

乡村旅游目的地人文景观特征评价研究

——以山东省兰陵县压油沟景区为例

庄乾达*, 丁敏敏, 霍宪起

临沂大学农林科学学院, 山东 临沂
Email: *53346001@qq.com

收稿日期: 2021年7月23日; 录用日期: 2021年8月13日; 发布日期: 2021年8月26日

摘要

本文探索利用网络文本分析方法来研究和评价乡村旅游目的地人文景观特征, 促进其可持续发展。以山东省兰陵县压油沟乡村景区作为研究对象, 以美团网和携程网中关于压油沟的游客评论文本作为数据来源, 使用ROST Content Mining 6软件进行网络文本的分析, 探索压油沟乡村景区的人文景观特征和游客的情感态度评价。研究发现压油沟景区具有民宿、戏台与博物馆三种建筑景观、饮食与表演活动、乡土气息与红色文化浓厚等人文景观特征。游客对其态度呈现以积极为主, 占83.64%, 中性情绪占5.45%, 消极情绪占10.91%。并尝试通过语义网络与游客行为分析评价态度产生的原因。最后从游览人群、景区服务、景点开发、人文特色等方面提出发展建议。

关键词

乡村旅游, 人文景观特征, 压油沟, 网络文本分析

Evaluation of Cultural Landscape Characteristics in Rural Tourism Destination

—A Case Study of Yayou Gou Scenic Area in Lanling County, Shandong Province

Qianda Zhuang*, Minmin Ding, Xianqi Huo

Faculty of Agriculture and Forestry, Linyi University, Linyi Shandong
Email: *53346001@qq.com

Received: Jul. 23rd, 2021; accepted: Aug. 13th, 2021; published: Aug. 26th, 2021

*通讯作者。

Abstract

This paper explores the usage of Internet text analysis method to study and evaluate the cultural landscape characteristics in rural tourism destination for its sustainable development. Taking the Yayou Gou scenic area, in Lanling county, Shandong province as the study case, with the tourist comment texts on Meituan and Ctrip websites as the data source, ROST Content Mining 6 software was used to analyze the Internet text and explore the cultural landscape characteristics and tourists' emotional attitude evaluation of Yayou Gou rural scenic area. It is found that Yayou Gou rural scenic area has three characteristics. Firstly, the main architectural landscape types are home stay, theatre stage and rural museum. Secondly, food landscape and performance activities are popular. Lastly, local vernacular atmosphere and Red culture are rich. Tourists' attitude towards that is mainly positive, accounting for 83.64%, neutral mood accounted for 5.45%, and negative mood accounted for 10.91%. The paper also attempts to analyze and interpret the causes of attitude through semantic network and tourist behavior. Some suggestions are put forward from the aspects of tourists, scenic spot service, scenic spot development and cultural characteristics.

Keywords

Rural Tourism, Cultural Landscape Character, Yayou Gou, Internet Text Analysis

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

乡村旅游是利用乡村自然景观和乡村人文景观,吸引游客进行休闲娱乐体验活动的旅游方式[1]。乡村人文景观是乡村居民在自然景观与生产空间基础上叠加人类活动时产生的,其构成要素广义来说,分为物质要素和非物质要素[2],其中物质要素包括聚落、建筑、农业生产和基础设施,非物质要素包括生产生活方式、民俗习惯、精神信仰、文化娱乐和历史记录。对乡村人文景观特征的研究有助于乡村旅游目的地旅游吸引物的塑造、乡村景观保护和乡村经济社会发展。

