会专家对神木杨家将文化传播中所做的贡献有：

建设杨家将文化档案的数据库，为广大研究者提供资料；为县政府保护开发杨家城指挥部提供有关理论和文化上的支持，积极配合政府推进的保护杨家将文化相关活动；通过电视台、媒体，做客电视台，在《对话》栏目宣传、普及杨家将文化；积极参与电视剧，国宝档案等文艺作品的拍摄，全力配合，戏里戏外采访杨家将，百家讲坛等；配合全国各地专家学者赴杨家城考察、调研活动，提供讲解等便利；为剪纸协会等文化团体提供创作素材，并作后续作品的评审与把关；在杨家城指挥部，以及杨家将武术协会、杨家鼓剧团等杨家将文化相关团体的创立、发展过程中，起到支持与奠基的作用。



图 3.1 神木市杨家将文化研究会（图片来源：笔者拍摄）

3.1.1.2 神木市民间摄影家协会

神木市民间摄影家协会是由一群爱好摄影的爱好者组成，协会成员共计 97

人，年龄在 18-68 岁之间，职业包含有各行各业，主体以学生、在职、退休干部居多。据笔者调查，摄影家协会是由张小红先生创立，其本人是一名摄影工作人员，想利用自己的专业来记录和宣传神木市的人文景观和民俗文化。随着杨家城保护建设工作的推进，神木市民间摄影家协会的会员积极参与到宣传杨家将文化的工程中来。首先，协会每年组织会员前往杨家城摄影采风，拍摄春夏秋冬不同季节下杨家城的景观图片。主要拍摄点包括：烽火台，城墙等遗迹来展示杨家城历史的记忆。其次，举办摄影展。在神木市当地的广场、协会还有黄河驿站以展架的形式展示杨家城的摄影作品，来传播杨家将的历史文化，以及杨家将忠勇爱国的事迹。每年举办 1-2 次，展出 3-5 天，作品 100 幅左右。由于摄影展在人群较多的公共场所，影响较大。再次还和市里联合举办摄影比赛。协会会将摄影作品在微信公众号、今日头条上传，在一定程度上使受众对杨家将的故乡、遗址和历史有初步的了解。

3.1.1.3 神木市自行车协会

神木市自行车协会是一支自由骑行队伍，协会人员 500 余名，该协会倡导绿色健康出行，以神木市周边旅游景点为目的地，宣扬骑行代替汽车达到绿色减排而且锻炼身体的意图。在杨家城保护建设之际，他们也参与了杨家将文化的宣传活动。协会主要组织杨家城骑行活动，用实际行动宣传着杨家将文化。在骑行活动中骑友们以杨家城古道为骑行路线，边骑边讨论有关杨家将的历史故事。当骑友们抵达杨家城，途径杨业手植五指柏、古井、将军祠等文物古迹时，讨论关于杨家将文化的历史故事，感受杨家将忠勇爱国的精神。同时自行车协会配合市里的宣传活动，在拍杨家将文化的宣传片、杨家城举行活动时均以参与其中，营造出良好氛围。神木市自行车协会以健康出行的方式融入杨家将文化的传播，吸引了不少运动爱好者的参与，扩大了本地杨家城的宣传，使得不少本市群众前往杨家城参观游览。

3.1.1.4 神木市剪纸协会

神木剪纸是神木市的非物质文化遗产之一，神木剪纸协会旨在传承神木剪纸文化，以剪纸的方式传播神木文化。神木剪纸协会希望以剪纸为载体，宣传杨家将文化。首先，剪纸协会以剪纸作品呈现关于杨家将的故事情节。从 2009 年成立至今，神木市剪纸协会创作的有关杨家将的剪纸作品 1000 多幅，成套的杨家

将剪纸册有 500 多套。剪纸的内容以杨家将的戏曲以及连环画为主，以各个画面来展示故事。有血战金沙滩、穆桂英挂帅等著名的场景，主要突出了杨家将流血疆场、满门忠烈、保境安民的高大形象。除此之外剪纸协会公益教学剪纸，分别为社区教学和校园教学。每年都会在剪纸协会针对社区举办剪纸教学活动，让更多的妇女儿童参与剪纸。在神木市职大更加开设来剪纸的传统文化课程，让大学生们也参与其中。剪纸协会将剪纸非遗和杨家将文化的非遗相结合，运用剪纸的方式调动人民的积极性都参与其中，在妇女儿童群体中产生很大的影响。

3.1.1.5 神木市户外运动协会

神木市户外运动协会是以一群文史爱好者通过户外徒步和徒步路线，发掘本地文化的一个民间群体。在关于推进杨家将文化传播中通过线下和线上的活动起推进作用。线下传播中自发组织徒步活动，呼吁更多人参与到杨家城的宣传和保护建设工作中来。协会组织在徒步中根据史书的记载探索杨家将们古代行走通向麟州故城不同的道路，经永兴、走马梁、兵书宝剑峡，寻找失踪古道和古村落，在徒步中根据途径古道讲述历史的故事和传说。线下建立微信读书会交流群里，文史爱好者们经常在群里讨论和分享关于杨家将古迹的新发现以背景故事。户外运动协会经常组织徒步活动，吸引了不少家庭参与，如果说自行车协会在受众上有一定的设备和身体素质的要求，户外运动协会更大大众化，老少咸宜，经常全家出动参与进去，在亲子活动的同时宣传了杨家将文化。

3.1.1.6 神木市杨家将武术协会

神木杨家将武术协会是当地的一个民间组织，组织由 100 人左右组成。杨家将武术是杨家将文化传播的一个最具影响力和代表性的传播方式。杨家将之所以如此有名，便是因为杨家将的骁勇善战。杨家将武术协会主要包括了武术套路：拳和枪。主要活动有：积极响应政府号召在市里的活动日参加各类活动，如：杨城公祭、元旦、清明、重阳等晚会上进行表演武术套路、拳、枪、刀、（器件）等；同时，每个月有进社区表演，社区或者主办方邀请武术协会的人在广场上表演刀枪剑棍；此外，会员们积极参加国内各种大型武术比赛，比如：2019 年参加天津的国际武林争霸赛，获金杯 2 个，个人获 13 块金牌；在全国武术界引起很大的反响。扩大了杨家将武术的知名度和影响力。在本市举行 2019 年神木“杨家将杯”公开赛中获多项奖。最有意义的当数每年正月初七-15 都有武术秧歌上

街巡演。多次参与杨家将文化传播宣传片的拍摄；与文化馆一起举办武术进校园活动，给幼儿园武术操和小学学生在社团课进行杨家拳的教授。

3.1.2 政府机构——杨家城指挥部

在民间机构与文化爱好者群策群力、热心弘扬的举措之外，政府机构因其官方身份，以及在资源配置、传播渠道等方面具有得天独厚的优势，故其在杨家将文化的传播过程中同样有着举足轻重的地位。从1978年发现麟州故城的遗址后，1982年纳入了文管所进行保护和传承开展了一系列的工作。2010年成立了神木县杨家将文化产业园区办公室，对杨家将故城进行了全方位的调查于勘探；创建杨家将数据库；并和杨研会一起举办了很多关于杨家将文化传播的活动，比如每年的杨氏祭祖活动等，杨家将武术比赛、神木县晋剧院排演的《杨家城传奇》获得山西省第十四届杏花奖，在戏曲中展露头脚；学术方面邀请各专家学者来杨家城考察调研。2019年成立了神木市杨家城指挥部，全面启动杨家城的保护建设工作。杨研会之前关于每年的祭祖活动和举办专家学者座谈会也现在由指挥部负责。

2019年神木市成立杨家城指挥部，全面启动杨家城保护建设工作。该指挥部是由政府组织牵头成立的独立部门，确定了将杨家城打造成“全国著名的文化旅游目的地、弘扬杨家将忠勇爱国精神的教育基地和杨氏后裔寻根祭祖的朝圣地”的宏伟蓝图。由此杨家城建设指挥部主要负责杨家城保护建设的组织实施、协调推进、宣传报道等具体工作。承担起了保护和宣传杨家将与杨家城的重任。笔者为了更深入的了解杨家城指挥部的情况，曾经同指挥部宣传教育科的刘维刚主任进行座谈，对目前指挥部的工作状况有了较为全面的了解。

首先，在统筹工作以及决策方面，杨家城指挥部现已从杨研会、文旅集团和文旅局等单位全面接管关于杨家将文化保护与传播以及麟州故城的建设工作。杨家城指挥部目前任务较为繁重，其主要职责是：负责制定杨家城遗址保护建设的总体规划；负责杨家城遗址文化产业招商引资项目的策划、包装推介、宣传；开展各类文化招商引资活动；负责组织开展杨家城遗址保护课题研究、学术研讨、文化活动和对外交流等工作。

其次，具体到宣传工作细节上，主要推进的内容有：一，对神木是杨家将的故里这个事情进行了一个阐述和宣传。神木是杨业的故乡，而山西太原等地是其

曾经征战的地方，全国各地均有宣传杨家将文化，但杨家将的故里却具有独一无二的不可替代性，这是神木杨家将文化发展及宣传的核心优势。二，加强宣传杨家将群体与故麟州城的联系。宣传的人物群体分为两支，是即走出去的和留下来的杨家将。留下来的是这一支杨家将是杨重勋为代表的保境安民，守护这一方百姓的杨家将；而走出去的那一支是以杨业为代表性的、报效祖国、为国征战四方的杨家将。

最后，实际操作过程中，关于宣传的途径现有线上和线下两种。线上宣传主要有宣传片、纪录片，目前已拍摄的记录片分为上下两部，一部就是关于人，一部关于城。所有的宣传都是围绕杨家城和杨家将，让所有人都知道杨家将的祖籍在神木，同时宣传这些人的精神，比如：保家卫国，热血忠勇。内容是由一些全国各地的史实专家进行口述历史，采访历史学家，采访老百姓心中的杨家将形象。同时，将纪录片、宣传片在各大媒体平台进行传播；包括指挥部自己制作的《诗词麟州》短视频，主要摘抄了一些关于麟州的诗词，延请了本地的网红李小刚先生进行朗诵。除外，线上措施并行，线下还经常举办文化活动如杨业诞辰的清明祭祀活动、学术论坛等等。

以下为笔者采访过程中，刘维刚先生访谈内容：

杨家将文化，咱们的杨家城最原始的是麟州，杨家城也就是麟州故城。是从公元724年建造以来，因为杨家将几代人在此处镇守，包括出了杨继业这种代表性的英雄人物，所以这个遗址显得格外的的重要。我觉得传播应该从三个维度，一是当地，即当地对这座城的认识有多少。二就是全国范围来来说，对我们的认可。因为全国范围传播杨家将文化的很多地方有很多，山西的代县、怀柔、还有广西、河南开封天波府、甚至河北，就是说杨家将的文化在全国各地都有。那么我们这是，是作为故里，就是杨家将的老家，他生于此，长于此。这里既是杨家将的出发地也是杨家将的落脚地。落脚地可以这样去理解：就是最后是一个回归，精神层面的一个回归和家。不见得最后回来。所以说让全国范围内如何认同，那就是杨家将故里，这个是唯一性。但是杨家将生活和镇守过的地方就特别多，这里是不可替代的，我们要在全国范围内把这个文化坐标树立起来。

第三个从全世界范围来说，杨家将从世界范围就是普遍价值和精神价值，那么杨家将的价值在哪里，就是忠勇报国，满门忠烈。这个就是忠烈千秋，对老百

姓来说妇孺皆知，耳熟能详，家喻户晓。这样的精神代表一直流传几千年。在全世界范围内也有普及意义。习近平总书记也有讲，家国情怀，要把家庭的这种情怀和国家的这种情怀要相互通融起来。一个家庭在想什么，要怎么样，也是一个国家要去做的要维护的东西。家国天下，家是一个国家的最小单位，也是组成这个社会的最小的一个系统。那么这个国家把每一个系统维护好，那么这个国家也就繁荣昌盛了。家国情怀，所以他们的价值观也是相统一相一致的。这种加过情怀在全世界上都是鲜艳的。保家卫国能前赴后继，全家出动的很少。尤其现在新冠疫情爆发、资源掠夺、霸权主义，习近平总书记倡导的是多变主义，大家都要互利共赢，各自有各自的特点，中国就是一个这样包容、和谐、统一的这样一个国家。如何找到共同点，为什么能有这样的一个特性，就是求同存异，包容。所以杨家将文化对于本地来说就是对杨家将文化的极端认同，我们本地人无论是从年龄长的到中青年还是少年，一提起杨家将不知道是什么地方，是谁。



图 3.2 神木市杨家城保护建设工作领导小组指挥部（图片来源：笔者拍摄）

3.1.3 神木市博物馆

神木市博物馆内部特地建有麟州古城与杨家将的专题展馆，馆内目前设置有一组巨型浮雕，直观展示出昔日杨家众军将凭借大无畏精神与勇冠三军的魄力，守护边关、浴血奋战的史实与可歌可泣的经历。神木市博物馆作为一个爱国主义教育基地，特设杨家城与杨家将的专题展馆，展馆展示了故麟州城和杨家将们的

历史由来，以及杨家将人物的介绍，著名征战沙场故事的介绍以及杨家将的爱情故事。展厅包括每年接待上万人次的学生团体参观学习，沉浸式体会杨家将文化。麟州城与杨家将专题展馆里，除展出有杨家城出土的二十多件文物外，为了生动反映杨家将群体的故事，博物馆还通过现代光影技术，将一些精彩片段再现还原。不仅如此，博物馆还有小小讲解员培训，让小学生从小就知道杨家将的故事，并由他们作为讲解员讲给周围的人听。通过这种培训的方式激发来小朋友们了解历史的兴趣，扩大传播范围。博物馆通过展馆的方式突出了杨家将文化在神木的重要地位，在展馆中科普了神木杨家将故里的事实，也在学生之中有广泛的传播。



图 3.4 神木市麟州城与杨家将的专题展馆（图片来源：笔者拍摄）

3.1.4 非遗传承人——杨文岩

杨文岩先生，为古麟州杨氏杨弘荣（杨家将杨业同宗父亲杨弘信弟）第 47 代孙，也是神木市杨家将文化的非遗传承人。杨文岩先生表示，自己作为杨家将的后代，便要肩负起传播和发展杨家将文化的责任。近年来，杨老先生秉持信念在杨家将文化传播上做出了突出贡献。首先，通过大量查阅历史典籍理清杨氏族谱；其次整理出版了《杨家城故事与传说》、《古麟州与杨家将》，促进了神木

杨家传说的申遗；根据史书典籍和走访绘制杨氏起家路线图（图 3.6）丰富了杨家将文化的内容。



图 3.5 《杨家城故事与传说》《古麟州与杨家将》书籍 (图片来源: 笔者拍摄)



图 3.6 杨氏起家路线图 (来源: 杨家城指挥部)

3.1.5 企业——文旅集团

在民间组织与政府机构的合力之外, 活跃于商业领域的国有企业亦是杨家将文化传播事业中的一大助力。而就神木本地而言, 神木市文旅集团是我市唯一一个政府投资的国有文化旅游产业集团, 自然而然的要承担起杨家将文化品牌塑造

的一份责任。自 2015 年创立伊始，文旅集团是新生代传播主力军。在文旅集团参与相关传播活动时，便极为重视杨家将武术等文化的传播。如新年秧歌表演时新增了由神木市文旅集团秧歌队场面宏大，气势磅礴，引来了现场观众的喝彩。《杨家将雄风》秧歌队由神木文旅集团与陕西师范大学、榆林职业技术学院神木校区的师生联合组成，是以展现杨家将精神为主旨，以宏大的演练气势载体，以武术表演为核心内容，通过音乐和巧妙的排兵布阵，将精彩的表演呈现在观众面前，把现场气氛带到一个新高潮。表演中主要有两种类型，一是阵型表演，以不同的阵型变化反应抵御侵略，保家卫国的爱国情操。二是武术技法表演，凸显杨家将武艺超群枪术精湛，场面气势恢弘。不仅仅如此，文旅集团和陕西师范大学联合出版了《杨家将武术文化与技法》（见图 3.3），这一理论性质著作的诞生，能够以科学的语言、规范的方式，阐释杨家将武术方方面面，为其进一步传播以及技法训练的推进提供了文本的支持。

