

摄影的传播力量对旅游经济发展的推动作用

李向荣

浙江工贸职业技术学院

DOI:10.12238/ej.v5i5.1039

[摘要] 新时代旅游产业的欣欣向荣促进了营销和开发等各式商业手段的发展,其中摄影就是推动旅游经济发展的重要媒介之一,所以怎样借用摄影的传播力量来加速旅游产业发展,是当代旅游行业所面临的一大难点。本文以摄影传播视角为出发点,浅析摄影传播与旅游产业间关系,并分析了摄影传播文化对旅游产业发展的影响现状,最终提出摄影传播进一步推进旅游产业经济发展的建议,希望可以为摄影传播及旅游产业的经济的发展提供新方向。

[关键词] 摄影; 传播; 旅游发展; 经济推动

中图分类号: F59 文献标识码: A

The Communication Power of Photography to Promote the Development of Tourism Economy

Xiangrong Li

Zhejiang Industry & Trade Vocational College

[Abstract] The prosperity of the tourism industry in the new era has promoted the development of various commercial means such as marketing and development, among which photography is one of the important media to promote the development of tourism economy, so how to use the communication power of photography to accelerate the development of the tourism industry, is a major difficulty facing the contemporary tourism industry. This paper with photography perspective as the starting point, analyze the relationship between photography communication and tourism industry, and analyzes the influence of photography culture on the development of tourism industry, finally put forward photography to further promote the development of tourism industry economy, hope that can be for the photography communication and tourism industry economic development provides a new direction.

[Key words] photography; communication; tourism development; economic promotion

引言

旅游行业的蓬勃发展依靠特定地点的独有景色、民族风俗或者当地文化魅力的挖掘而形成的一种特殊产业,这一产业的经济的发展也能够帮助提高当地居民的收入水平,并进行国家的传统文化大量宣传,从而吸引世界各地的游客来欣赏当地传统美景、文化和风俗习惯。如今旅游产业的整体发展已经不单靠发放传单、优惠券等传统方式进行统一宣传,更多选择摄影的手段拍摄大量富有当地特色的产品、景色,充分发挥互联网的独特优势,将图片内容发布至世界各地。这种依靠摄影的传播能力吸引游客注意力,推动当地旅游快速发展的做法已经成为了当下旅游业的一种主要营销方式。

1 浅析摄影传播与旅游产业间关系

如果游客们通过旅游的方式探索自然风景名胜和社会历史价值,那么摄影就是这种探索的记录和整理。众所周知,摄影可

以帮助历史名胜更加耀眼夺目,也可以通过其传播速度使新发掘的旅游地区声名远扬,摄影的直观呈现、方便快捷等优势使其成为宣传旅游行业的最佳方式之一。与此同时,摄影还助力推动旅游行业经济发展,并把传统文化为更多人熟知以及发扬光大。

1.1 摄影对旅游经济发展的重要性

中国作为拥有几千年文化的强大国家,地域辽阔且人口众多,在天然地理环境优势下迸发出许多缤纷多彩的文化和数不胜数的自然景观,以传统观念来看,国内的旅游产业如不依靠营销手段也可以自然引起大量游客注意并前来观赏,但随着时代的进步发展,人们思想水平大量提升,那些具有浓厚文化特色且独特的旅游之地、拥有特有风格的名胜古迹、自然化的大好河山更加吸引游客的注意。由此可见一些当地的普通旅游景点,很难吸引外地人驻足,从而体现了营销手段的重要性^[1]。随着互联网与通讯设备的快速普及,加之大数据的推波助澜,大量中小

型景区进入了网友视线内,部分不为人知的景区得到了发掘与推广,所以越来越多的旅游产区纷纷效仿,利用摄影的传播速度为其宣传景区特色,例如山东许多海洋馆就是通过摄影的技术展示馆内可爱生物其活泼友好的一面,从而赢得许多家庭、女性、老人等游客群体的喜爱,为该地的海洋旅游产业的经济发展带来正向效果并且推动了当地其他旅游景点的积极发展,由此可知,摄影的正向传播对旅游经济发展具有十分重要的意义。

1.2 旅游行业发展过程中摄影宣传的普遍做法

当摄影成为旅游产业宣传方式中相对积极有效的方法之一时,大量旅游企业通过与博主、知名摄影师合作等方式加大园区摄影力度,发挥网络的宣传优势,不仅有效带动了当地经济的快速发展,同时向游客展现了当地特色传统和风俗习惯等中国独有文化,促进中华传统文化的代代传承。当前摄影人员联合旅游企业推动旅游产业发展对策数不胜数,最为常见的是以提升企业景区知名度为目的,拍摄可以记录下美好瞬间的图片或短视频,并选择可以证明它是特色景区的游客图片,或举办摄影节和摄影展览等大型比赛,将周围省市景区的特色文化和独特景色通过比赛的方式展现在普通群众眼前,从而吸引众多普通摄影爱好者、喜好旅游的民众、商家和一些自媒体等。旅游景点的文化特色通过这些方式反复展露在世界人民面前,其知名度得到大范围的提升,为当地的旅游产业迎来了更多喜好者,最终实现经济方向的蓬勃发展。

