

# 吉林冰雪旅游形象话语研究——兼谈外宣人才培养

张璐

东北电力大学

DOI:10.12238/er.v8i3.5917

**摘要：**本文从话语研究视角出发，探讨吉林市冰雪旅游形象的建构问题，以期为我市冰雪品牌传播与冰雪产业发展提供智力支持，为外宣人才培养提供建设性启示。研究以吉林市文旅局、各大冰雪旅游景点、宾馆等服务场所的社交媒体，公众号等为对象，分析吉林市冰雪旅游形象建构的现状和问题，并从语言学维度提出针对性解决优化策略，以期助力吉林市冰雪旅游文化建构与对外传播的提质增效，同时对培养具备国际视野、跨文化交流能力和专业素养的外宣人才也具有一定参考意义。

**关键词：**多模态话语分析；冰雪旅游；形象建构

**中图分类号：**G4 **文献标识码：**A

**A Discourse Analysis of Ice and Snow Tourism Image Construction in Jilin City -- Reflections on Cultivating Talents for Cultural Communication**

Lu Zhang

Northeast Electric Power University

**Abstract:** This article explores the construction of the image of ice and snow tourism in Jilin City, in order to provide intellectual support for the dissemination of ice and snow brands and the development of the ice and snow industry, and provide constructive inspiration for the cultivation of talents for cultural communication. The research, taking the social media news, official accounts of Jilin Municipal Cultural Tourism Bureau, major snow and ice tourist attractions, hotels and other service places as the objects, analyzes the status quo and problems of Jilin's snow and ice tourism image construction, and proposes solutions and optimization strategies from the linguistic dimension to help improve the quality and efficiency of Jilin's snow and ice tourism culture construction and communication, it also sheds light on cultivating talents for cultural communication.

**Keywords:** Multimodal discourse analysis; Ice and snow tourism; Image construction

## 引言

在“绿水青山就是金山银山，冰天雪地也是金山银山”的理念背景下，围绕吉林市“十四五”冰雪产业发展战略，聚力培育世界级冰雪产业基地，开发吉林市冰雪旅游资源，树立与宣介良好冰雪旅游形象，是吉林市拓宽经济发展的重要渠道。加强吉林市冰雪旅游形象的多角度、多层次研究也就具有了较强的理论及现实意义。

近年来吉林市大力发展冰雪文旅产业，其中旅游形象的建构与传播对于文旅产业发展至关重要，亟需多方面深入研究。本文从语言学视角切入，力图结合多方调研结果，掌握吉林市冰雪旅游形象现状，为吉林市冰雪旅游形象塑造提供可供借鉴的参考，同时也为提升吉林市冰雪旅游形象，促进吉林市文化对外传播，扩大对外宣传提供支持。

## 1 旅游形象研究的国内外发展

旅游形象是人们对其非居住地状况所持的印象，是地区旅游发展水平提升的关键因素与重要资源(Hunt, 1971)。[1]近

年来，旅游产业迅速发展，围绕旅游形象展开的研究逐渐增多。

国外旅游形象研究起步较早，在深入探讨旅游形象定义(Kim & Richardson, 2003)<sup>[2]</sup>、生成机制(Rupa & Pallavi, 2022)<sup>[3]</sup>的基础上着重关注其现实价值，通过民族志等实地考察方法获取原始数据，动态分析旅游形象建构对于旅游资源开发的意义。相较于国外，国内研究起步略晚，但伴随近年来旅游业的大力发展，也从传播学、新闻学、经济学等视角多方位展开，探讨了概念、营销方略、影响因素等内容。例如：(陈传康, 1996)<sup>[4]</sup>、(李蕾蕾, 1998)<sup>[5]</sup>作为首批将旅游形象概念引入国内的学者，在强调旅游形象重要性的同时提出了旅游形象策划的理论与方法；(许峰、李帅帅, 2018)<sup>[6]</sup>以游客心理感受和心理距离为切入点；(李莘等, 2021)<sup>[7]</sup>通过调查新媒体营销的发展历程以及与旅游目的地的融合情况。

梳理学界现有成果可见，国内外学者已充分认识到旅游

形象的重要意义并对其展开了多维研究，促进了旅游形象的认识深度。但也可看到：（1）不同学科学者对于旅游形象的探讨仍较宏观，缺乏细致的语言分析作为支撑，在形象研究话语转向（陈琳琳，2018）<sup>[8]</sup>的背景下，旅游形象的建构与传播愈发需要话语研究理论与体系的介入；（2）随着研究的深入，更为细化的区域与特色旅游形象逐渐走入研究者视野，其中对于冰雪旅游形象的研究也开始起步（刘家博，2022）<sup>[9]</sup>，但在广度和深度上仍需更多实证研究拓展。此外，伴随新媒体手段开展的形象建构与传播工作也需更为系统化的深入研究。