目前国内针对乡村人文景观的研究根据视角和主题可分为三类。第一类研究采用价值论视角,在乡村振兴视域下关注乡村人文景观影响与价值,以促进乡村文化保护传承与振兴[3] [4] [5]。例如,孙彦斐等学者从社会关系角度探讨对乡村文化景观的积极影响及其价值的核心要素。第二类研究则从文化遗存角度出发,探究乡村人文景观塑造,空间塑造和历史资源挖掘[6] [7] [8] [9]。第三类研究开始探究在乡村人文景观要素的评价[10] [11] [12],例如雷文韬等从多个层面构建指标体系对乡村聚落景观空间特征进行评价研究[11]。上述研究表明乡村人文景观作为乡村景观的重要组成部分,充分展示了人类对地域的影响和塑造,但研究领域较少从人的感知与体验视角出发,探究乡村景观特征。在此情境下从游客感知层面探索乡村人文景观特征有独特而重要的意义。

网络文本分析的方法为旅游学和景观学研究开辟了新的研究领域,引起了众多研究者的关注[13]。尹小娜等采集关于福建三坊七巷的网络评论来研究三坊七巷的游客文化感知[14];王金凤等通过对湖南省新化县、安化县为代表的梅山文化核心地区的网络游记进行游客对非物质文化遗产感知研究[15];何琼峰以大众点评网中北京5A景区评论为例,研究文化遗产景区的满意度影响因素[16];李江敏等以恩施土家女儿城为例,研究民俗文化旅游体验研究[17];刘阳利用网络文本方法研究了广西龙脊梯田农业文化景观旅游感

知[18]。基于网络文本分析的旅游目的地的研究成果已经初具规模,研究主要集中于对景区或遗产的形象与文化感知、游客满意度影响因素、旅游体验等方面,研究区域主要集中于城市或旅游景区,对于乡村的旅游目的地的研究较少,其中将这种方法应用于乡村景观研究的更是少之又少。与传统的问卷调查、访谈等方法相比,网络空间相对自由、开放和共享的特性可以较为真实地反映游客对旅游目的地的认知和感受[19] [20]。而且随着“互联网 + 旅游”的兴起,网络文本数据更加丰富,为这种新兴的研究方法提供沃土[14]。

本文以山东省兰陵县压油沟乡村旅游景区作为研究案例,利用游客网络评价文本作为研究内容,分析压油沟人文景观特征、游客对于乡村人文特征的情感态度评价,提出压油沟景区景观发展策略。以此探索更高效的乡村旅游目的地人文景观特征评价研究方法,促进乡村旅游与乡村景观可持续发展。

2. 研究对象与研究方法

2.1. 研究对象

压油沟景区位于山东省兰陵县,北纬 35°, 东经 118°, 依压油沟老村落和压油沟水库而建,是典型的乡村旅游景区。气候为温带季风气候,四季分明。景区总占地面积约 5000 亩。景区毗邻临枣高速公路和 206 国道,交通较为便利。

压油沟景区人文景观较为丰富,其中百工坊等人文景点能体验传统手工艺,具有浓浓的历史沉淀感,承载着山村老家记忆。乡村纪念馆和红色沂蒙革命博物馆承载着乡村历史变迁和沂蒙精神。景区内有多余种不同的民宿酒店,如麦山小院、画家村、古村落民宿、爱琴海民宿,田园气息浓厚。