1.3 摄影传播在发展旅游产业预想达到的理想效果

随着当代旅游商业模式的更新交替,游客逐渐欣赏通过摄影的方式获得的未加工过的旅游宣传照片,这种原始图片可以给予人视觉上的震撼,使网友通过照片的景色就能感受到风景宜人的景区、联想到处在景区内时的心旷神怡、以及面对传统文化时内心的自豪感和充实感,这些直观和真实的感受可以给予观看者心灵的冲击,从而吸引更多游客来访^[2]。由于手机的广泛普及,摄影本身就与人民的日常生活紧密联系,并且文化的多样性可以创造众多摄影领域作品,从而让游客百看不厌,每次宣传都能体会新的感觉,由此可见摄影传播带来的效果过于理想和完美。

2 当前摄影传播对旅游产业发展的影响

随着新时代的生活节奏加快和人类精神需求的提升,游客在整个旅途中更加注重自然气息的氛围和感受,如果当地民族和地域文化远离城市生活、更加具有乡野味道,这将更加吸引大量旅游爱好者的参观到访。这些景致不仅吸引了大批摄影爱好者来记录祖国的大好河山、名胜古迹,也吸引许多的民宿爱好者放松身心、体会慢节奏的舒适生活,同时也推动着当地旅游产业的进一步发展。由此可见,摄影艺术的传播与旅游产业的宣传模式相结合可起到相辅相成的作用,会对推动经济社会发展具有显著的现实影响。

在中国幅员辽阔的土地上,有着几千年的文化习俗和丰富多彩的民族文化旅游资源,这些都是摄影爱好者的珍贵素材,所以摄影对旅游产业发展的影响力逐渐扩大,国内大量旅游景区

利用摄影的宣传方式从而名扬天下,甚至使一些小众的无名小镇一夜闻名。例如江西三清山的名扬千里,就是江西当地报刊的一位摄影记者在山下农民的辅助下,爬上三清山,随后在上海举办大型影展使其从默默无闻到走向世界。或者是哈尔滨的冰雪大世界,也是每年以摄影为媒介大肆宣传,并举办国际摄影节、摄影展,吸引冰雪爱好者、摄影爱好者慕名前来,最终年年实现游客爆满的场面。又如贵州在2008年举行的以多彩贵州·中国原生态为主题的国际摄影展览,这次大展为宣传贵州文化以及推动旅游产业的发展起到积极影响,成为贵州经济向前发展的重要推手。

近年来,中国摄影家协会与多地旅游企业合作,积极组织协办大型摄影节或摄影大赛,以此宣传企业形象,提高旅游景区的关注度。通过摄影家协会的积极帮助,国内外众多摄影家、摄影爱好者、旅游者和民俗亚文化传承者都可以了解到小众景区的魅力,同时也为各界人士提供了一个展示、比拼的舞台,进而实现旅游产业宣传目的和当地经济、文化产业的全面发展^[3]。由此可见通过摄影这种传播媒介,不仅可以提升旅游地域在海内外的知名度、美誉度和影响力,为国内文化旅游产业的发展发掘潜在市场,还能增强旅游企业的品牌宣传效果,同时也推动自然生态的保护、发展与传承。

3 通过摄影传播推进旅游产业经济发展的具体建议

3.1 提高摄影师的制作潜能

一个事物从每个角度观察都会展现不同的视觉效果,如若创造出更多受大家喜爱的作品,就必须以多种角度去诠释作品的美感。所以优秀的摄影者要想拍摄高质量作品就需要具备一双善于发现美的眼睛。例如摄影师在旅游景区的不同地点、时间段、天气中去重复抓拍某一美景瞬间,虽然期间会产出大批量的废品图片,但通过摄影者持之以恒的宝贵精神,且不畏孤独始终拍摄直至可以得到令人震撼的高品质作品。由此可见,真正优秀的成品是可以多种角度的变换,并能够引发观看者的真实感受,使其产生对图片景色的向往。摄影爱好者作为旅游宣传发展的一个主要推动者,提高摄影师的制作潜能对促进旅游业的发展有着不可小觑的作用。

3.2 给予摄影传播的政策支持

面对网络的飞速发展,旅游行业也不能停滞不前,仅小有成就便固步自封,这样将导致迎来游客的一时喜欢,随后便再次面临相同的窘迫情形,所以须制定相应国家政策来帮助摄影等宣传手段大力推动旅游产业的创新发展。以山西平遥古城为例,其之所以能够成为旅游界著名景区并连续多年成为游客首选,是因为当地政府的支持,并为其提出加速推动旅游景区经济继续发展和创新的相关政策,以及连续十几年举办中国国际摄影大展,这种政策的实施使来自国内外的许多著名摄影人士和摄影爱好者都汇聚于此,最终成功使山西平遥古城一直成为众多媒体和游客关注的焦点^[4]。由此可见政策的实施不仅可以推广当地的传统特色文化,还能宣传了当地的旅游资源、为经济资源的发展提供重要保障。