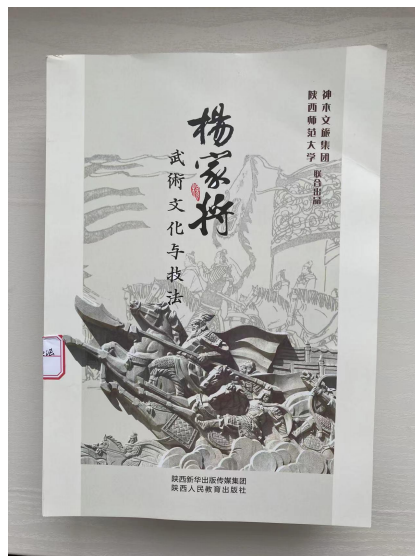


图 3.3 《杨家将武术文化与技法》书籍（图片来源：笔者拍摄）

从 2016 年开始，文旅集团还以杨家将武术文化的传播为试点，先后举办了 2 届杨家将武术文化高层论坛，杨家将杯太极拳比赛，同教育局举办了全市第一届校园杨家拳比赛。设计打造了杨家将的铜雕，和众多的文创产品。举行了公祭杨家将，同陕西师范大学体育学院老师共同创立杨家将武术拳术，为全市体育老

师进行为期一个月的杨家将武术拳法的培训，设立杨家将武术培训基地举办活动，为让更多的人了解杨家将武术，了解杨家将精神。

3.2 传播内容

神木杨家将文化的传播内容主要是宣传神木是杨家将的故里、杨家将的英雄人物事迹、杨家将传说和古麟州城史迹。

3.2.1 神木是杨家将的故里

神木杨家将文化的传播首要任务就是宣传神木为杨家将故里的历史史实。神木市曾召开全国首届杨家将文化研讨会，邀请全国专家学者进行研讨得出该结论，与会专家学者从历史的角度出发对神木是杨家将故里进行多重论证，为神木杨家将文化的宣传提供了学术支撑。

在此之前，国内有多个地方凭借有杨家将的活动遗迹便打着“杨家将故里”的噱头开发文化产业，关于杨家将的遗迹虽多，若以遗迹就判定杨家将的故里未免太草率。关于以杨业为代表的杨家将出身何方有不同的说法，目前有山西太原、山西保德还有陕西神木等等。梳理史料后可以发现，部分史书记载杨业为山西太原人。而经过专家们比较各类史料，研究不同记载后，得出结论即杨业是麟州人士。最早记录杨家将历史的是宋初史官杨亿。杨亿在《宋朝事实类苑》卷55《杨文公谈苑》中写明“杨业，麟州人”，后又提及“仕太原刘氏，至建雄军节度，频立战功，国人号为无敌。”欧阳修为杨琪，即杨信的曾孙在墓志铭中写到“麟州新秦人也。新秦近胡，以战射为俗，而杨氏世以武力雄其一方。其曾祖讳弘信，为州刺史，祖讳重勋”。从诸方信史可知，杨业就是陕西神木人，杨家将的故里就是陕西神木。^①

3.2.2 杨家将英雄人物

神木市关于杨家将英雄人物的宣传主要以史书记载的介绍杨氏一族5代的著名人物为基础，将史实和故事传说的人物分开，以史实人物和事迹为主。麟州地理位置独特，位于现在陕西、内蒙古、山西的三省交界处。在五代时期战乱，东临黄河与山西一河之途；西隔长城与宁夏相距不远；北有河套地带；南连关中平原。各方势力均想占领麟州这一军事重镇。自杨弘信自立刺史以来杨门三世主政麟州，后代更是五代为官，这样的世家大族在历史上少有。在杨家将第一代人

^① 顾全芳.杨家将历史与传说[M].北京:科学出版社,2012:13-20.

物杨弘信，生子杨重贵(杨业)、杨重勋。杨家将由此分两支，杨重贵生子杨延昭，杨延昭生子杨文广，该祖孙三人，是史书中杨家将的核心人物；这一支也一直从。武杨重勋生子杨光宸，杨光宸生子杨琪，杨琪生子杨旼，该祖孙四代，则以将门进士杨旼最为知名。五代时期重武轻文，出将入相情况屡见不鲜，直至赵匡胤陈桥兵变，给统治者一记响钟，从此开启了重文轻武的时代，其中在北宋中期达到了巅峰。便出现了“万般皆下品、唯有读书高”的社会风气。自此杨氏后代从杨琪开始出现了文官。如图 3.7 所示

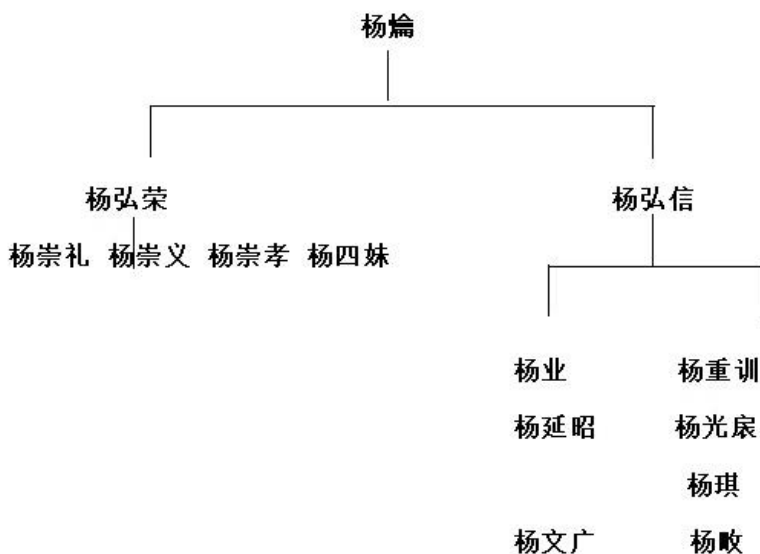


图 3.7 杨氏族谱 (图片来源: 杨家城指挥部提供)

以下为杨家历代著名人物的事迹简介:

一代: 麟州土豪杨弘信。杨弘信是杨业的父亲，是当地的一方土豪，自立为麟州刺史。土豪并非现在意义上对钱多文化水平低之辈的蔑称，而是一地当中有勇有谋有兵马有威望的人，他可以带领百姓习武，抵御外来的入侵。杨弘信虽有武装，但是相对于中原地区的军阀相比还上能力有限，后杨弘信不得不依附于山西太原的刘崇，将杨业送到刘崇身边以结河东之好。

二代: 杨弘信生子杨无敌杨业和杨重训。小时候不同的选择造就了不同的人生境遇。杨弘信为了缔结河东之好，将弱冠之年的杨业送去山西太原刘崇那里做部下。开启了杨业戎马的一生，屡立战功。杨重训即杨业的弟弟在杨弘信死后，

由于杨业追随刘崇事北汉，所以杨重勋继任麟州刺史。与后周、北汉等政权周旋。后宋朝建立，杨重勋归附，多次击退北汉。

三代：昭杨延昭是杨业的儿子，又名杨六郎。自幼随父亲杨业征战沙场，显露军事才能。杨延昭奉命驻守定州遂城(今河北徐水)。契丹南下，恰好遇到寒潮，杨延昭便集中生智，命人将水向城外浇灌以固城池。敌人无法靠近城池，破解诡计，受到称赞。在杨延昭生平的抗辽军事生涯中，杨延昭与部属同甘苦，号令严明，自奉俭约，遇战必身先士卒，受众将士爱戴，其威名也远扬，为契丹人所畏惧。杨光宸是杨重勋的儿子，杨重勋被调任安徽保静节度使后，杨光宸便继承父业主麟州军政，第三代麟州刺史时年 18 岁。杨光宸为麟州的西头供奉军，虽然级别不高，却掌管麟州的地方军权。杨光宸曾在太平兴国七年（982）与府州折御卿在丰州大破契丹军并且追赶其至河套而回。

四代：杨琪，杨光宸之子。杨琪虽然出身武将世家，但是他弃武从文。杨琪之父杨光宸英年早逝，杨琪得到了殿侍的职位，又得益于伯父杨延昭的庇佑升至三班奉旨，负责大通堰。杨琪并没有由于祖庇而不思进取，在监大通堰时期，发运使李溥突击查岗，得到赏识。此后杨琪升职并转为文官，并位职三路刑狱公事。杨文广是杨延昭的儿子，杨文广以父荫官，曾得到范仲淹的赏识。宋仁宗庆历年间（公元 1043 年）在陕西参与镇压农民起义凭借战功授殿直，后从名将狄青南征。熙宁年间，神宗出于巩固西陲，命文广遏止西夏入侵。在杨家将中，如果说杨业、杨延昭的事业在于抗辽，那么他的一生可谓南征北战，南伐侬智高，西征西夏，北御契丹。

五代：杨旼进士。杨旼是杨琪之子，和他的父亲杨琪一样喜文读诗书，考取进士及第，是杨家将的第一位进士。宋中期重文轻武情况明显，多由文官来领兵打仗。文臣们也很少研读兵法，北宋的军事能力比较弱。杨旼也只是有理论而没有实践经验。由于杨家祖上以武将出名，杨旼便奉旨负责镇压瑶汉民众的起义活动，后又参与镇压广西侬智高部，但都没有取得理想战绩，后再度被提拔，才能得到任用，在担任谏官期间，多次直言不讳，对各部朝廷官员进行监督和弹劾。

3.2.3 麟州故城

神木古称麟州，现在杨家城所在的位置是麟州故城，始建于唐开元十二年（公元 724 年），至明正统八年（公元 1443 年）县治移于现址，故城渐废。现在的神木

地处三省交界，古麟州尤其在北宋时期，为宋、夏、辽交界的边陲重镇。秦汉时就有政治军事建置。作为政治、军事、经济、文化中心长达 700 多年。因北宋杨家将英雄群体源于此地，且杨氏三世主政麟州，五代连官，故俗称“杨家城”。北宋名臣范仲淹、司马光、文彦博等多次亲临考察，史书中留下诸多诗词疏表，文化积淀十分深厚。麟州故城之所以在如此的虎狼之地能够守护一方水土而不被周围的大势力吞并，很大程度由于它易守难攻。古麟州城筑在山上，北邻草地沟，西邻窟野河悬崖，东结桃峁梁，南为麻堰沟。东南皆山棱沟壑地形。城垣依山而建，三面沟河环绕，多处悬崖绝壁，地势险要，易守难攻。北宋欧阳修称赞麟州城“城堡坚完，地势高俊，乃是天设之险”。由于地方的特殊性使得当地民风彪悍，好斗。

在麟州故城内有红楼、古迹、手植柏等遗迹遗址，以下为基本信息的简要说明介绍：

红楼：红楼建于故麟州城，地势高陡，相传在红楼上便可以清晰看见山下的景色以及情况，就像看见自己的手那般清晰。红楼用以接到诸位高官，范仲淹在登上红楼作名篇《渔家傲·麟州秋词》。并为麟州题诗一首《留题麟州》。除此之外还有很多人在红楼题词。

五指柏：杨业前往山西刘崇之处前，在麟州故城亲手种的柏树，意寓为“根留麟州，树在人安”。沧海桑田，柏树长得枝叶繁茂，分为五枝，且形状似手掌，故称为“五指柏”。

古井：井深 45 丈，约 150 米，直通窟野河低，当时杨家城对面的窟野河以西是西夏之地。有人给西夏主李元昊通报麟州缺水，可以围困，不出三日便被渴死，不攻自破。然后调集大军围困杨家城 10 日，杨家城缺水，以致于城内“黄金一两易水一杯。”当时便有人建议用沟渠里的泥涂抹城墙制造并不缺水的假象。果然，李元昊看见此情景后，觉得先前探报之人谎报贻误军机，便一怒之下将此人斩于城下，西夏大军退去。杨家城的居民意识到战争时缺水的严重性，选择杨家城最低处，距离河最近的地方于整石上开始凿井。

3.2.4 杨家将的故事与传说

杨家将的故事和传说在现在的传播中占比较少，在杨家城指挥部的官方宣传中很少，但是在其他的传播平台有传播。杨家将的故事与传播主要有 2 部分内容，

一部分就是以我们耳熟能详的杨家将历史演变而成的有余太君、柴郡主、八姐、九妹、杨排风等杨门女将；孟良、焦赞、杨宗保、八大王的传奇人物；另一部分就是神木市的非物质文化遗产的杨家将传说，内容以讲述杨家将在故麟州驻守边城还为外出征战的故事为主，分为古迹篇、起家篇和风云篇。古迹篇有杨家城将军山的由来、兔毛川打猎、杨崇贵结缘七星庙、折才花进驻连谷镇、五指柏的故事、杨家城古井史话和红楼颂。起家篇有“东家”与“西人”、农坛耕作制、杨弘信石城练兵、巧农女杨四妹和杨家将沟的杨氏变迁。风云篇有兵败忽里堆和兔毛川大捷。^①

3.3 传播渠道

神木杨家将文化从最初的故事流传，到一度陷入发展低谷，再到政府的大力支持。神木杨家将文化的发展也是很多地域文化的缩影，由曾经的被遗忘到重焕光彩。杨家将文化也随着时间的发展，传播呈现不同的传播方式。在起初政府没有重视杨家将文化价值时神木居民口口相传杨家村就是杨家城，杨家将就是神木人的共识；当杨家将文化的价值被得到确认，顺应时代发展的新媒体和传统媒体为杨家将文化的传播拓宽渠道。最初负责杨家将文化传播的是杨家将文化研究会，以传统媒体的书籍和杂志为主，微信公众号为辅；后期随着将杨家将文化得到重视的传播纳入文化旅游范围，由神木文旅集团负责，开启线上和线下、新老媒体交融的传播方式；最后移交给杨家城指挥部后由其全权负责，开启了以新媒体为主要传播渠道的传播方式；神木市融媒体则一直与各个负责单位共同合作宣传。

3.3.1 新兴媒体

人类传播的历程从最初口语传播的口口相传到只有上层阶层、政府、官吏及统治阶层的特权的文字传播，印刷传播时代得益于造纸术和印刷术的诞生使得大规模的生产成为可能，直至当今的电子传播时代每个人都可以享受告诉且形式多样的信息传播活动。人们在享受电视、广播、报纸带来信息传递过程中，5G时代的到来给了人们更刺激的感官享受：媒体融合和实时互动。麦克卢汉曾说过“媒介即人的延伸”，不同的传播媒介就是不同感官的延伸，新兴媒体打破了时空的

^① 杨文岩.杨家城故事与传说(话本)[M].西安:三秦出版社,2014.