因此，本文选择以冰雪文旅为重要发展特色的吉林市作为研究对象，从官方和自媒体两个通道出发，从语言学角度对冰雪旅游形象进行深入研究，从而与现有研究形成补充，更好助力吉林市冰雪旅游产业发展。

## 2 吉林市冰雪旅游形象建构的话语策略

### 2.1 强化标签，打造特色

吉林市地处世界“冰雪黄金纬度带”，拥有世界一流的“粉雪”资源，为了深化“冰雪”这一核心标签，吉林市依托其得天独厚的自然条件和文化资源，开发了一系列与冰雪相关的旅游项目。例如，吉林市每年举办“吉林国际雾凇冰雪节”，通过丰富多彩的冰雪活动和文化庆典，吸引来自世界各地的游客。此外吉林市还拥有多个滑雪度假地，为滑雪爱好者提供了优质的滑雪体验；还开展了“雾凇之都”吉林市冬日研学之旅，带领小朋友观赏京剧表演；并开通了冰雪旅游公交直通线路，让滑雪爱好者直抵冰雪世界。

吉林市还注重将冰雪旅游与当地文化相结合，通过打造雾凇观赏带、冰雪景观等冰雪文娱活动，如室内越野滑雪场、冰雪爬犁、松花江冬季夜游、雾凇奇观等吸引络绎不绝的外地游客，让游客在享受冰雪乐趣的同时，也能深刻体验到吉林市独特的文化氛围。通过这些举措，吉林市不仅强化了其“雾凇之都，冰雪之城”的旅游标签，也为游客提供了一个集自然美景、文化体验和冰雪娱乐于一体的旅游目的地。

### 2.2 广用模态，提升魅力

多模态话语指运用听觉、视觉、触觉等多种感觉，通过语言、图像、声音、动作等多种手段和符号资源进行交际的现象（张德禄，2009）<sup>[10]</sup>。从多模态话语分析的宣传策略来讲，吉林市从听觉、视觉、触觉等多方面对冰雪旅游进行了宣传。从官方媒体宣传、冰雪旅游景点的官方微博、公众号、直播间、个人公众号、自媒体等途径为吉林市冰雪旅游形象塑造打造了一系列独具匠心的冰雪旅游宣传内容。

从听觉角度来说，官方媒体以及文旅账号运用悠扬的背景音乐和生动的解说词，营造出冰雪王国的活力和浪漫氛围；在声音中加入当地特色脚踩积雪的声音，增强观看者的沉浸感和互动感。通过音高、音量、声音的和谐度等听觉表达的

方式，吸引观看者为之驻足停留，同时还能提高情境建构的传播效果。

从视觉角度来说，当地政府、文旅局、地方广播电视台等官媒账号的冰雪旅游宣传视频给游客创造出身临其境的视觉效果；诚邀自媒体博主、奥运健儿、明星等参与滑雪运动；分享特色文化美食透过镜头提前领略当地风味；在社交媒体和旅游网站发布专业拍摄的冰雪景色，包括雾凇、滑雪场、雪雕、冰灯、雾凇岛等；借助短视频将具有吉林市冰雪特色的文化符号融入画面中，让游客领略冰雪旅游文化的魅力。吉林市作为京剧的第二故乡，身着传统的京剧服饰滑雪的场面将鲜活的滑雪人物形象，体现出浓厚的京剧韵味和文脉的传承。

从触觉角度来说，吉林市冰雪试验区将深入落实“冰雪丝路”创新先导区建设和万亿级旅游产业部署要求，围绕“大东山水迎天下”这一主题，依托“雾凇之都 滑雪天堂”城市品牌。<sup>[11]</sup>举办线下冰雪主题活动，如冰雪节、灯光秀等；结合京剧、二人转等文艺演出，以及雾凇宝贝互动和快闪表演，吸引游客参与并在社交平台传播；雪雕创意展为游客带来独特的冰雪乐趣；滑雪题材的首部电视剧在吉拍摄，融合冰雪旅游资源，突破圈层加深大众对吉林市的旅游文化资源的了解，更好地推广冰雪运动。

冰雪旅游形象依靠听觉、视觉、触觉等多种模态共同建构其深刻内涵，通过多模态话语的深度融合，更加生动的宣传冰雪旅游形象。

### 2.3 多语推进，促进传播

为了促进冰雪旅游的广泛传播，可以采用多种语言进行推广，全方位展示冰雪旅游的独特魅力。在互联网平台搜索相关视频可发现，吉林市官方媒体和自媒体个人均通过制作多语种的宣传视频向观看者传达冰雪运动的乐趣、冰雪景观的壮丽以及冰雪文化的丰富。例如市委网信办组织各区文旅局长运用中英双语制作短视频诚邀各地游客来吉滑雪，体验冰雪及当地民俗文化，多语表达在新媒体语境下成为传播冰雪文化的重要媒介之一。多语言服务可以让观看者在线云旅游时了解滑雪、滑冰、雪地摩托、冰钓等多种冰雪项目，使其更好地了解和参与这些活动，同时促进跨文化交流，不仅拓宽了冰雪旅游的传播渠道，还能增强跨文化背景下游客的共鸣，使得冰雪旅游成为连接和促进文化交流的重要桥梁，进而吸引更多国际游客体验精彩的冰雪之旅。这种多语言的战略布局，使得冰雪旅游正在成为全球旅游业中一个不断增长和多元化的领域。