3.3 摄影与景区增设新项目

现代旅游行业发展过程中,许多著名景区在内容方向上新添许多新项目,避免一成不变的游览模式。以典型的吉林冰雪旅游区为例,吉林冰雪度假区不仅可以欣赏已经制作完成的冰雕以及滑雪场的常规滑雪活动,还设立了当地独有的冰雪节,并在当天展示节日特色食物和发放亲手制作的精美贺卡,还可以给游客进行拍照留念,提供修图等二次制作,在冰雪节当日还会开展摄影大赛,拉动当地文化和经济的发展。摄影与景区新项目的增设和相互融合的方式可以在原有只依靠摄影的宣传方式上注入新的活力,充分发挥了地区旅游资源优势和摄影本身存在的传播特性,更加得到游客的向往且实现长期,也深层次地带动了当地的经济。

3.4 举办大型摄影活动或摄影比赛

好的摄影人员可以从靓丽的独特景致、浓厚的风土人情中获得拍摄灵感,创造出优秀的作品,致使小众景区因摄影活动的开展和摄影作品的广泛传播而受到更多关注,所以更多的旅游企业逐渐开始利用摄影成为打造旅游名牌首选的宣传手段。例如在2012年平遥古城举办了以回归、超越为主题的大型摄影展览,展览秉承国际性、多元化和权威性的特色,分为304个中国展览、28个国外展览,参展摄影师大约1700余人,其国外摄影师包含约314人,展览图片近13000幅。此次摄影大展的火爆程度使平遥古城成为中外互联网和新闻媒体关注的中心,对古城的知名度起到很大的提升作用。总结来讲,平遥古城成就了摄影的同时,摄影也帮助了平遥古城的快速发展。以全世界的摄影爱好者来说,平遥古城有着丰富多彩的摄影素材,例如保存完整的明清建筑、传统服饰和风俗习惯等,是摄影爱好者的创作理想国,由此可见,摄影活动是旅游产业走向世界、使世界更加了解景区的最佳宣传方式。

3.5 利用地方特色打造摄影传播品牌

新时代的到来代表国内旅游发展来到最佳的历史时期,尽管受到疫情影响,但如果以地方文化背景为依托,充分宣扬旅游资源优势所在和摄影文化的价值观点,作为传播速度较快的网络时代摄影也可以在国内旅游产业的发展中起到重要影响和推动作用,而且能帮助地区经济健康、稳定和长远发展^[5]。例如坐

落中国东南沿海的宝岛舟山,自唐开元设县距今已有1200多年,它是国内渔场和海洋渔业的重要基地之一,有着“东海渔仓”和“中国渔都”的美称。又如佛教名山之一的海天佛国普陀山也具有深厚的佛家文化底蕴,其神秘的地方特色是进行摄影活动的不二选择,并以神圣的佛教文化在国内各大著名的风景名胜中别具魅力,这都是摄影传播的良好素材,同时又是特色旅游的宣传途径。

4 结束语

随着当代社会经济的飞速增长,人民消费水平逐渐稳步提升,多种交通工具的改良发展也促使更多年轻人越来越向往外面的世界,来一场说走就走的旅行,这种潮流形式虽然推动了旅游行业的发展,但与旅游企业相比个体户的压力相对较重,若想在行业中凸显自身特色、长期稳定发展,就更应当借助摄影传播的力量,利用摄影者制作的优美照片吸引更多人观光游览,再加之对景区项目的创新发展最终帮助自身在旅游产业有所发展、站稳脚跟。本文通过对摄影传播与旅游产业间关系进行浅析,并讲述了摄影传播文化对旅游产业发展的影响现状,同时提出摄影传播进一步推进旅游产业经济发展的具体对策,希望为未来摄影传播推进当地旅游行业的经济发展提供理论基础。

[参考文献]

- [1]孙冬玲.浅谈礼仪传播对我国旅游经济发展的影响[J].营销界,2020(15):80-81.
- [2]谢赫.浅谈数字媒体时代的摄影文化传播[J].中国文艺家,2020(12):167-168.
- [3]张智富.浅谈摄影对文化和旅游产业发展的助推作用分析[J].文化创新比较研究,2017(13):99-100.
- [4]张卫朝.地域文化传播在旅游业发展中的作用分析——以紫阳为例[J].文存阅刊,2019(06):129.
- [5]王圣锦.浅谈摄影对农村文化发展的作用[J].信息周刊,2018(29):449.

作者简介:

李向荣(1969--),男,汉族,浙江温州人,硕士学位,浙江工贸职业技术学院,经济师,政工师,研究方向:经济管理学。