限制，为人们提供了五官全方位的实时的传递和互动。使媒体传播更具影响力和吸引力。

神木市关于杨家将文化传播初期是由杨研会一手负责，由于杨研会主要是负责杨家将文化的史实和历史的学术领域，所以在纸质媒体传播较多，也由于杨研会的创始和宣传人员都是退休老干部，对现在新的传播平台并不能够很快的上手以及使用，因为在新媒体方面具有局限性。因此 2016 年-2019 年杨研会的新媒体除了有神木杨家将文化研究会的门户网站外，自媒体平台只有微信公众号一个，其他矩阵是没有涉及的；公众号每个月发表 3-5 期不等，每篇阅读量在 20-500 不等。由于内容均属于学术论文、史论、诗歌和故事，内容较单一。传播范围仅限于爱好杨家将文化的专家和学者较多。



图 3.8 神木杨家将文化研究会门户网站（图片来源：杨家将文化研究会官网）

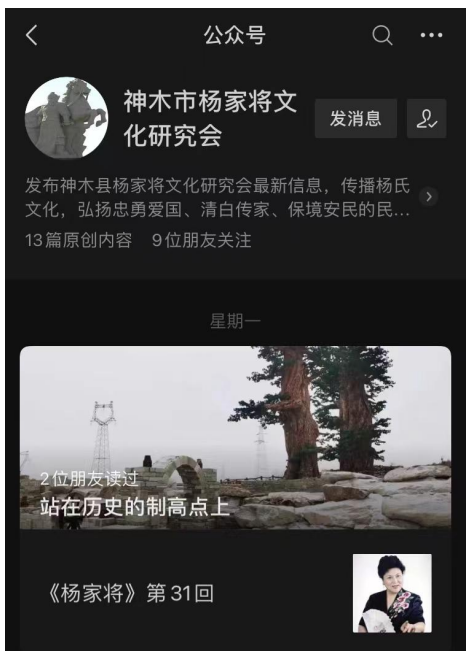


图 3.9 神木杨家将文化研究会微信公众号（图片来源：杨研会官方微信）

自杨研会移交宣传工作之后，神木市文旅集团虽然也有宣传推进，但是大都是以新闻报道等形式传播。直至 2019 年以后，杨家城指挥部正式接手关于杨家将文化的传播活动，在抖音、快手、微博、微信公众号、今日头条、哔哩哔哩等创建名为“杨家将故里”的官方账号。虽然在多平台有官方账号，内容相同，这些平台仍旧处于建设期，并没有起到很好的传播渠道的效果。与此同时转载这些内容的是的神木市文化馆和融媒体的官方账号“神奇神木”，融媒体的受众基数大，宣传力度强和宣传领域广，在新媒体的传播方面有很好的宣传作用。新兴媒体的发展促使了一批网红经济的发展，优质的 UGC 内容生产者活跃在各大领域，是视频行业迅速崛起，传播效果直线提升，西安和成都就是受益者，神木杨家将文化传播也应该在这方面积极跟进，为此宣传造势。

3.3.2 传统媒体

传统媒体作为主流媒体时间之久，在人们心中的地位是不可撼动的，虽然新兴媒体兴起态势如日中天，但传统媒体的真实性和权威性却是新兴媒体无可比拟的。神木杨家将文化的初期传播依然为电视、报纸、广播为主要传播媒介。神木杨家将文化研究会主要以纸媒为主要传播渠道。神木杨家将文化研究会主要办了全国首家唯一一个专门研究杨家将文化的刊物——《杨家将文化》，发行量一期 1200 份，现在已经发行 55 期；并且杨研会在多年外地考察和搜集资料中整理负责编辑出版杨家将系列文化存书的专著有十多本。



图 3.10 杨家将文化期刊 (图片来源: 笔者拍摄)

表 3.1 杨研会编著书籍表

书籍	名称
1	《杨家将文化》季刊
2	《首届全国杨家将历史文化研讨会论文集》
3	《陕北历史文化与杨家将文化学术研讨会论文集》
4	《麟州杨氏通谱》
5	《杨家将研究·历史卷》
6	《杨家将故里资料辑》
7	《杨家将咏赞》
8	《杨家将民歌戏曲辑选》
9	《杨家将研究》
10	《故麟州与杨家将》
11	《杨家将历史与传说》
12	《杨家城传奇》晋剧剧本
13	《杨家城》20集电视文学剧本

资料来源：笔者整理

在电视方面神木市融媒体中心在杨研会、杨家将指挥部负责期间做了很多关于杨家将文化的报道, 传播的内容上都是对杨家城文化建设做的工作内容和活动市级的报道。文旅集团和陕西师范大学联合出版了《杨家将武术文化与技法》除此以为还开设专门的杨家将文化传播的栏目来普及杨家将文化知识。如图。除此之外还拍摄电影《杨门少年》、《暗箭明枪》；宣传片《神木——杨家将故里》；纪录片《杨家将故里》；和已经筹备开拍的《杨家将》电视剧。

表 3.2 杨家将文化传统媒体传播表

媒体	栏目/标题	主要内容
神木市电视台	《对话》	邀请市里传播杨家将文化的杨研会以及指挥部等负责人介绍杨家将文化的传播价值以及意义。

	《新视野·寻访杨家将足迹》	从不同的人的角度看杨家将
	《聚焦》	讲述神木市杨家将各个传播活动
	《这里是杨家将故里》	介绍神木杨家将故里的历史文化以及背景和意义

资料来源：笔者整理

表 3.3 媒体关于神木杨家将的报道

媒体机构	标题
神木新闻	纪录片《杨家将》开机仪式在神木举行
	你所不知道的杨家将 宋史专家这样讲
	徒步公祭杨家将 倡导文明祭祀
	杨成林：全力打在成全国著名的文化旅游目的地、杨氏后裔寻根祭祖的朝拜胜地
	“杨家将杯”全国太极拳公开赛陕西站在神木举行

资料来源：笔者整理

3.3.3 其他活动

神木市杨家将文化的传播才刚刚起步，除了在各类媒体上进行传播以外，其实线下的活动的参与更能吸引人流。鉴于新媒体官媒发展刚刚起步，无论是知名度的有待提高还是内容的传播趣味性对普通的大众而言不够喜闻乐见，都不算是有效的传播途径。可喜的是，神木由多家单位组织了不同的传播活动供市民们选择并参与。尤其是各个广场上的比赛、展馆和演出都是人们最青睐、宣传力度最广的方式。

表 3.4 其他传播活动

主办单位	活动名称	地点	参与人数	次数
杨研会和指挥部联合举办	杨家将公祭	将军祠	200	每年一次
	杨家将学术研讨会	神木市	不定	每年一次
神木市晋剧院	戏剧公演	神木市大礼	500	

		堂		
神木市博物馆	专题展馆	神木市博物馆		
	移动博物馆进校园	神木市各小学	上千人	长期
民间摄影家协会	杨家城采风	杨家城遗址	90多	每年4此左右
	摄影展	各大广场	100	2次
	摄影比赛	各大广场	200	
文化馆	非遗展馆	文化中心	上万	长期
	杨家拳进校园	神木市各小学	上万	长期
杨家将武术协会	杨家将武术进社区	各大广场	上万	长期

资料来源：笔者整理

杨家将文化研究会召开全国的杨家将历史文化研讨会在学术界产生深远的影响，通过2次全国学术会议研讨，国内专家和学者得出一致结论神木是杨家将的故乡，推动杨家将文化的发展，丰富了杨家将文化的研究内容，在传播方面也为杨家将文化的传播建言献策。

表 3.5 杨家将文化研讨会

会议	名称
1	2007 首届全国杨家将历史文化研讨会
2	陕北历史文化与杨家将文化学术研讨会（与延大联合举办）

资料来源：笔者整理

3.4 传播受众与效果

杨家将文化不仅仅是非物质文化遗产，更是地方特色文化。非物质文化遗产是指：被各群体、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。所以非物质

文化遗产并不是一种普适性的大众文化，只是一个群体和团体在长期的生活中共同认同的一种文化，这种文化具有地域性。所以杨家将文化的传播在当地和全国其他地方的传播效果会有所不同。

在分析杨家将文化的传播实践的过程中，笔者通过访谈和问卷调查的方式，可以看到在传播效果方面在神木及榆林地区的传播和其他地区的传播有着很大的不同。虽然杨家将文化在中国妇孺皆知，但是神木传播的神木故里杨家将文化在他们看来是闻所未闻，也不知道神木是杨家将的故里。相反，当地受众却能够得到有效的传播。

笔者在分析传播效果中采用无结构访谈法和问卷调查法。问卷调查法以随机抽样为主要抽样方式。调查的目的是为了了解神木市关于杨家将故里的宣传效果；问卷的内容以神木市本市、陕西省本省以及陕西省外三个区域的传播情况为研究对象。内容首先是对调查受众的个人基本情况的了解；其次是是否知道杨家将故里的认识；对传统意义的杨家将文化的了解程度；对神木市杨家将文化传播活动的了解，包括神木杨家将文化的传播内容、传播的方式和对传播活动的评价；最后是对受众进行关于神木杨家将文化传播喜好的内容以及传播方式的调查，为促进神木市杨家将文化的传播形成精准定位。

区域的发放范围为全国，进行随机抽样 604 份，回收有效问卷 564 份。其中陕西省外填写问卷为 246 人，占比 43.62%，陕西省内填写问卷 318 人，占比 56.38% 如图 3.11 所示。男女比例女性比例略多 56.38% 为，男性比例为 43.62%。如图 3.12 所示：

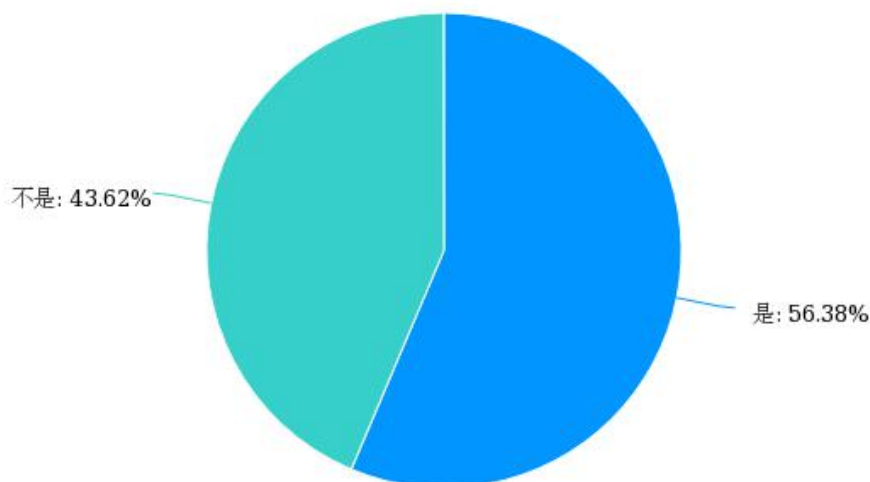


图 3.11 受众户籍陕西省内外占比 (据笔者调查数据)

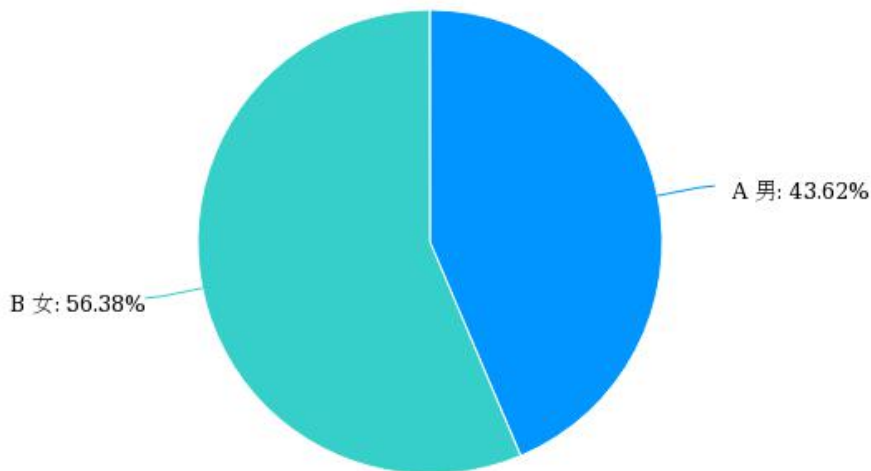


图 3.12 受众性别比例统计 (据笔者调查数据)

3.4.1 神木本地受众传播效果

笔者在神木市以随机调查为主,分区域投放,有新村、四中及华山区块、以人民广场至六中区域、人民广场至商贸大厦的老城区区域以及从商贸大厦至单家滩 5 个区域投放 350 份问卷。神木市的整体受众效果良好,传播渠道以电视、旅游景点和他人讲述的传统方式实现传播,且传播内容知道最多的是杨家城景区,线下活动的参与度不高。

关于神木是杨家将故里在神木市传播本地的受众效果良好,知道杨家将故里在神木市的占 85.71%。大部分受众可以准确说出杨家将故里的所在地,如图 3.13 杨家将故里的具体所在地是陕西省神木市店塔镇泥河的杨城村,如图 3.14 中所示,神木即地名,杨城、杨家城、泥河、店塔等是具体位置甚至有些受众可以说出杨家将故里的具体所在位置,但是也有不太清楚填了陕西、新村、榆林、北宋、山上、甚至是山西的。

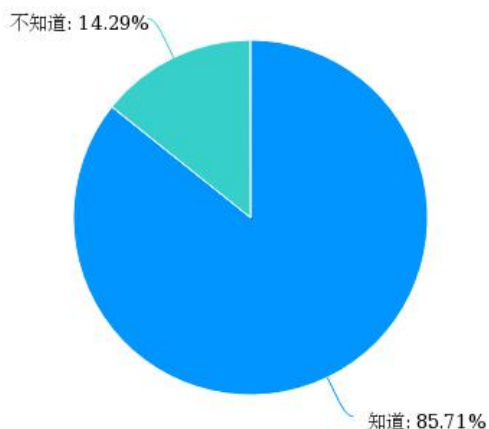


图 3.13 关于神木市受众对杨家将故里的知晓度 (据笔者调查数据)

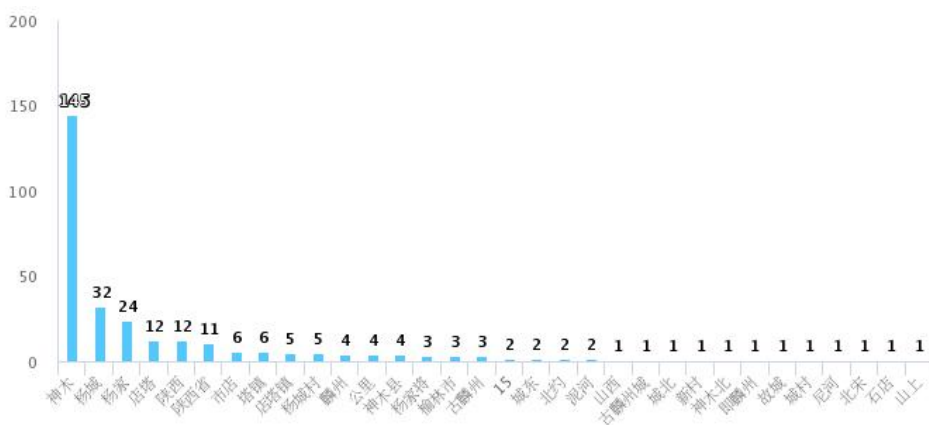


图 3.14 关于神木市受众填写杨家将故里情况表 (据笔者调查数据)

在神木市内的调查问卷中，男女比例相差不多，女性比例为 48.41%，男性甚至高于女性为 51.59%，如图 3.15 所示。其中在不知道神木是杨家将故的人群中女性比例居多占 63.89%，而男性则为 36.11%。由此可见在传播上女性市场值得关注。而在不知道的人群中分布于 15-59 岁之间的各个阶段。

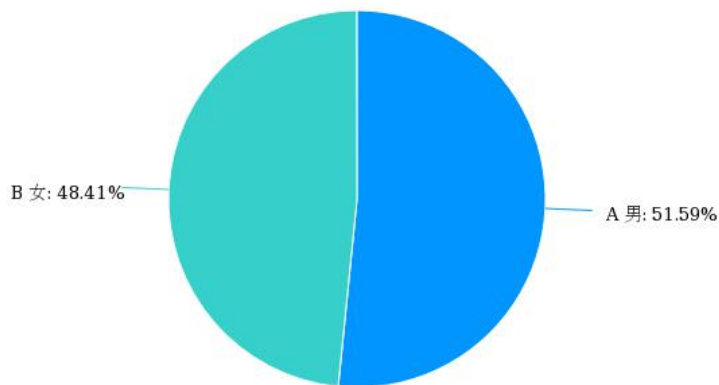


图 3.15 神木市受众性别比例统计 (据笔者调查数据)

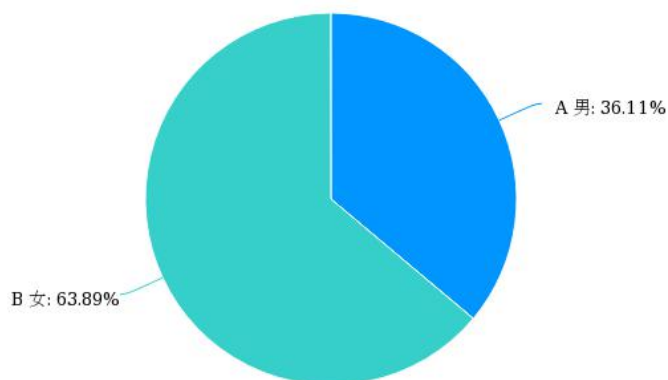


图 3.16 神木市不知道杨家将故里的受众性别比例统计 (据笔者调查数据)