2.2. 研究方法

研究整体分为四个阶段(见图 1)。第一阶段为样本选取与数据收集。本文采用压油沟景区的网络评论

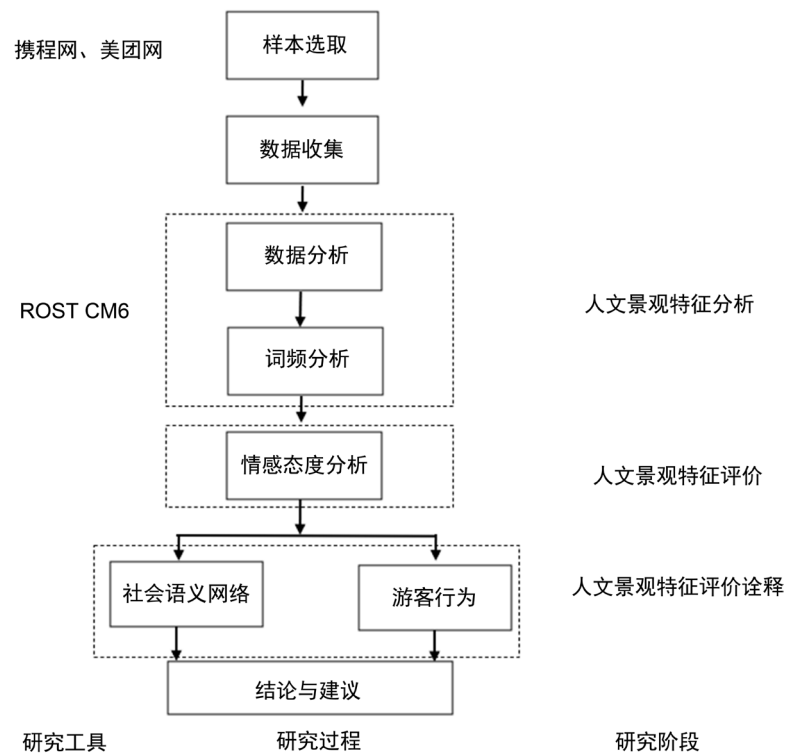


Figure 1. Research framework

图 1. 研究方法流程图

文本作为研究样本。携程网和美团网都是在国内访问量和认知度很高的旅游网站，具有购票价格优惠、涵盖旅游景点丰富、服务业务广泛等优势，相关压油沟景区的数据量较大，因此选择携程网和美团网作为数据来源[21]。

采集搜索的关键词为“压油沟”，时间范围为2017年至2020年11月，数据保存格式为TXT。结果共采集相关评论共3097条，剔除重复无意义评论1578条，最终获得有效评论1519条(见表1)。

第二阶段为人文景观特征分析。研究使用ROST Content Ming 6 (ROST CM 6)软件对压油沟网络文本进行分词，使用词频分析来探索压油沟景区的人文景观特征。

第三为特征评价阶段，使用情感态度分析工具来对其评价研究[21]。

第四阶段是对于评价的诠释，尝试从语义网络、主要游览人群和出游时间三个角度来诠释游客情感态度产生的原因。最终得出结论并提出发展建议。

Table 1. Internet text sources of Yayou Gou

表 1. 压油沟景区的网络评论文本来源

旅游网站	总评论	过滤评论	有效评论
携程网	180	10	170
美团网	2917	1568	1349

3. 结果与分析

3.1. 人文景观特征分析

将网络文本导入到ROST CM6中并最终提取到前300高频词中的人文景观高频词(见表2)。结果中多为名词，还有个别形容词。名词主要表现在游览结伴方式、景点内容，形容词主要描述游客对景区的直观感受。综合分析人文高频词，将人文景观进行概括(见表3)可得到以下三个景观特征：

Table 2. High frequency words related to cultural landscape in the first 300 high frequency words

表 2. 前 300 高频词中的人文景观相关高频词

排名	词汇	频数	排名	词汇	频数
1	孩子	61	13	煎饼	7
2	小吃	26	14	农村	6
3	家人	15	15	农家	5
4	朋友	12	16	传统	5
5	村落	12	17	小院	4
6	老人	11	18	杂技	4
7	表演	13	19	戏台	3
8	美食	9	20	红色	3
9	乡土气息	8	21	教育	3
10	十二生肖	8	22	臭豆腐	3
11	味道	7	23	博物馆	3
12	老家	7			

Table 3. High frequency words classification related to cultural landscape about Yayou Gou
表 3. 压油沟景区人文景观形象感知高频词特征分类