## 3 冰雪旅游外宣人才培养的启示

进行旅游形象的话语研究不仅可以提升地区冰雪旅游文化软实力，对于相关方面人才培养也具有一定借鉴意义。为了更好地推广冰雪旅游，提升吉林市冰雪旅游的核心竞争

力和国际影响力，可以采取冰雪旅游与外宣人才培养相结合的模式。首先，可以与属地高校合作，在高校设置相关专业或选修课，培养一些具备良好外语能力、丰富冰雪旅游文化知识及外宣技能的复合型人才。选拔英语较好的大学生担任志愿者，负责接待外国游客并提供翻译服务，学生通过实践深入了解冰雪运动和当地文化，提升其外语应用能力，同时成为冰雪旅游文化的传播者。其次，吉林市依托丰富的冰雪资源，可以开展一系列国际冰雪旅游推广活动。冰雪旅游的推广可以为外宣人才提供实践平台，高校可以组织学生参与冰雪旅游活动，亲身感受冰雪文化，锻炼跨文化沟通能力，提升外宣人才的国际视野，从而更好地向外界传递冰雪旅游的价值。通过冰雪旅游与外宣人才培养相结合的模式，提高冰雪旅游的对外宣传力度，让外界了解吉林市冰雪旅游的独特魅力，还能为外宣人才提供宝贵的实践机会，实现旅游地与高校共赢。

#### 4 结语

本文以吉林市冰雪旅游形象为着力点，将多模态话语研究的理论和方法运用到冰雪旅游研究领域，从语言学角度探究了吉林市冰雪旅游形象建构与对外传播策略，从而积极推动吉林市冰雪旅游形象建构与传播，增强吉林市旅游品牌竞争力；丰富了吉林市冰雪产业的研究维度。此外，研究方法视角可拓展至其他类型的文旅资源发展研究中，助力吉林市旅游文化精髓直抵大众的思维深处，促进吉林市文旅研究的多维纵深发展。最后，本文研究内容对培养具备国际视野、跨文化交流能力和专业素养的外宣人才也具有一定参考意义。我们可以通过优化教育体系、加强实践锻炼和搭建交流平台，有效提升外宣人才的综合素质，从而更好地推广吉林市旅游资源，提升冰雪旅游形象，促进旅游业可持续发展。

#### [参考文献]

[1]Hunt, J. D. Image: A fact of Tourism[D]. Colorado State University, 1971.

[2]Kim, H., & Richardson, L. Motion picture impacts on destination images[J]. *Annals of Tourism Research*, 2003(1): 216-237.

[3]Rupa, R., & Pallavi, R. Destination Marketing: Creating Memorable Tourism Experiences[M]. Apple Academic Press, 2022.

[4]陈传康,王新军.神仙世界与泰山文化旅游城的形象策划[J].*旅游学刊*,1996(1): 48-52.

[5]李蕾蕾.城市旅游形象设计初探[J].*旅游学刊*,1998(1):47-49.

[6]许峰,李帅帅.南疆地区目的地形象与旅游者行为意向[J].*经济管理*,2018(1):156-171.

[7]李莘等.简析新媒体对旅游目的地营销的影响[J].*现代营销*,2021(12):94-96.

[8]陈琳琳.中国形象研究的话语转向[J].*外语学刊*,2018(3):33-37.

[9]刘家博.基于网络文本分析的冰雪旅游目的地形象感知——以崇礼冰雪旅游度假区为例[J].*旅游纵览*,2022(19): 6-10.

[10]张德禄.多模态话语分析综合理论框架探索[J].*中国外语*,2009(01):24-30.

[11]吉林市人民政府.吉林市政府新闻办召开吉林市冰雪试验区2024-2025新雪季新闻发布会[R/OL].(2024-11-01)[2024-12-01].[http://www.jlcity.gov.cn/yw/yw\\_tp/202411/t20241101\\_1233374.html](http://www.jlcity.gov.cn/yw/yw_tp/202411/t20241101_1233374.html).

#### 基金项目：

2022年吉林省教育厅人文社科研究项目（项目编号：JJKH20220090SK）；2024年吉林省、市社会科学联合会项目（项目编号：2456）；2023年东北电力大学教学改革研究课题（项目编号：J2354）