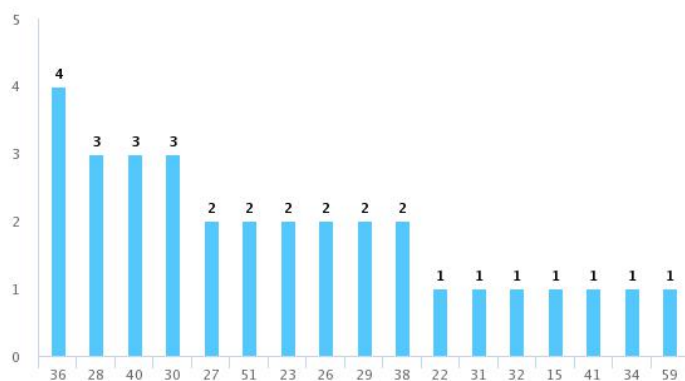


图 3.17 神木市不知道杨家将故里的受众年龄比例统计 (据笔者调查数据)

神木市关于杨家将文化的传播活动中,本地受众对于传播的活动的了解程度如图 3.18 所示。神木市杨家城景区是受众最为知晓的高达 71.83%;其次就是纪录片和宣传片各占 48.41%和 44.44%。

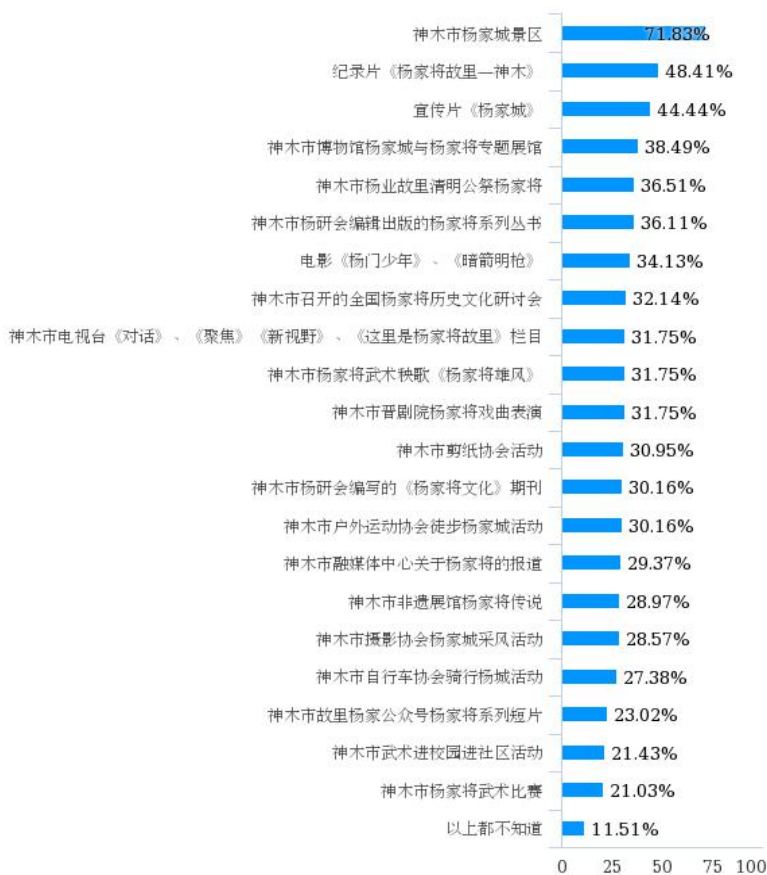


图 3.18 神木市受众对关于杨家将文化的传播活动的了解情况统计 (据笔者调查数据)

在以上传播活动中，大部分受众是通过电视、景区、和他人讲述知晓，分别占 76.19%、49.21%、37.3%。由此可见本地的信息传播依靠本地的媒体和人际传播较多，而新媒体的使用比例和传播的效率较低。因此要扩宽宣传渠道，实行多方面多渠道立体化的传播方式。

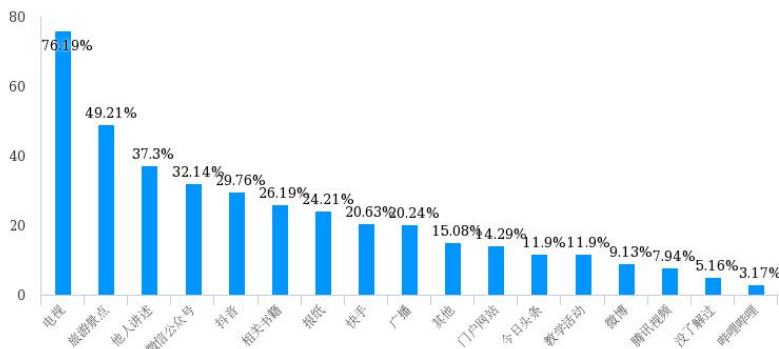


图 3.19 神木市受众对神木杨家将文化的传播活动的了解渠道统计 (据笔者调查数据)

在关于受众可以参与的线下活动中，神木市本地居民以杨家将景区的参与度最高，高达 48.84%，清明杨家将公祭也是在杨家城景区开展的，能达到 15.48%；其次是博物馆的杨家将与杨家城的专题展馆有 19.44%。但是，在线下参与的活动中，有 35.71%的受众以上活动都没有参与，由此可见，受众的线下参与度不够。如图 3.20 所示

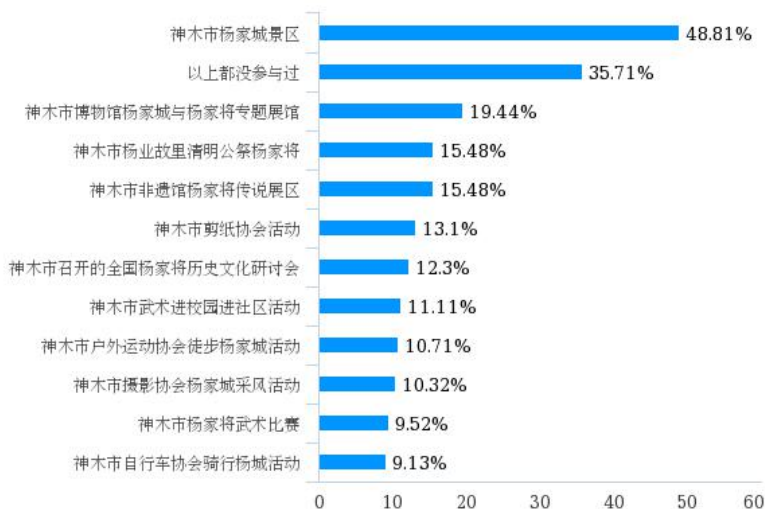


图 3.20 神木市受众对神木杨家将文化的传播活动线下参与情况统计 (据笔者调查数据)

综上，笔者还对本地居民对神木市本地传播的评价进行调查，认可度很高很好高达 47.62%、好 19.84%，只有少数部分评价很不好占 2.78%，不好占 3.97%。

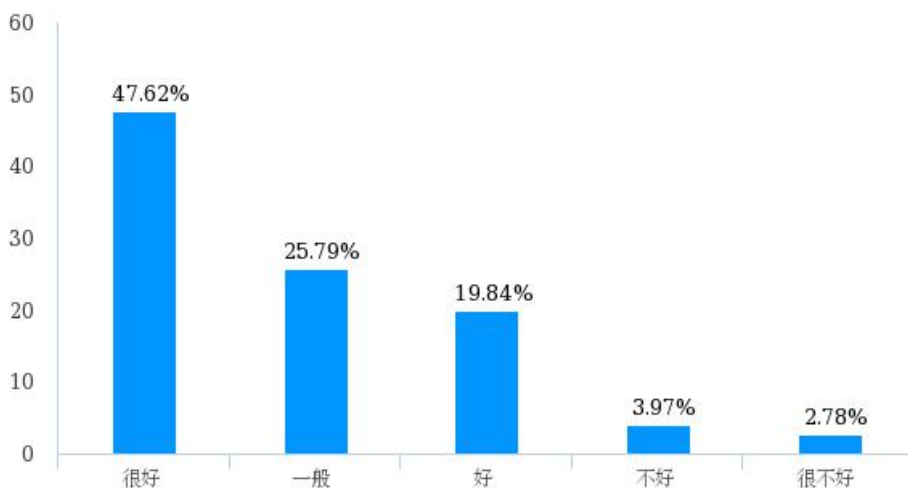


图 3.21 神木市受众对关于神木杨家将文化的传播活动评价统计 (据笔者调查数据)

3.4.2 除神木市以外的陕西省受众及其传播效果

笔者调查了陕西省内除了神木市以外的地区的传播情况，传播效果有所减弱，有人说达到一半，对神木杨家将文化的传播活动了解比较少，传播范围小，辐射力不够，导致线下的活动的参与度差。

在神木杨家将文化的传播中，除神木市以外的陕西省受众其中知道神木是杨家将故里的人数占 42.42%，不知道的占 57.58%，如图 3.22 所示。笔者又对知道的调查者进行确认让其填出杨家将故里所在地时发现有些并不能准确的说出在陕西神木，如图 3.23 所示知道神木市的是大多数，但是还有一些仅仅定位在陕西、榆林、更有说在米脂和山西的，由此可见关于神木是杨家将故里的传播情况和传播范围还有待提高。

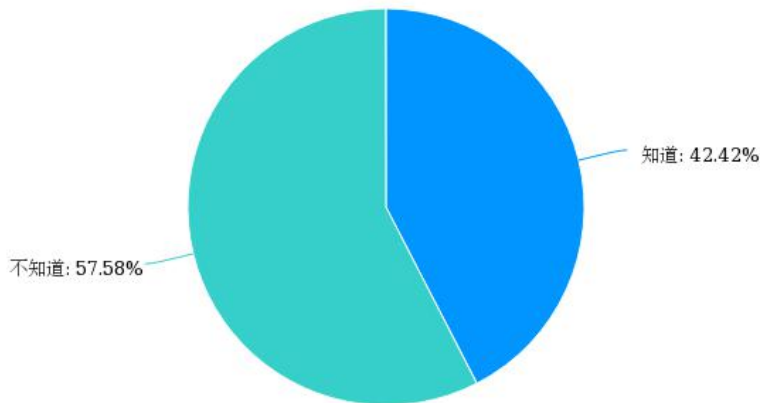


图 3.22 关于除神木市以外的陕西受众的杨家将故里的知晓度（据笔者调查数据）

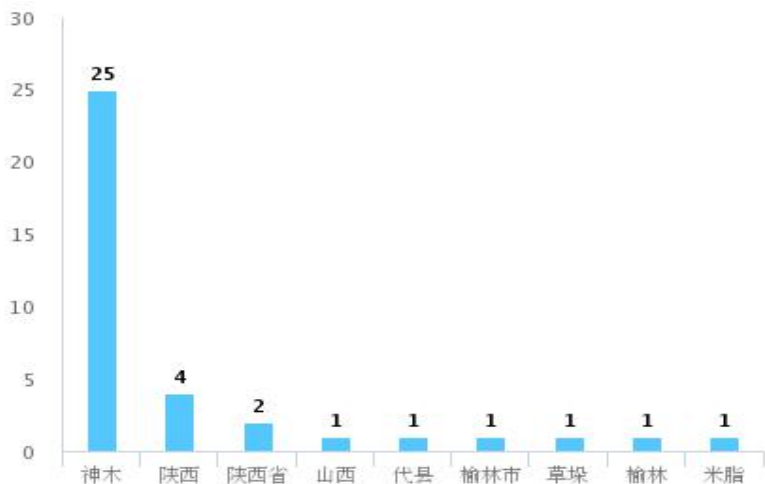


图 3.23 关于除神木市以外的陕西受众填写杨家将故里情况表（据笔者调查数据）

关于神木市的杨家将故里文化的宣传内容和活动省内的受众确实知道的不是很多，在每项传播的活动上神木市杨家城景区和电影的知晓率是最多的，可以达到 34.85%和 33.33%,其中还有 31.82%的人对这些传播活动闻所未闻，其余的宣传项目了解仅仅达到百分之十几。

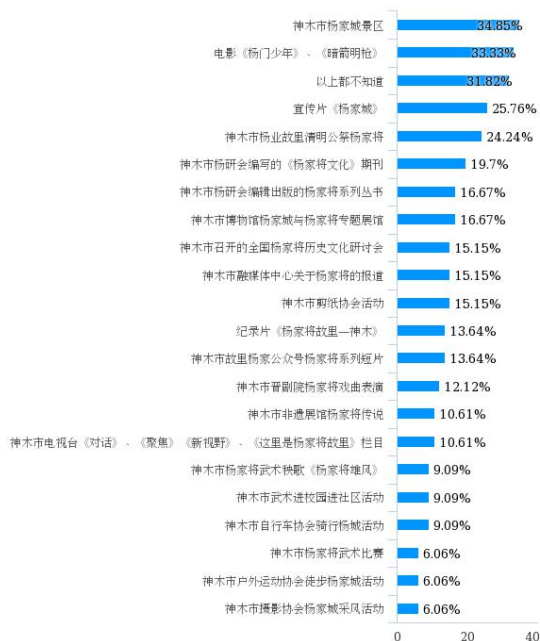


图 3.24 除神木市以外的陕西受众对杨家将文化的传播活动的了解情况统计 (据笔者调查数据)

在关于受众了解渠道出发，其中通过电视、微信公众号、抖音和他人讲述了解的传播方式是最多的，可以达到 65.15%、30%、24.24%和 21.21%。其他也均在百分之十几左右，由此可见虽然我们生活在新媒体时代，但是并没有把新媒体的传播作用发挥。虽然在省内，但是人际传播仍然发挥着有效的作用。

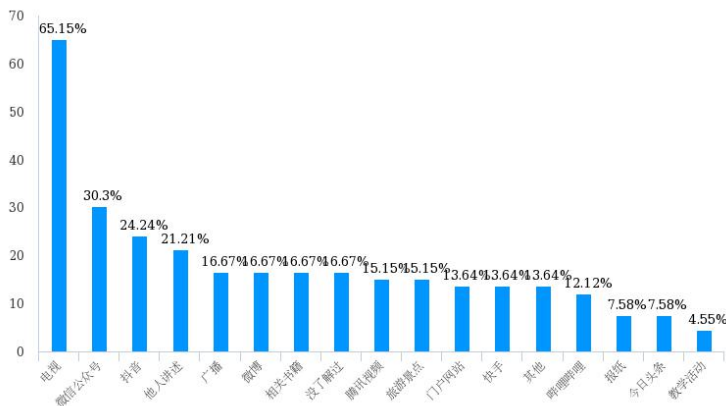


图 3.25 除神木市以外的陕西受众对神木杨家将文化的传播活动了解渠道统计 (据笔者调查数据)

关于杨家将文化的传播活动的参与情况如图所示，几乎有 66.67%是没有参与的，而参与最多的也是杨家将景区，占比 25.76%杨家城景区的清明公祭也是小有影响占，在调查的人中有 13.64%。可见杨家城景区的知名度和影响度还是相对比较高。

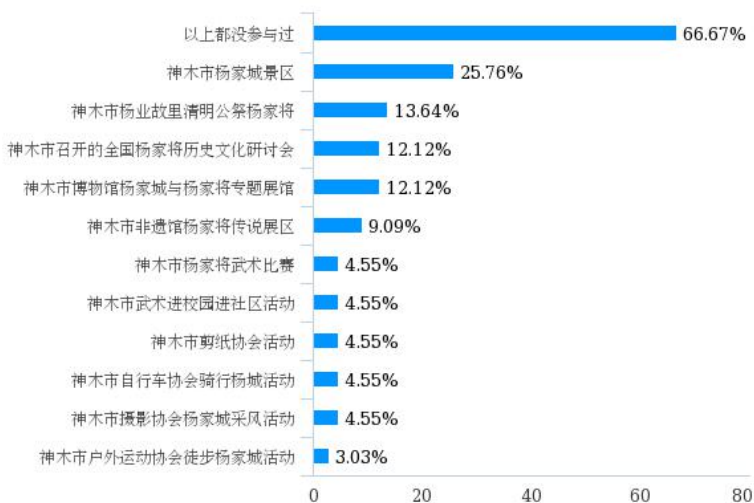


图 3.26 除神木市以外的陕西受众对神木杨家将文化的传播活动线下参与情况统计 (据笔者调查数据)

