

您现在的位置： 首页 >> 副刊 >> 文化产业

大众传媒：旅游产业发展的强力助推器

2013年07月15日 09:07 来源：《中国社会科学报》2013年7月15日第475期 作者：赵红艳 浏览：次 我要评论 字号：大 中 小

【核心提示】大众传媒是旅游营销的主要载体，在大众媒体的构建式传播中，旅游被打造成时尚、流行和高品质生活的象征符号，成为现代社会的一道文化景观，使旅游产业在物质属性获得极大发展的同时也拥有了精神属性。



■展现佛山历史文化和古镇风情的铜雕作品“秋色——舞草龙”。

申小红/摄

从众多产业中脱颖而出的旅游业，因满足了人们追求健康时尚和旅游地发展经济的双重需求而进行得如火如荼，旅游信息的传播也成为必然。大众传媒是旅游营销的主要载体，在大众媒体的构建式传播中，旅游被打造成时尚、流行和高品质生活的象征符号，成为现代社会的一道文化景观，使旅游产业在物质属性获得极大发展的同时也拥有了精神属性。

最新文章

中国社会科学院召开党的群众路线教育实践活动…



本报讯（记者邓之湄）日前，中央召开党的群众路线教育实践活动…

- 川大召开座谈会 纪念抗美援朝胜利
- 多国学者研究揭示 弗洛瑞斯人与
- 在线教育或改变人才培养理念
- 历史学者需具当代情怀
- 马雅可夫斯基诗歌朗诵会在京举行
- 粤琼社科界探索城镇化合作机制

热点文章

最多阅读

最多回复

- 联合国停止执行在朝鲜的人道援助
- 叙利亚反对派遭遇困境 大批外
- 奥巴马默克尔戈尔巴乔夫拒绝出
- 解放军六代机即将问世 美日战
- 维修期间迁出列宁遗体的问题将
- 俄举行大规模战略核力量演习
- “北德文斯克”号首次对地面目
- 首尔成功试射可摧毁朝鲜地下掩
- 朝鲜：可与韩国共享核武器
- 美军方不顾日民众抗议仍强行试

订阅

新闻邮件

欢迎订阅中国社会科学新闻邮件产品

输入您的E-mail地址

订阅

注册为会员可免费享受更多新闻邮件

报刊

中国社会科学报

中国社会科学

历史研究

中国社会科学(英文版)

国际社会科学杂志

中国社会科学文摘

数字报订阅

同属于信息密集型产业，大众传媒与旅游产业具有本质属性的相似性和发展路径的互补性。

首先，大众传媒的宣传属性和信息覆盖能力为旅游业搭建了更广阔的发展平台。旅游经济发展的核心在于旅游资源的独特性和吸引力，而旅游资源的不可移动性特征需要借助媒介展现其魅力，大众媒介的多元化符号传播模式恰恰提供了这一平台。此外，相对于其他产业而言，旅游产业受外界自然因素和社会因素的影响更为明显，相同的旅游产品在不同季节价格会有很大变动，因此，旅游产业对信息的需求标准更高，而大众媒介在提供信息的及时性和准确性方面具有得天独厚的优势，大众传媒超时空、跨地域的传播特性使其成为旅游业营销的首选渠道。

旅游业的资源丰富性又为大众传媒注入了新的发展血液，直接促进了大众媒介的风格定位和品牌塑造。旅游成为现代人的生活方式与时尚追求，与旅游相关的信息成为“内容为王”时代大众媒介拉近与受众距离的有效途径。旅游信息丰富了媒体内容，也使大众媒介在获得经济回报的同时，牢牢把握了观众的注意力，既实践了以受众为本位的新闻理念，又掌控了舆论的导向权。

旅游产业发展的助推器

在旅游产品鳞次栉比的时代，“酒香不怕巷子深”的营销理念已不适用，在产业竞争中，拥有最大口径的宣传渠道是获胜的根本条件。因此，大众传媒在旅游产业发展中的助推作用之一就是宣传，通过影视作品、专题片、广告等形式介绍旅游产品的地理位置、风格特色，体现旅游产品独特的魅力。此外，还要在宣传中实现“食、住、行、游、购、娱”旅游业六大基本要素的有机整合，为游客全程旅行提供及时、全面、有针对性的信息，满足游客多方面的需求，实现旅游资源的优化组合、效益最大化。

大众传媒在旅游产业发展中的助推作用之二体现为监督、规范。产业的发展大都遵循着由自由化向规范化的演进路径，旅游业属于新兴产业，自身在管理体制上尚存在诸多不完善之处，相关的规章制度也未健全，这就为一些违规、违法操作留下了监管的漏洞。加之目前我国旅游产业尚未实现一体化管理，各地在管理方式与发展理念上存在较大差异，导致旅游市场呈现明显的梯次化布局，整体而言相对混乱。在此背景下，大众媒介发挥了其社会公器的舆论监督作用，通过正反两方面的报道，弘扬典型、曝光瑕疵、打击不法现象，促使旅游产业由混乱走向规范化。