陕西省内受众群体对神木市杨家将文化的传播活动的评价与神木市民的评价大相径庭，觉得传播活动一般的占 46.97%，但是也没有很差，好和很好也占 12.12%和 28.79%。可见，关于神木市的杨家将文化传播活动得到了受众的认可，但是传播的力度较小，影响力和辐射力欠缺。

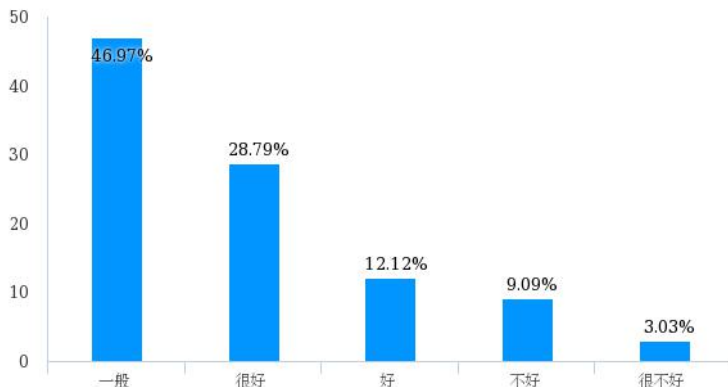


图 3.27 除神木市以外的陕西受众对神木杨家将文化的传播活动的评价统计(据笔者调查数据)

3.4.3 陕西省外的受众及其传播效果

笔者在全国展开问卷的发布,运用问卷星平台发布问卷 250 份,累计回收有效 246 份。问卷涉及陕西、山西、内蒙古、山东、新疆、云南、四川、甘肃、浙江、青海、北京、上海、宁夏、湖南、河南、辽宁、黑龙江、广西、广东、江苏等省。陕西省外的传播效果较差,知道的人比较少,而且了解传播的内容多以电影为主,线下活动更是几乎没有参与过。

问卷显示关于陕西省外知道神木是杨家将故里的只有少数,占省外问卷调查人数的 11.79%,而不知道的占据 88.21%。笔者对知道的调查对象进行进一步确认是否知道,便加设填写地名的题目,在加设的内容显示,将进一半受众可以精确填写是神木或者店塔,也有一半人群只能填写出榆林或者陕西。笔者对省外知道神木是杨家将故里的人员又进行确认,有 41.38%的受众去过神木市,而有 58.62%的人并没有去过。

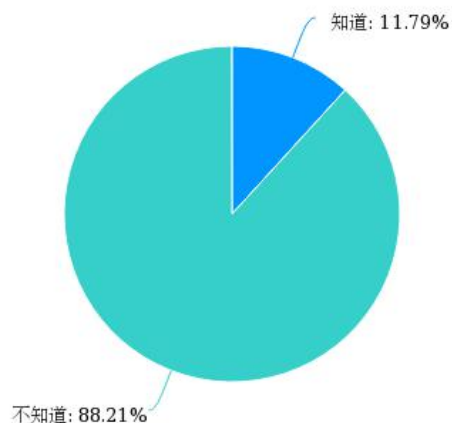


图 3.28 关于陕西省外受众的杨家将故里的知晓度 (据笔者调查数据)

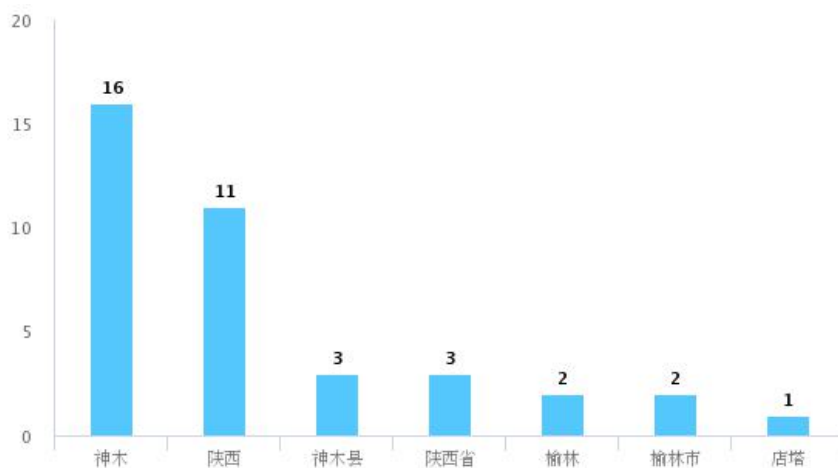


图 3.29 关于陕西省外受众填写杨家将故里情况表 (据笔者调查数据)

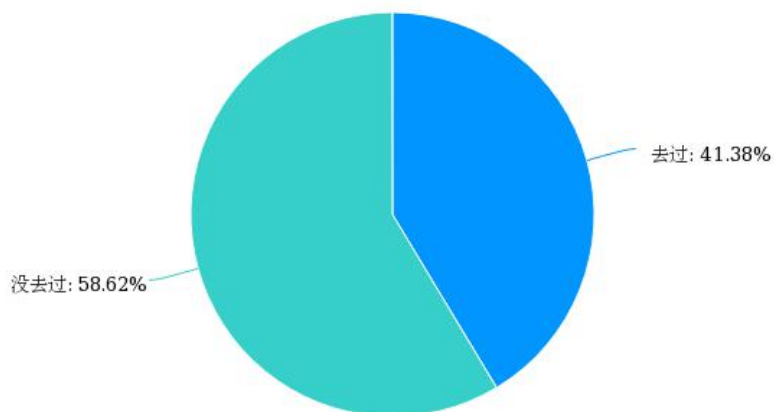


图 3.30 关于陕西省外受众是否来过神木市情况表 (据笔者调查数据)

笔者对省外的受众针对神木市杨家将文化传播的活动做了了解,发现 53.25% 的人都没有了解过以上的活动,除了电影《杨门少年》、《暗箭明枪》有 33.99% 的了解度以外,其他项目均在百分之几一下。如图所示。在现代互联网普及的今天,笔者觉得诧异了解的最多的不是抖音、快手等辐射力最广的短视频平台,尽然是在央视的 CCTV-6 进行播放的《杨门少年》、《暗箭明枪》。如图 3.31 所示,由此可见,现在传播的新媒体平台并没有被有效利用。

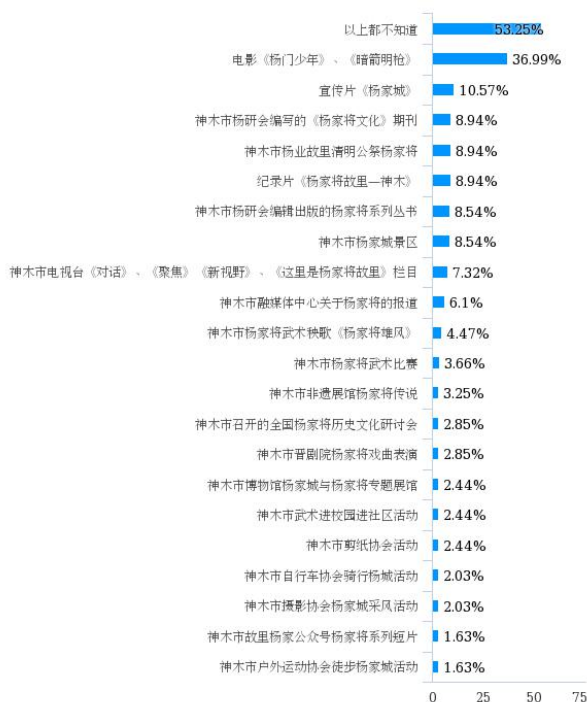


图 3.31 陕西省外受众对杨家将文化的传播活动的了解情况统计 (据笔者调查数据)

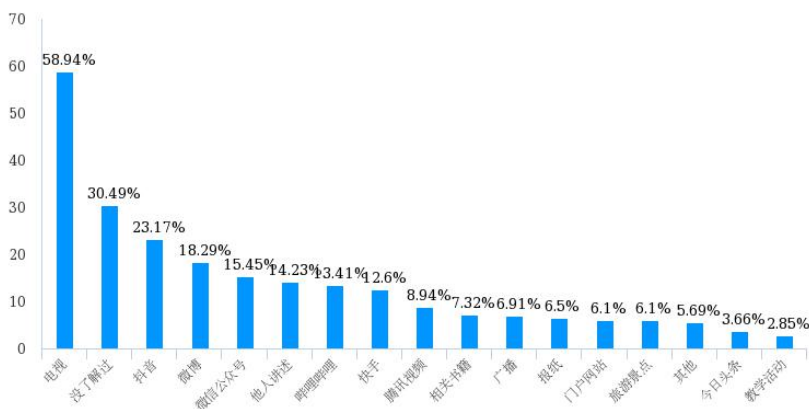


图 3.32 陕西省外受众对神木杨家将文化的传播活动的了解渠道统计 (据笔者调查数据)

在省外受众中，有 87.4%的人没有参与过以下活动，根据上面的传播情况也是意料之中的事情，在去过神木市的受众有 82.76%没有参与过任何的活动的，而参与度最多的就是神木市的杨家将景区以及景区的清明公祭活动。

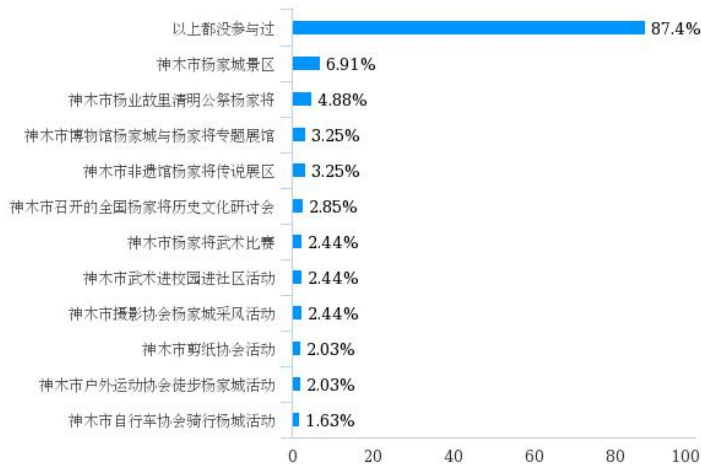


图 3.33 陕西省外受众对神木杨家将文化传播活动线下参与情况统计 (据笔者调查数据)

省外受众对于传播的评价与省内的评价不同，一般占 47.97%，不好和很不好占 18.7%和 3.25%；好占总数的 17.48%。少数很好占 12.6%。省外受众由于接触不到，很多留言显示没有了解，也无法评价和给出建议。

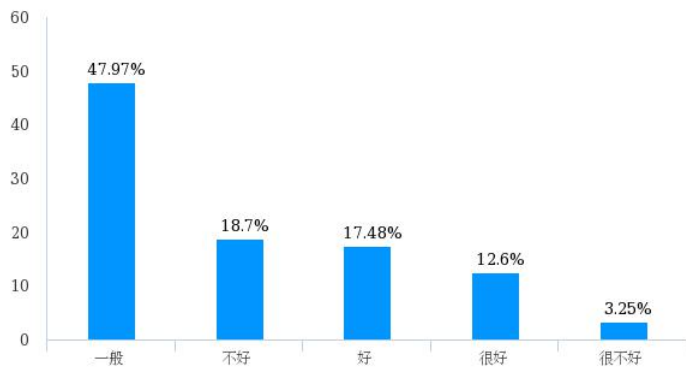


图 3.34 陕西省外受众对神木杨家将文化的传播活动的评价统计 (据笔者调查数据)

4 神木杨家将故里文化的传播存在的问题

神木杨家将故里文化在政府的大力支持下得到了保护和开发的重视,推动了其进一步发展,但是在传播方面仍存在很多问题。虽然在本地居民群体中宣传状况良好,但是深度和广度有限,陕西省内其他地区以及外省受众都知之甚少;在宣传渠道上,虽然在传统媒体和新兴媒体上同时进行,但是在受众在新媒体的获取比例却很低,新媒体平台没有得到有效的利用;同时,神木市的杨家将故里景区修建缓慢,缺乏基础设施的建设,无法大规模进行文旅的互动;文化的传播也尚未形成品牌化。基于以上认识,本章节将对一些具体问题进行阐释与分析。

4.1 传播力度不够

杨家将文化作为我国爱国主义精神文化的一部分,杨家将的精神被人民所铭记下来,其知名度在我国国内是家喻户晓;神木市杨家将故里文化作为杨家将文化的一部分,在国内却知之甚少,由此可见是神木市关于杨家将文化的传播力度欠缺,表现为内容的深度、频率以及辐射力不够。如图 4.1 显示,受众对于杨家将文化的各个内容大家都有大体了解,受众在电视剧、电影、历史故事和传说方面是了解最多的,而在关于神木本地特色的杨家将故里文化了解而言,有 31.09% 对与以上宣传的内容不了解如图 4.2 所示。

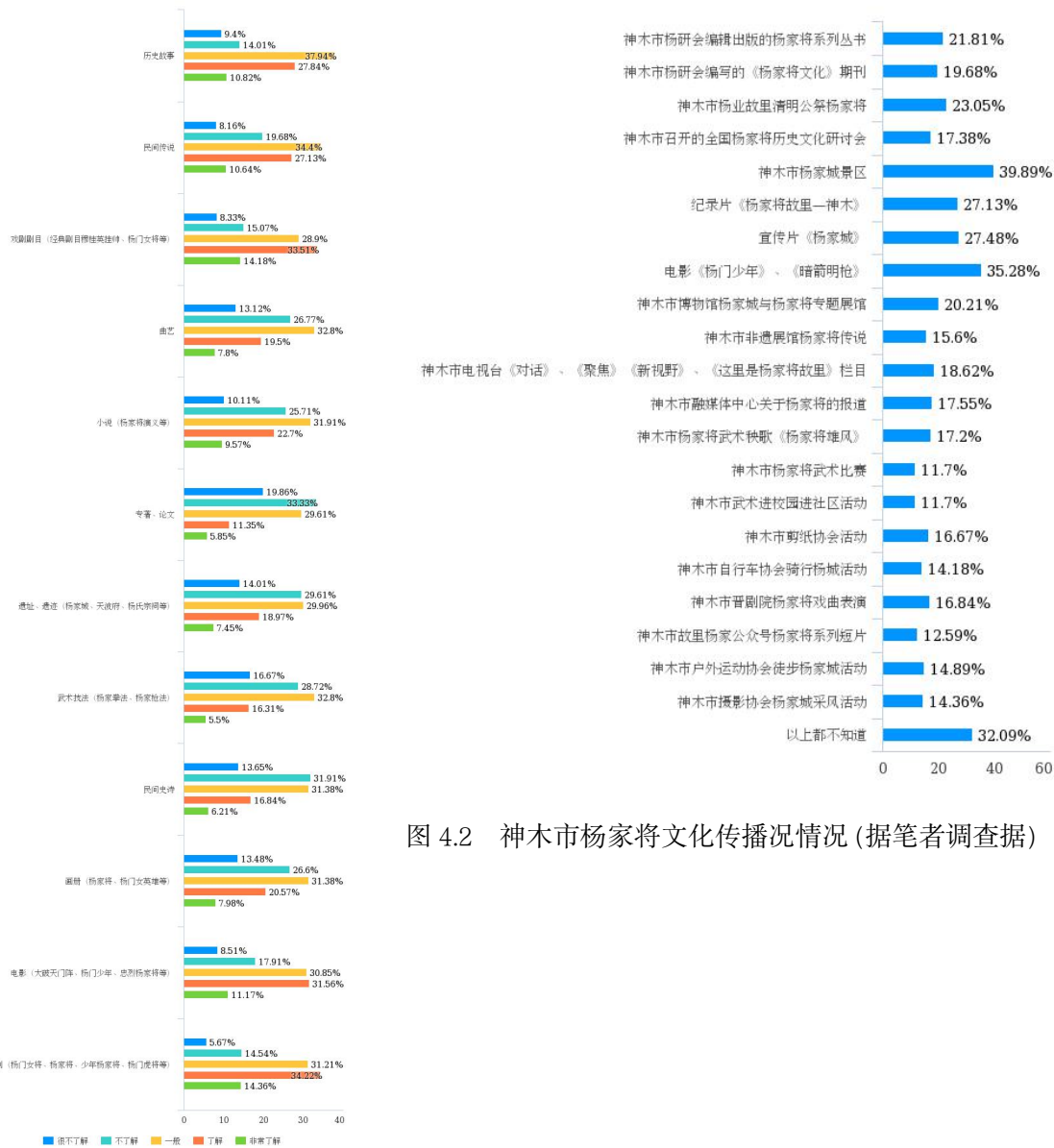


图 4.2 神木市杨家将文化传播情况 (据笔者调查据)