产业发展的关键在于其可持续性，大众传媒的体制化传播可促进旅游产业的品牌化和后续发展，这是大众传媒对旅游产业的又一推动作用。当前，旅游产业的发展已纳入旅游地的城市形象塑造和地区经济发展的整体规划中，作为事业体制重要组成部分的大众传媒在地区的发展中责无旁贷，甚至对当地支柱性旅游业的宣传已成为媒体的重要任务之一。相对于商业化的营销团队，大众传媒拥有更加规范的传播队伍、更专业的传播设备、更坚实的受众基础、最强的公信力和权威性。通过影视作品、专题片、广告、名人访谈、专家评论等多种形式，大众媒体全方位、立体式地在受众心目中塑造当地旅游业的形象，再凭借其无孔不入的渗透式报道强化这一主题，通过信息的持续送达，快速提升该品牌的知名度及受众对其的认可度。

助推旅游产业发展的后续式思考

大众传媒在旅游业发展中的助推优势得天独厚，为强化这一助推作用，以下几点不可忽视。

首先，大众传媒报道的可信度是确保旅游品牌持续性发展的前提。由于旅游资源的不可体验性，受众完全凭借大众媒体以多元化符号手段打造的拟化美感建立起对景区的期待和向往，从而实现由看客向游客的角色转变。而受众体验之后的真实满意度是与期待值成反比，与期待实现值成正比的，因此，如果大众媒体的事先宣传夸大其词，过于美化旅游产品，造成受众过高的心理期待，而在真实旅游过后感觉期待并没有实现，就会产生强烈的心理落差，甚至产生逆反心理，对该地的所有旅游产品一概排斥，从而产生恶性循环。因此，大众媒体信息的真实性和对于旅游产品宣传度的把握，是决定该品牌可否持续性发展的关键因素。

其次，将新媒体传播手段纳入大众媒体的旅游报道、打造信息化旅游产业是时代的必然要求。当前，以计

算机、网络、通信为支柱的新型媒体形态正在以空前的影响力冲击和改变着现代社会。加拿大学者麦克卢汉曾言“媒介即讯息”，一种新型媒体形态存在的真正价值并不在于它传播的真实讯息是什么，而在于这种媒介形态的出现在多大程度上重塑了人们的观念与行为。以互联网、手机为代表的“新媒体”颠覆了千百年来人类的交流模式，触动了人类的精神本质，甚至成为人类文明演进的临界点。作为新兴产业的旅游业应尽快把握这一契机，汲取各种新媒体的优势资源为己所用。

第一，利用网络媒介实现旅游信息的无缝隙传播。相对于传统媒体，网络媒体的本质性超越在于其实现了传播的跨时空性。利用网络媒体，可以打造无边界的媒体信息发布平台，在全国乃至全球范围内实现联网式传播，并且可以实现不同旅游资源的信息共享，构建统一的规范化的旅游行业管理信息网络系统。

第二，利用手机媒体打造贴身服务型旅游传播系统。手机被称为“带着体温的媒体”，其便携性、伴随性突破了网络媒体的终端限制而成为年轻人的新宠。在进行旅游信息传播时，可针对手机媒体的特点以更为短小精练的形式进行信息发布，开发适合手机查询、反馈的信息服务系统，实现24小时贴身服务。

第三，发挥户外新媒体在旅游传播中的名片效应。户外新媒体指LED屏、楼宇电视、车载电视等利用数字技术或网络技术进行信息传播的户外媒体形式，由于其覆盖面广、视觉冲击力强等特点，被很多管理者纳入城市总体形象的规划范畴中。对于初到某地的陌生游客而言，初入眼帘的户外媒体往往成为该地区的第一张名片。因此，可利用富于美感、主题鲜明的户外媒体形式进行旅游信息的传播，在游客心目中塑造积极的印象。

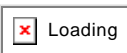
传播彰显着时代精神，旅游则是现代人向往自由、时尚、健康的精神符号。大众媒介赋予了旅游产业兴盛的时代必然性与消费合理性，旅游产业的如火如荼则成为大众媒介文化构建能力的完美诠释。大众传媒在成为旅游产业强力助推器的同时，也实现了自身社会效益与经济效益的双赢。在大众传播迈入信息化时代的背景下，旅游产业更应牢牢把握这一时代契机，伴随着新媒体的强劲势头进入发展的辉煌期，实现自身的腾飞。

（作者单位：黑龙江大学新闻传播学院）

转载请注明来源：[中国社会科学在线](#)

上一篇：[大众传媒：旅游产业发展的强力助推器](#)

下一篇：[理性化解城市公共设施外部性](#)



[关于我们](#) | [组织机构](#) | [编辑风采](#) | [广告刊例](#) | [征订服务](#) | [招聘信息](#) | [投稿指南](#) | [版权信息](#)

[中国社会科学杂志社](#) - [中国社会科学网](#) - [海疆在线](#) - [中国航空新闻网](#) - [人民论坛网](#)

网站备案号:京公网安备11010502020184

京ICP备11013869号-1

中国社会科学杂志社版权所有 未经允许不得转载使用 总编辑邮箱: zszbj@126.com

地址: 北京市朝阳区光华路15号院泰达时代中心1号楼11-12层 邮编: 100026