图 4.1 受众对于杨家将文化的知晓情况图 (据笔者调查数据)

由此得知，并非是杨家将文化的知名度不够，而是针对于神木乃是杨家将故里的史实传播力度欠缺。笔者在问卷调查中问受众对神木杨家将故里文化的传播建议时，大多数受众提到宣传力度不佳，如图 4.3 所示笔者以关键词的形势展现受众建议。

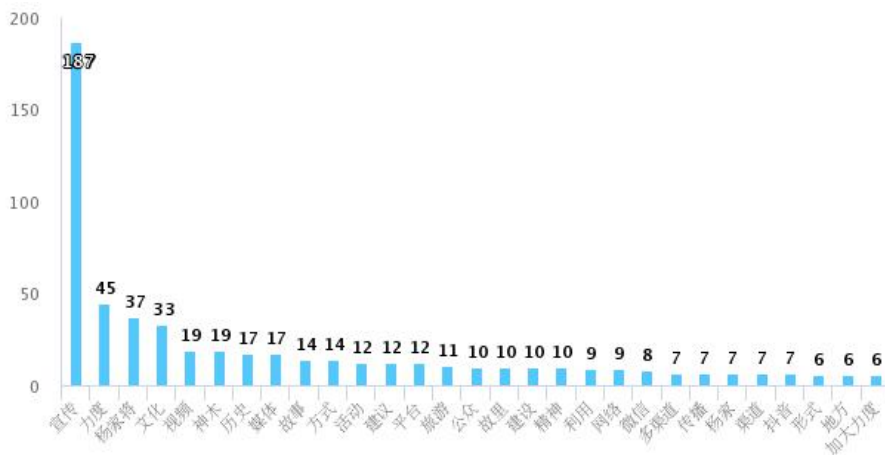


图 4.3 受众对神木杨家将文化传播建议表

笔者在神木市关于杨家文化传播的各个新老媒体进行了解，传统媒体只是在杨家城有活动时候才会进行报道，虽然之前有做过关于杨家将文化的节目，但是也是前两年的事情，未能持续跟进，本来传统媒体的受众就相对较少，时间久了人们难免遗忘，没有形成体系化的传播。新媒体虽然涉及的平台多，但是有些平台并没有很好的去运营，存在发布作品少、粉丝量少、点击率和播放率较低个别平台也只是注册空壳，并没有发布任何信息，并不能产生广泛的影响。

4.1.1 专业传播人员的缺失致使传播质量受限

神木杨家将故里文化传播中主要的机构和团体有杨研会、杨家城指挥部以及融媒体中心，但是现在对外传播的责任主要移交给了杨家城指挥部。根据笔者的走访了解，杨研会主要负责在学术界关于史实的论证和传播；杨研会仅有马安亮主编负责宣传方面的工作，马主编在退休前是神木县人大的人员，在文字的撰写和编辑方面具有较高水平，在《杨家将文化》期刊的编辑上即显示出马主编的编排能力。但必须注意的是，地域特色文化的传播要做到大众喜闻乐见，不能仅仅局限于学术圈。融媒体虽然有专业人员，但因现在主要的宣传单位为杨家城指挥部，故融媒体中心仅负责把杨家城指挥部内容转载或者对杨家城的活动内容进行报道。据笔者了解，杨家将指挥部的宣传部中，只有一位非新传专业的工作人员负责杨家将故里的微信公众号、微博、抖音、快手、今日头条、哔哩哔哩、腾讯视频等媒体平台的运营。该宣传部的工作人员折彩瑞表示宣传部缺乏专业的

人员,虽然这里设施齐全,但是在专业人士储备方面有所欠缺。尤其是策划方面,需要好的方案,另外后期的剪拍也亟待加强。由此可见,目前相关传播活动推进过程中,专业人员是非常欠缺的资源。

另外,笔者还发现在杨家将文化具体内容传播过程中,数个方面均面临专业人员短缺的问题。例如,杨家将威名除了他忠勇的精神更要数的是他的武术技法,神木市关于杨家将武术有杨家枪和杨家将拳法。神木杨家将武术在传承方面目前没有明确的专职传承人;杨家将武术协会性质为民间协会,平时会员们都有自己的工作和生活,会内每个月组织大家集中训练一次。但训练期间,武协也没有开设杨家将武术的课程,虽然杨家将武术有进校园活动,但并非每个学校都有参与。杨家武术的传承单靠这种业余的模式是无法有效的传承下去,如此持续恐怕造成文化断层;杨家将传说的研究有一位 80 多岁的传承人杨文岩老先生,老先生是杨氏后裔,一直醉心于杨家将文化的钻研,但目前杨老先生年事已高,发展新的传承人也迫在眉睫;杨家将戏曲一直在神木晋剧院出演,据调查晋剧院的演员们都是专业演员,功底扎实,然而晋剧院的待遇相对较低,一些优秀的晋剧演员离开是对晋剧发展的一大损失,虽然在杨家将文化上有创新剧目,但是由于团里人才匮乏而推行困难。

4.1.2 传播渠道未能合理开发和利用导致传播范围受限

虽然杨家将文化传播在线上和线下,传统媒体或新兴媒体上都有官方的传播活动媒体看似活动丰富多样。但是经过笔者对其传播情况的了解,新媒体平台使用传播情况欠佳。见图 4.4 关于神木杨家将啊故里文化的传播活动中,受众通过电视获取是最多的,占比全部受众的 67.38%,去过旅游景区的占比 26.42,他人讲述占 25.35%,而新媒体平台的微信公众号、抖音、快手、今日头条、微博等分别占 24.65%、26.24%、16.31%、7.8%、14.01%。有些媒体甚至只是注册了账号却没有一条动态和消息。同时,多媒体平台内容相同,没有针对性的变化。

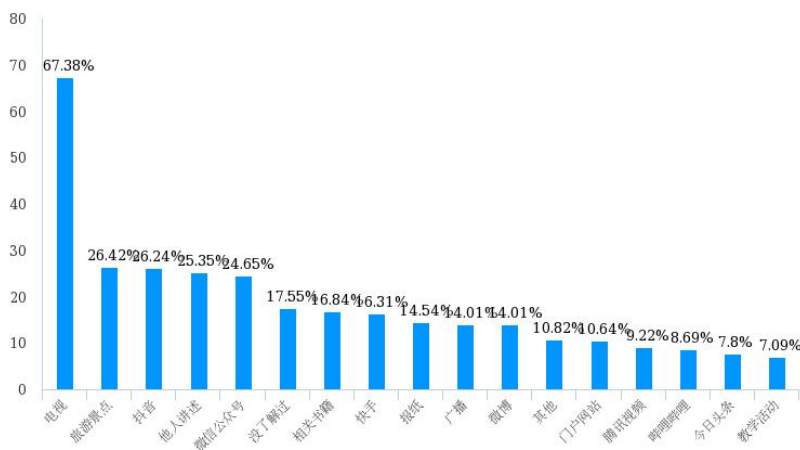


图 4.4 调查者对神木杨家将文化的传播活动了解渠道统计（据笔者调查数据）

根据第 48 次中国互联网络发展状况统计报告显示，截至 2021 年 6 月，我国手机网民规模为 10.07 亿，较 2020 年 12 月新增手机网民 2092 万，网民中使用手机上网的比例为 99.6%。网民是一个庞大的体量，而在互联网风行的现在，神木杨家将故里文化的传播竟然主要依靠传统媒体和人际传播，这必须引起我们的重视。虽然神木市在杨家将故里文化的传播上从线上到线下都有涉及，但是线下的互动体验式传播方式活动的频率较低，如每年的清明祭祀大典，这个时期来旅游的人较多，然而在此特殊的节日之外的其他时段，景区是没有相关活动的，致使人流量也逐渐降低。而其他团体如户外运动协会、自行车协会、摄影协会的采风、杨家将武术协会等民间组织也是随机组织前往杨家城，每年活动的次数有限，而且仅限本团体会员参加。传统媒体对于杨家将文化的报道不多，宣传文章大多数以杨家城建设和杨家将文化的活动为主，篇幅短小，仅限于单个事件的报道，且主要依托神木市当地电视台，并没有起到对杨家将文化的深入了解与系列播报。虽然神木融媒体中心制作了《对话》、《新视野》栏目，也仅限于现在对杨研会、杨家城建设的普及以及杨家将文化基础知识的普及，而且制作周期短，时间也短，并不能够在受众中产生太大的影响。

4.2 文化内涵挖掘不够，未实行分众化、趣味性传播

神木市是国内有名的煤都，但殊不知除煤炭资源的富有之外，更是一座蕴含悠久文化的古城。从地理位置上看，神木市位于陕西、内蒙古、山西的三省交界

处，也是古时的边陲重镇，因而文化上具有多样性和特色性。沿着历史的长河梳理，自石峁遗址为代表的古龙山文化，至古代边塞重镇的古边塞文化、杨氏宗族保家卫国的杨家将文化，再加之地理单元交汇处以高家堡古镇为代表的近代陕北黄土文化和受内蒙古少数民族习俗浸染的草原游牧文化等诸种各具特色文化在神木皆有体现。在神木市文化传播的计划中，虽然有涉及到其他文化的传播，但是并没有将几个文化区域板块组合成一个有机的整体。而关于神木市杨家将文化的传播过程中，无论是线上还是线下，新媒体和传统媒体的文化传播都比较简单，比较浅显，报道都是对关于杨家城建设的，或者关于杨家将文化的报道；其中在新媒体平台上关于杨家将文化传播的内容也大多雷同和直接转发，未做任何对其他平台的适应性更改。杨研会作为杨家将文化史实学术圈的代表，内容多以论文和史实为主，对于大多数受众而言自然是偏枯燥，而杨家将指挥部的微信公众号内容很多照搬杨研会的史实文章，在在抖音、快手等平台大多以杨家城遗址风光为背景，请人出境朗诵或者口述历史和诗词，再配以激昂的背景音乐。这些也大多出自杨家城指挥部的“杨家将故里”公众号，基本上是直接对其内容进行转发，未进行分众化的修改和适应。

4.3 景区建设缓慢，配套基础设施不够

神木市杨家将故里文化定位为“全国著名的文化旅游目的地、弘扬杨家将忠勇爱国精神的教育基地和杨氏后裔寻根拜祖圣地”，在政府和民间组织杨研会的推动下，吸引了很多杨氏后裔以及杨家将文化的爱好者，促进了杨家将与杨家城文化旅游的传播与发展。现在从文化旅游方面来看，杨家城存在景区建设缓慢，配套的基础设施不足。根据笔者走访杨家城指挥部了解到，杨家城景区于2015年1月北京建筑设计院院长刘安临一行人对杨家城景区进行就实地考察，直至2019年神木市才成立了杨家城指挥部，全面启动杨家城的保护建设工作，直至2022年3月为止，杨家城建设还在初期，并未形成规模。而杨家将故里寻根祭祖的旅游线路平时人并不多，只是在清明祭祖时才会形成旅游的高峰期。根据笔者的实地了解，道路、卫生间等都在修建当中，未能给游客提供基础的服务设施。由于文化传播没有一个完善的旅游景区作为载体，无法实现有效的文旅互动。

5 神木市杨家将故里文化的传播策略

神木市杨家将故里文化做为我国多元文化的重要组成部分，也是神木市宝贵的文化财富，对神木市形成文化产业，促进区域产业转型具有重要的意义。笔者通过此次关于神木杨家将文化传播的了解情况显示，杨家将故里文化的传播任重道远，需主要在传播的内容、传播的渠道上为突破口，同时要加大基础设施的建设，形成产业化和品牌化。

5.1 加大传播力度

神木杨家将文化的传播在本地有一定的宣传效果，但是随着地域越来越远效果便大打折扣。笔者认为，由于神木市区地域不大，即便传播力度有限，人们经过口口相传也可以达到老少皆知的效果，但是区外宣传受到多方因素影响，其效果如何可视作对传播措施的综合考量，故笔者拟从传播平台和传播者提供杨家将文化宣传的相关策略与建议。

5.1.1 加大传播的频率

神木市关于杨家将文化传播的活动在新老媒体开展，但根据笔者的了解传播频率较低。加大传播频率，带动线上、线下和新老媒体同时传播。每个传播的渠道都要定区推出传播活动和作品，高频率的亮相才会在受众心里留下深刻的印象，例如现在的受青少年追捧的“流量明星”，其高频率的出境便是为路人缘做伏笔。传统媒体如电视台要更加积极的同宣传杨家将文化的各个平台主动联系，不错过任何杨家将文化的报道契机，同时开设杨家将文化建设的专题栏目，系统全面的介绍挖掘本市杨家将文化传播和品牌打造的故事和内容，对受众进行科普教育，不间断的每周固定时间播放，打持久战直至杨家城修建工程完成；新兴媒体首先要全面开展各个平台的运营，至少一周更新2次作品；线下至少每个月按照当地风俗或者实时情况推出主题活动，促进群众的参与。

5.1.2 加大宣传和艺术专业人才的培养

神木杨家将文化的传播过程中根据笔者的走访了解到杨家将文化的专业人才缺失，神木杨家将文化传播不仅仅要大力培养传播人才，还有关于杨家将文化艺术演出人员队伍的大力建设。

神木市关于杨家集故里文化的传播渠道多样，但是在最能体现杨家将文化方式要数杨家将武术和技法、杨家将戏曲和杨家将传说。杨家将文化的不能缺少这

些在文化领域的传播。其中，神木市杨家将故里文化中杨家将传说和杨家将武术技法列入神木市的非物质文化遗产名录，文化的开发和宣传也是为了更好的保护为物质文化遗产，而非物质文化遗产的延续为文化的开发锦上添花。当前关于神木市非遗文化的传承进展缓慢。政府也没有太多的保护政策，使得非物质文化遗产现在没有起到广泛的传承。而非物质文化遗产的传承需要有人传递。杨家将戏曲同样声名远播，与《包公案》、《水浒传》、《说岳》并列为京剧宋代故事戏的四大支柱，时至今日，传统的戏台上都少不了杨家将《穆桂英挂帅》、《杨门女将》等的故事戏。但是，神木市政府现在重大开发杨家城的保护与开发，没有将这些文化元素重视。

当务之急除了杨家城的建设以外，多多重视杨家将武术、戏曲和传说等的表演形式，这些专业的表演可以在杨家城景区的外围层设立表演馆进行相关文化的输出，扩展文化内涵，增添文化趣味。文化的传承单靠业余是无法实行有效传播的，要建立专业的“非物质文化遗产学院”专业、培养文化传承人，打造承认队伍，全职的对文化传承，以此为职业，全面推进。

神木市杨家将故里文化具有一定的地域性，熟知范围较小，所以在传播上要加大投入。除了对专业艺人的传承人才建设以外，更重要的是专业的传媒人才的培养。笔者在问题阶段提出，神木市杨家将故里文化的传播现在状是主要由杨家将文化研究会、杨家城指挥部和神木市融媒体中心进行传播。其中杨家将文化研究会在前期杨家将文化的传播起到开创性和奠基石的作用。杨研会召开首届全国杨家将文化研讨会，邀请国内各高校的专家和学者研讨得出杨家将的故里在神木这一定论，从学术界和史实上确定了杨家将故里就是在神木，使得杨家将故里的定位名正言顺。并且从2009年开始出版《杨家将文化》的期刊至今，一直在学术界为杨家将文化的传播作出贡献，文化期刊在国内外传播，很多海外的专家和学者也在该期刊上投稿；同时杨研会编撰的杨家将系列存书也为杨家将文化的传播具有深远的影响。但是在现在的新媒体和其他的传统平台在传播上传播欠佳。目前，应该多多培养专业型的宣传人才，扩展传播的辐射度。

因此首先是杨家城指挥部招聘专业的传播类人才，主要以文案策划、拍摄、剪辑、后期等为主的专业人才，据了解现在杨家将故里的宣传中大多数以无人机拍摄杨家城遗址风光和简单的运镜为主要的宣传模式，传播形式单一。加大对杨家城的传播力度和传播效果，充实传播内容。其次，对传播人员进行杨家将文化

的培训和普及。只有当你深入了解杨家将文化，才能设计出适合它的传播方案和表现形式。制约了传播的吸引力和知名度的扩大。由于杨家城指挥部属于政府部门，在任用人员上要通过严格的文化考试，这就造就了在选择人才方面偏理论性和应试性，希望不拘一格降人才，在招聘人员上拿专业的作品说话，考试以一个宣传策划的方案设定或者现场拍摄为招聘的方式，而非纸上谈兵。

5.2 文化资源的深度挖掘和分众化、趣味化传播

神木杨家将故里文化鲜为人知，甚至作为神木市本地人只知道神木市是杨家将的故里，但是对于杨家将文化却不甚了解。广大受众也是文化传播的主力军，所以受众要首先对杨家将文化了解、熟知和认可基础上对杨家将文化的传播是顺水推舟。因此首先要对杨家将文化进行广泛的普及，可以将神木市杨家将文化的课程纳入当地的学习兴趣班，纳入课外活动、开展杨家将文化知识的比赛活动等。

在当前的神木市杨家将故里文化的传播中显示，除去专业的《杨家将文化》期刊，大众传播的渠道中文化的传播过于简单和枯燥。抖音和快手本是人流量巨大的已短视频为主的视觉冲击的传播模式，却以和缓的表现形式诵读杨家将的人物功绩，也没有挖掘到杨家将文化的深刻内涵，比如关于杨家城的介绍，时间短暂但是不具有内在吸引力，比如说杨家城依山而建，地势险峻易守难攻的优势地位，却没有突出，因为画面的表现形式也很一般，内容也较为笼统，所以视频便一划而过。在视频的制作上要挖掘深度，详细展示文化特征和内涵。表现形式更加生动形象。

5.3 构建线上线下一体化、新媒体立体传播平台多维度全方位

笔者从上一章节写到，杨家将文化的传播力度不够，在本章的传播效果章节有具体分析到从杨家将文化故里神木本地、陕西省除神木市以外地方以及其他省份的传播渠道来看，在神木市本地依靠传统媒体电视以及人际传播的方式较为普遍；陕西省内则是电视居多占 65.15%，微信公众号也人说不少占 30.3%；而省外电视比重下降占 58.94%，抖音平台是省外受众获取信息的新媒体平台主要阵地。可以得出传播的渠道有限，且新媒体的不受时间地域限制的优势并没有得到有效的利用。因此导致杨家将文化在省内其他地方以及其他省的传播效果受限。所以神木市杨家将故里文化走出去最重要的途径就是打通全方位、立体式的传播渠道。

5.3.1 线上传播

结合目前线上传播现状以及调查数据，笔者以为线上传播要兼顾新老媒体。传统媒体虽然在新媒体时代受到冲击，但是传统媒体的权威性却不容小觑。网络传播亦真亦假，受众习惯性在传统媒体寻求确认，所以也是有一定受众基础。同时传统媒体也在追随时代的脚步，如由于汽车的广范普及使电台焕发新的活力，在传统这块也不能忽略。张家界的声名远播也得益于天气预报的广告投入。

新媒体作为当今宣传力度最大，辐射范围最广的传播平台，要好好利用才能实现神木市杨家将故里文化在全国范围内的有效传播。虽然新媒体平台跨越时空界限，传播范围广，但是并不代表这只要上传就能获得有效的结果。应该注重在不同的平台使用不同的传播方式，适用各个平台的受众喜好。文化的传播不仅仅要依靠官方平台的一己之力，我们更需要的是发动广大受众，以人民群众为文化的传播者和推广者。而在这么多广大的人民群众中也需要广泛撒网，然后重点培养。新兴的网红都是我们值得与之合作的对象。在短视频领域如抖音和快手，一些顶级网红的粉丝量达到千万，信息的传递也在一夕之间，虽然之前杨家城指挥部也有请当地的网红朗诵诗歌，但是具有地域性，并没有产生很大的影响。在民俗软文的推广上微博是最佳的平台，微博的流量大、门槛低而操作简单赢得广大网友的青睐，而且旅游的微博账号多，以文字和图片为主要的阅读方式适合民俗类的文化宣传；而且可以与微博的旅游大V合作加大神木杨家城的曝广度。除此之外，当地政府的领导可“直播带货”，加大感染力度。

5.3.2 线下传播

线下传播注意多举办参与性强的活动。以皇帝故里景区为例，虽然有20多处遗址，但是由于资源整合不完善，除了在拜祖大典的那一日人潮涌动以外，其他时候都冷冷清清，出现“热大典、冷景点”的趋势。现在杨家城也出现类似的情况，为了避免此类发生，杨家城应该整合文化资源，结合地域文化如每年的节庆多举办活动来吸引受众，比如杨家将武术表演、杨家将鼓、杨家拳、杨家枪等特色文化，又加之古麟州地处边塞，有着骑射活动的开展基础。同时也要加强与旅行社的合作，神木市处与三省交界，与其他地方的旅游文化相比特色突出，别具一格，在当下快节奏的生活当中，适宜推出杨家城一日游等观光活动，促进文旅互动。还可以创建杨家将文化研学班，促进爱国主义教育基地的发展，让少年

儿童从小就感受杨家将忠勇爱国的氛围。

5.4 加快景区建设，规避文化产业陷阱

神木市关于文化产业的投入做了一定规划，在2020年4月8日的神木市第一届人民代表大会第五次会议中神木市市长李市书的工作报告中提出，目前神木紧紧围绕“一山二水三城”的文化旅游框架体系运行，但是文化产业转型速度缓慢，游客慕名而来却发现只是空有名声而无可以体验和旅游的实体，所以当务之急是要加大文化产业建设。尤其是在建设中一要注意文化旅游空间的合理营造。针对文化旅游空间的合理营造。可以参考享誉全球的莎士比亚故里小镇布局。而且要注重文化建设的文化内涵。

全国各地都在兴起抢占故里文化资源的大潮，从而打造旅游文化产业，但是许多地区的旅游园区趋于雷同，形成了没有特色、利益最大化、无内涵的一时的文化产业，不注重长远的发展，属于竭泽而渔的行为。在王晓静和刘士林的《名人故里开发建设中的问题研究》^①和关于《陷阱与突围：论莎士比亚故里的保护与开发》^②中的梳理显示，现在故里文化的文化产业经济都存在以下3点问题，1 政治搭台，经济唱戏，文化为辅的不合理管理和运营模式。2 粗放建设和过度开发的思维模式。3 空间布局的不合理分布。希望杨家将故里在修建时及时规避以下3点普遍性的问题，并且针对问题提出建议，从而实现文化产业的持续传播。

建立分权管理模式。现在的名人故里的管理模式有以下两种；一种是当地政府管理。容易造成机构臃肿，人才匮乏和保护利用后劲不足等情况；二是由企业管理。企业管理容易出现唯利是图，对文物保护不当，与当地的居民有矛盾。所以在名人故里的管理和运营上要有机的结合，建立文化与产业的平衡机制，将社会利益和经济利益兼顾。即要分权管理，政府不直接管理文化单位，而是将具体的管理事物交给非政府机构，二者形成制约机制。政府可以对重大事项进行决策，集中业内的各个专家团队进行顶层设计，为文化产业的发展给予指导性的作用，这样不够外部因素影响保持其独立性。其次非政府机构进行日常的运作管理，最好由职业的文旅专业进行管理，非政府机构要根据政府给出的发展方向进行执行和实施。在日常的吸引游客、设施建设、服务等方面以专业的管理模式进行发展。这样实现宏观调控、微观自主的额管理模式。

① 王晓静,刘士林.名人故里开发建设中的问题研究[J].中国名城,2019,(03),58-62.

② 肖波,陈泥.陷阱与突围:论莎士比亚故里的保护与开发[J].山东大学学报(哲学社会科学报),2016,(04),63-70.

注重文化内涵的展现，不过度依靠物质载体。开发者只注重了外在物质载体的开发和修建却没有将文化的本质发扬。不能只依靠名人效应就可以就地数钱，文化产业的发展不仅仅是一个文化故里的旅游景点那么简单，更多的是要依托文化内涵的衬托。杨家城景区的发展是要将文化从物化到活化。比如杨家城景区除了是边关重镇，也是杨家将的故乡，杨家将们也是人，也有他们生活的时代背景和生活方式，要从实际出发，考虑当时的背景时代，让人身临其境的真实感。不同的场所展示不一样的风貌。比如当时的烽火台如何的传递信息，如何防御；从小习武的地方，要的枪法、拳法；当地是边塞，风俗文化都有什么影响和体现。注意与游客们参与式互动，景区要多多举办互动，吸引观众们来参加。

空间布局的合理分布。针对文化产业的合理分布可参考莎士比亚故里的分布模式。当前国内名人故里普遍的文化产业有：景区模式、商场模式、品牌延伸模式，通常表现为在景区的出口或者名人故居的附近建设购物城或者餐饮一条街。这些模式有一定的经济效益，但是商业气息浓厚，给受众不好的体验模式。在针对次问题上景区应该顺应文化消费的规律与特征，合理布局，按照文化产业中核心产业、外围产业和相关产业的层次分布。比如将杨家将文化的核心内容杨家将故居、练兵场、炮台、烽火台等分布在不同的方位，在空间上相互呼应，构成文化产业的核心层。其次以核心产业来吸引外围产业；比如说杨家将文化的核心产业是故麟州城，几代杨家将守卫城池，则外围层位来根据杨家将武术表演，杨家将阵法来演绎杨家将的武术文化。杨家将故里文化纪念品则设立在与故居参观紧密相连。当名人故居的核心层与外围层产生吸引力之后，可以开发一系列的配套性休闲产业。如古代客栈、驿站、和餐饮，以仿古式和仿古代边陲重镇式的多样性风格修建休闲场所。

5.5 探索产业之路，打造特色文化品牌

品牌一词源于古挪威语的“brandr”，意为“打上烙印”。如今品牌用以识别与其他竞争对手的区别、产生溢价和产生增值的无形资产。文化品牌是指源于某一文化事象或文化产品或文化活动或文化服务。它除了具有商业属性外还具有意识形态属性，自身凝结着深厚的、独特的文化内涵。打造文化品牌是提升文化知名度的关键所在；文化品牌是地方文化和精神的载体；文化品牌还是地方软实力的体现。

众所周知神木市除了以煤炭资源著称，就是全民免费医疗和十二年义务教育，这些都归功于神木市的“黑金”。资源型的城市可以在短时间内获得资本的原始积累，但是一旦资源用尽，之前依靠资源的工业将一瞬间崩溃。美国哈佛大学教授塞缪尔·亨廷顿在《文明与冲突?》中指出：21世纪的竞争不再是意识形态的竞争、经济形态的竞争、军事的竞争，而是文化的竞争。^①所以神木市在除了以资源和工业的转型之外，要加大文化产业的投入，实现产业优化，塑造区域特色文化品牌。遵循文化品牌的发展规律，对区域文化资源进行评估整合，确定文化品牌战略规划与发展模式，聚焦核心文化品牌价值，推进文化品牌建设并融入商业模式进行运作，深度拓展和大力推广。

首先整合文化资源，明确区域特色核心文化品牌定位，打造多元文化品牌共同发展。神木市历史文化资源深厚，有以石峁遗址为代表的古龙山文化，古代边塞重镇的古边塞文化、杨氏宗族保家卫国的杨家将文化，地理单元交汇处以高家堡古镇为代表的陕北黄土文化和受内蒙古少数民族习俗浸染的草原游牧文化等诸多各具特色文化。神木市关于神木的文化旅游宣传中文化品牌定位混乱，有“神奇神木”也有“杨家将英雄故里”的宣传。在线下的旅游宣传活动中更是以网红打卡地为主要吸引点而没有突出区域文化。在诸多文化中笔者以为以杨家将文化故里作为区域文化品牌的定位。石峁遗址为代表的古龙山文化虽然名声显赫，但是毕竟时代久远，文化内涵的深度挖掘需要时间，不能满足及时的商业价值。《平凡的世界》的播出使以高家堡古镇为代表的陕北黄土文化在国内风靡一时，但是神木市并非典型的黄土文化代表，而且延安在黄土文化领域已占有一席之地。其次古边塞文化和草原游牧文化均在其他地方有代表典型，所以杨家将故里文化的独特性是神木市的核心文化。神木市建立以杨家将文化为核心，同时以边陲区域时代发展为主线，营造多元的特色边陲时代缩影的区域文化共同发展。其次，推进品牌的商业化运作。品牌商业化运作重点是要打造特色文化产业。文化产业的建立离不开品牌研发平台、品牌融资平台、品牌营销平台的相互协作。品牌研发平台是指由政府出面，引进国内外科研机构及高校的专业力量，给予创建区域品牌所需的技术、产业、市场及咨询策划的综合性资源平台；品牌融资平台是由政府发起，呼吁神木市各级企业给予解决项目资金问题；而品牌营销平台是由政府

^① Huntington-Samuel.The Clash of Civilization? [M].Foreign Affairs.1993-summer.

主导统一策划宣传，对内整合全市的传播组织和平台协同文化企业共同宣传，对外加强与其他市的区域合作战略。同时要深入发展产业链，美国发达的文化产业离不开文化品牌的运营和塑造，神木在文化品牌的塑造上政府要积极鼓励市民发展文化产业，打造精品文化；建立杨家将文化产业的奖励机制，政府给予政策、资金方面的扶持。积极打造杨家城景区，完善基础设施，打造 5A 级景区，加强神木市与其他周边区域在旅游业方面的联合互动。同时发展以杨家将文化为代表的衍生产业，如杨家将的书籍、影视、文创、饮食、服装、游戏等。政府还应该在法律法规上建立健全知识保护机制为杨家将文化的传播保驾护航。最后，深层和大力宣传。“酒香不怕巷子深”已不适应如今的快节奏的社会。重视文化传播的影响力和辐射力，打造立体化全面化的传播平台，尤其注重现在的新媒体宣传造势。

6. 总结

文化的传播是推动我国文化软实力发展,促进我国经济发展转型的具有重要意义。神木杨家将故里文化传播,跟随时代的脚步,从重经济轻文化转变为大力发展文化产业的变为神木杨家将故里文化的发展提供可能,也为神木市这一典型的资源城市转型提供文化支撑。笔者采用访谈法,走访神木市各个杨家将文化传播的机构和组织,就从传播主体、传播内容、传播渠道了解现在神木杨家将文化的传播现状,采用问卷调查法对受众和传播效果进行调查。

在笔者的了解中发现神木市杨家故里文化的宣传中还存在以下问题:以杨家将文化为代表的杨家城建设速度缓慢,至今都不能够初具模型,在此上很大程度制约了杨家将故里文化的发展速度,甚至有所牵制宣传的力度。当前加大力度宣传力度欠缺,专业的传播人员缺失、多途径的传播渠道并不能够合理的开发利用造成传播辐射力小以及群众们的文化意识淡薄。针对提出的以上问题笔者给予相应的对策。1.在神木市杨家将文化的传播上首先要加快速度打造杨家城,加快基础设施的完善;2在文化传播方面要加大宣传力度,从加大传播频率、加大抓也人才队伍的建设、构建完整的传播体系等。3深入发觉内涵和内容,具有深度;在文化整合方面要与神木市其他文化资源整合,形成空间上的相互呼应,4形成完整的文化产业链,打造属于神木市的地域品牌。

神木市杨家将故里文化的传播推进了非物质文化遗产的保护,也更加丰富了杨家将文化,促进了我国文化产业的发展,更加顺应新时代潮流,在神木市这样典型性的资源城市进行产业转型的示范和经验,以当地天然的文化作为新的经济增长点,推动文化产业的发展,创建独特的文化品牌,促进了文旅的发展,也为其他资源性城市在以后的经济转型和文化产业的发展提供经验借鉴。

参考文献

(一) 学术著作

- [1]顾全芳.杨家将历史与传说[M].北京:科学出版社,2012
- [2]杨文岩.古麟州与杨家将[M].陕西:陕西人民出版社,2012
- [3](宋)李焘.续资治通鉴长编[M].北京:中华书局,2004
- [4]李裕民.全国首届杨家将历史文化研讨会论文集[C].北京:科学出版社,2008
- [5]张小兵.陕北历史文化与杨家将文化学术研讨会论文集[C].西安:陕西人民出版社,2012
- [6](宋)欧阳修,宋祁.新唐书[M].北京:中华书局,1978
- [7](宋)欧阳修.新五代史[M].北京:中华书局,1974
- [9](元)脱脱.宋史[M].北京:中华书局,1977
- [10](元)脱脱.辽史[M].北京:中华书局,1974
- [11](清)徐松.宋会要辑稿[M].北京:中华书局,1957
- [12](清)吴广成.西夏书事[M].北平隆福寺文奎堂,1935

(二) 学术期刊

- [1]蔡连卫.杨家将故事的形成及原因[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2013(4):40-45
- [2]蔡连卫.从史书看杨家将事迹在南宋的传播[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2021,44,(03):50-59
- [3]田志光,王柚程.两宋史家的修史观及其时代特征[J].史学史研究,2019,(04):20-30
- [4]任莎莎,汪建兵.杨家将故事的核心文化内涵与影像化呈现[J].电影评介,2017,(18):32-34
- [5]李爱军,司徒尚纪.杨家将文化的起源、扩散和地名分布[J].热带地理,2008,(02):193-198
- [6]杨凡.论杨家将故事中的女性形象[J].新余学院学报,2015,20,(01):97-99
- [7]裴效维.杨家将故事的产生与嬗变[J].徐州师范大学学报,2005,(01):35-42
- [8]秦璇.天波杨府与杨家将文化的传承和发展[J].兰台世界,2015,(16):68-69

- [9]孙丹,傅功振.论杨家将文化精神、价值取向及现实意义[J].咸阳师范学院学报,2011,26,(05):81-84
- [10]石麟.杨家将故事的流变及其文化积淀[J].内江师范学院学报,2009,(11):9-14
- [11]松浦智子.关于杨家将五郎为僧故事的考察[J].明清小说研究,2009,(04):27-41
- [12]顾全芳.杨家将研究中的几个问题[J].河北学刊,1983,(03):66-69
- [13]肖波,陈泥.陷阱与突围:论莎士比亚故里的保护与开发[J].山东大学学报,2016,(04):63-70
- [14]阚如良,刘晗,孔祥德,张晓燕.屈原故里文化旅游资源开发研究[J].资源开发与市场,2013,29,(12):1323-1325+1305
- [15]于雪梅.新经济时代下文化与经济的融合之路——德国北威州文化产业发展经验解读[J].德国研究,2005,(02):55-59+79
- [16]王晓静,刘士林.名人故里开发建设中的问题研究[J].中国名城,2019,(03):58-62
- [17]李洪雄.民族区域文化产业可持续发展策略研究——德国北威州文化产业发展的经验借鉴[J].吉首大学学报(社会科学版),2011,32,(02):154-156
- [18]郑宇飞.基于非物质文化遗产视角的屈原文化旅游开发对策研究[J].经济研究导刊,2009,(32):76-77
- [19]高迎刚,丛晓煜.城市文化品牌塑造原则与路径探析[J].艺术百家.2019,35,(06):58-62
- [20]张友臣.发达国家文化品牌培育经验探析[J].东岳论丛.2010,31,(12):144-146
- [21]王建南,方忠,陈伟雄.打造文化品牌、提升福建文化知名度的思路和策略[J].福建论坛(人文社会科学版).2014,(05):131-135

(三) 学位论文

- [1]林文.明代“杨家将”小说女性形象研究[D].福建师范大学,2008
- [2]蔡连卫.“杨家将”小说传播研究[D].山东大学,2006
- [3]杨帆.神木市杨家将故里文化主题公园景观规划设计研究[D].西安建筑科技大学,2019
- [4]杨凡.杨家将形象演变及文化意义研究[D].陕西理工学院,2016
- [5]韩玉梅.杨家将武术的挖掘整理与发展对策研究[D].陕西师范大学,2019
- [6]刘丹阳.以文化旅游为导向的遗址保护与利用研究[D].西安建筑科技大学,2014

[7]乔晓敏.山西代县杨家将祠堂建筑研究[D].山西师范大学,2017

[8]冀媛春.《杨家府演义》研究[D].集美大学,2016

(四) 网页

[1]杨家将文化研究会 [Z]

<http://www.yjjwh.com>

[2]神木市人民政府网 [Z]

<http://www.sxsm.gov.cn>

附录

传播者的采访提纲

杨家将文化研究会（杨研会）采访提纲：

- 1.什么时候成立的
- 2.哪个部门带头牵动的
- 3.研究会成立的初衷是什么
- 4.成立至今咱们研究会主要做了什么
- 5.取得了什么成果
- 6.《杨家将文化》什么时候开始发行
- 7.发行情况
- 8.稿子内容来源（专业性如何解释）
- 9.是否盈利？资金来源
- 10.杨家将文化的内涵以及体现
- 11.文化内涵的与时俱进及体现
- 12.神木身上哪些特质是杨家将文化的体现
- 13.除了期刊和书籍以为我们有举行什么活动吗，传播的方式还有什么
- 14.新媒体传播有哪些
- 15.传播的内容是什么，以及发布的次数等，浏览量怎么样
- 16.进行新媒体运行的人是专业的吗
- 17.神木杨家将文化发展中的困境是什么，有什么需要改进的地方
- 18.之前没有发展杨家将文化或者没有发展起来的原因是什么
- 19.杨家将公祭时间，意义。参与的人群，等具体情况
- 20.未来对于杨家将文化的发展有什么规划

杨文岩（杨弘荣即杨业同宗父亲杨弘信弟的第47代孙）采访提纲

- 1.您与杨家将的关系
- 2.什么时候、怎么知道自己是杨家将的后代
- 3.从哪些渠道开始了解杨家将的
- 4.从事杨家将文化研究多久了，是什么原因让您开始研究杨家将

- 5.都做了什么
- 6.您理解的杨家将的文化内涵是什么
- 7.您及您的家庭在哪些方面体现
- 8.哪些品质是您觉得最值得传承下来的
- 9.新时代杨家将精神的解读
- 10.现在杨家将文化传播存在什么困境，哪些方面需要改进

杨家将太极武术协会（神木市教育体育局）

- 1.神木时候成立的
- 2.在谁的支持下成立的
- 3.太极和杨家将武术的联系
- 4.成立的初衷是什么
- 5.团队规模以及人员构成
- 6.协会成员是专业学杨家将武术的还是？如何传承的
- 7.有没有培养杨家将武术传承人
- 8.如果没有后面有没有培养的计划
- 9.关于杨家将武术进行的主要活动是什么
- 10.在哪里举办
- 11.取得了什么成就
- 12.广大人民群众参与的有什么

杨家将文化传播调研表							
采访单位				被采访者			时间
宣传内容				通过什么方式			宣传效果
						受众	
						人数	
						年龄	
						职业	
						人数	
						年龄	
						职业	
						人数	
						年龄	
						职业	
						人数	
						年龄	
						职业	
传播途径							
网站	公众号		传统媒体		抖音		
快手	今日头条		哗站		微博		
运营人员是否专业	人数		是否有运营经验				
传播内容							
传播的不足及需要解决的问题							

杨家将故里文化传播现状调查问卷

亲爱的朋友:

你好!感谢您百忙之中抽出时间来填此问卷。此问卷是为了了解杨家将故里文化的传播现状,根据情况给予有效的传播方式和建议。我们在全中国展开此项调查,以不记名方式进行,将对统计资料保密。您的回答将为我们提供重要的参考数据,请按照您的意愿如实填写。十分感谢您的理解和支持!

1 您的性别: [单选题] *

A 男

B 女

2 您的年龄: [填空题] *

3 您的学历: [单选题] *

小学

初中

高中

大专

本科

研究生及以上

4 您是陕西省人吗? [单选题] *

是

不是 (请跳至第 6 题)

5 您是陕西省神木市人吗 [单选题] *

是

不是

6 您知道杨家将的故里吗? [单选题] *

知道

不知道 (请跳至第 8 题)

7 您知道杨家将的故里在哪里 [填空题] *

8 您去过陕西神木吗? [单选题] *

○去过

○没去过

9 您了解过以下杨家将文化的哪些内容? [矩阵单选题] *

	很不了解	不了解	一般	了解	非常了解
历史故事	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
民间传说	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
戏剧剧目 (经典剧目穆桂英挂帅、杨门女将等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
曲艺	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
小说(杨家将演义等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
专著、论文	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
遗址、遗迹 (杨家城、天波府、杨氏宗祠等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
武术技法 (杨家拳法、杨家枪法)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
民间史诗	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
画册(杨家将、杨门女	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

英雄等)					
电影 (大破天门阵、杨门少年、忠烈杨家将等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
电视剧 (杨门女将、杨家将、少年杨家将、杨门虎将等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10 您知道以下哪些内容 [多选题] *

- 神木市杨研会编辑出版的杨家将系列丛书
- 神木市杨研会编写的《杨家将文化》期刊
- 神木市杨业故里清明公祭杨家将
- 神木市召开的全国杨家将历史文化研讨会
- 神木市杨家城景区
- 纪录片《杨家将故里—神木》
- 宣传片《杨家城》
- 电影《杨门少年》、《暗箭明枪》
- 神木市博物馆杨家城与杨家将专题展馆
- 神木市非遗展馆杨家将传说
- 神木市电视台《对话》、《聚焦》《新视野》、《这里是杨家将故里》栏目

- 神木市融媒体中心关于杨家将的报道
- 神木市杨家将武术秧歌《杨家将雄风》
- 神木市杨家将武术比赛
- 神木市武术进校园进社区活动
- 神木市剪纸协会活动
- 神木市自行车协会骑行杨城活动
- 神木市晋剧院杨家将戏曲表演
- 神木市故里杨家公众号杨家将系列短片
- 神木市户外运动协会徒步杨家城活动
- 神木市摄影协会杨家城采风活动
- 完全不知道

11 第 10 题罗列出的您通过哪些渠道了解到以上内容的？ [多选题] *

- 电视
- 报纸
- 广播
- 门户网站
- 抖音
- 快手
- 微博
- 微信公众号
- 哔哩哔哩
- 今日头条
- 腾讯视频
- 相关书籍
- 他人讲述
- 教学活动
- 旅游景点
- 其他
- 没了解过

12 您参与过以上哪些内容 [单选题] *

- 神木市杨业故里清明公祭杨家将
- 神木市杨家城景区
- 神木市召开的全国杨家将历史文化研讨会
- 神木市博物馆杨家城与杨家将专题展馆

- 神木市杨家将武术比赛
- 神木市武术进校园进社区活动
- 神木市剪纸协会活动
- 神木市自行车协会骑行杨城活动
- 神木市户外运动协会徒步杨家城活动
- 神木市摄影协会杨家城采风活动
- 没参与过

14 关于杨家将文化您最感兴趣的是哪些内容 [多选题] *

- 杨家将的历史故事
- 杨家将的民间传说故事
- 杨家城古麟州（古麟州城）的历史故事
- 杨家将的武术和枪法
- 杨家将的忠勇爱国精神
- 杨家将的戏曲
- 杨家将小说
- 杨家将画册
- 杨家将遗址遗迹
- 杨家将专著、论文

13 您觉得神木市杨家将故里文化的宣传怎么样？ [单选题] *

- 很不好
- 不好
- 一般
- 好
- 很好

15 您认为关于神木是杨家将故里，今后通过下列哪种方式宣传更为有效？ [多选题] *

- 现场武术表演
- 秧歌表演
- 戏剧演出
- 博物馆展馆

- 文化馆非遗展出
- 电视
- 报纸
- 抖音
- 微信公众号
- 今日头条
- 他人讲述
- 剪纸活动
- 摄影摄像展
- 其他
- 小说或相关书籍
- 广播
- 门户网站
- 快手
- 微博
- 视频 app
- 教学活动
- 学术论文研讨会
- 遗迹、遗址

16 您对神木市杨家将故里文化的宣传有什么建议 [填空题] *

后 记

开始写后记也就意味着三年的硕士研究生生涯即将结束。期间的学习和生活历历在目。从入学那天起我便开启了新征程，感觉一切都是美好的，带着满怀的憧憬与期望来到财大，虽然疫情也如影随形了快三年，但是学习生涯仍旧充满阳光。感谢母校的培养，让我遇见更好的自己。

首先要感谢我的导师蓉蓉老师，无论在学习还是生活上，像姐姐一样关心和指导，从来不会让你觉得压迫和压抑。记得当初选导师时一眼就选定了老师，怀着无限的崇拜和敬仰成为蓉蓉老师的学生。我的心里导师一直是一个闪闪发光的人，内外兼修，美貌与智慧共存，也是我一直渴望成为的人，并以此为目标努力奋斗。在论文上，我的导师不厌其烦的为我修改问卷和文章，一次又一次，而且非常细致的指出问题。在生活的问题上也会很用心的解决，还给我们传授了很多的人生经验，屡爆“金句”，幽默风趣，遇到我的导师是我的荣幸。

其次感谢母校的培养，感谢给予授课的每一位老师。风度翩翩的杨晓峰院长；和善可亲的黄建军老师；为学生学习尽心尽责的张淑芳老师；气质不俗的王亚炜老师；还有一个大男孩的张翼老师；还有端庄美丽的王玉珍老师；都孜孜不倦的给我们传授知识，不管是学习还是社会的为人处事。真心的感谢老师们对我的谆谆教诲，感谢母校给予的每一个锻炼的机会。

感谢我的父母，我的家人们。这读研这件事情上他们给予无限的支持，让我自主的选择自己想要的人生，想走的路。在论文中的采访环节，感谢大舅帮我联系每一个调研对象，使我的信息采集能够顺利进行下去。

在考研、读研的动力中最要感谢的是袁頔，生命中遇到你是我最美丽的邂逅，一直鼓励我考研，在读研期间也一直很关心我的学业。你让我的生活看见不一样的风景，带着我变得更好。

感谢研究生期间遇到的同学们，尤其感谢我的三位舍友，三位人美心善的小可爱们，给了我无限的欢乐，在我生病时候也给予了我悉心的照顾，遇见你们真的非常开心。温柔可爱的蓉蓉子我们宿舍的颜值担当，承包了我三年的休闲娱乐；勤学好问爱钻研的一凡是我们宿舍的学术担当，经常给我看东西不一样的视角、挖掘更深层次的解读；璐璐是我们宿舍的工作和生活的实力担当，看似酷酷、男孩子般的爽朗背后却有着温柔和细

感谢同班同学们的相互关照。感谢网易云和微博，在写论文最疲惫的时候给予心灵的寄托。

研究生期间去的最多的也是最喜欢的，就是学校的图书馆和学习氛围，清晨的图书馆静谧又和谐，碰着天气好的时候一米阳光斜射进来整个自习室都被点亮。每个同学都在认真的学习，不吵不闹，没有一点喧嚣，仿佛岁月静好，每个人都在闪闪发光；每个人身上都为自己的目标努力着，一直激励着我前进，这就是青春的样子。这段时光会是我以后最怀念的日子，也最怀念当时能够安静下心去做一件事情。

一切都是最好的安排，感谢三年遇到的种种，经历的种种，都是我人生的动力。离开母校，我将要遇见更好的自己。祝福我的母校熠熠生辉，我的老师们桃李满天下，也祝福我的同学们顺顺利利，我和我的家人们平安喜乐。

写于一直陪伴我的财大图书馆

2022年5月20日