类目	特征词(频次)
主要游览人群类型	孩子(61)、家人(15)、朋友(12)、老人(11)
民宿、戏台与博物馆三种建筑景观最具吸引力	小院(4)、戏台(3)、博物馆(3)
饮食与表演是给人印象最深刻的活动	小吃(26)、表演(13)、美食(9)、味道(7)、煎饼(7)、杂技(4)、臭豆腐(3)
乡土气息与红色文化浓厚	村落(12)、乡土气息(8)、十二生肖(8)、老家(7)、农村(6)、农家(5)、传统(5)、红色(3)、教育(3)

1) 民宿、戏台与博物馆三种建筑景观最具吸引力

“小院”、“戏台”、“博物馆”对应的是压油沟景区内的三类建筑景观。“小院”被提及 4 次，指的是压油沟麦山小院民宿，其取自陶渊明“采菊东篱下，悠然见南山”的意境，隐匿在静谧山谷之中，远离喧嚣，自有一分悠然自得。民宿采用玻璃与木质的结合的方式，阳光充足的同时也能感受到浓浓的文化气息。麦山小院是新建民宿，独家独院设计，院内有喷泉和凉亭，独具特色。入住民宿常常排起长队，可见压油沟的民宿独特吸引力。“戏台”被提及 3 次，指是压油沟景区内的古戏台，戏台内常表演柳琴戏。柳琴戏是山东省内的特色传统戏剧，也被纳入国家级非物质文化遗产名录。该戏种在清朝末年出现在临沂一带，因演奏用柳叶琴伴奏而得名。色彩缤纷的戏服，咿咿呀呀的戏声，都给游客留下了深刻的印象。表演时间段为每天 09:00~09:30、10:00~10:30、11:0~11:30、13:30~14:00、14:30~15:00、15:30~16:00、16:30~17:00，共 7 个时间段。“博物馆”被提及 3 次，指的是压油沟红色沂蒙革命博物馆。为了让更多的人记住这段红色的历史，重温那段艰苦奋斗的岁月，加强爱国主义教育，在半山改建而成这座红色沂蒙革命博物馆。馆内收藏各类红色藏品，再经加工展览，让人不禁重温那段抛头颅洒热血的红色岁月[22]。越过一座小山头，就能看到博物馆，博物馆与村庄之间联系紧密，是村庄的村民建立了这座博物馆，赋予了它生命。

2) 饮食与表演是给人印象最深刻的活动

小吃、美食、“味道”、“煎饼”、“臭豆腐”都属于生产生活方式中的饮食。“小吃”、“美食”展现了压油沟景区内美食众多的杏花街场景。杏花街内有近百种美食，有临沂本地特色美食如“煎饼”，也有来自全国各地的美食，如“长沙臭豆腐”，民以食为天在杏花街体现得淋漓尽致。除了品尝美食，游客也会观赏和参与到各种美食的制作工艺展示。饮食的影响因素有生理因素和心理因素，其中心理因素包括年龄活动身高和体重心理因素则包括积极和消极，积极的心理促进食欲，反之抑制食欲。因游客在压油沟出游多为积极情绪，心情多为愉快放松，所以促进食欲，多次提及饮食景观。“表演”除了上述柳琴戏曲表演之外，还包括乡村动物表演，杂技表演等。动物表演有马术、斗鸡、警犬等表演；“杂技”是景区内的武术杂技和水上飞人等演出。表演节目的融入让游客除了游览观赏之外，也能感受到景区活泼的氛围。

3) 乡土气息与红色文化浓厚

“村落”“农村”“农家”“传统”是评论中出现的社会环境相关高频词，体现了压油沟景区具有浓厚的乡土气息，与对外宣传的原汁原味古色古香的“记忆中的老家”形象相匹配。压油沟景区是一个沂蒙革命老区中的小山村。压油沟所在的临沂市在战争时期是重要革命根据地，很多革命烈士在这里献出了宝贵的生命，沂蒙人民和党政军艰苦奋斗才有了现在的生活。所以压油沟景区内红色记忆浓重，游客在旅游过程中处处能感受到红色气息。“红色”与“教育”体现了压油沟景区的人文景观具有教育意义，传承了吃苦耐劳的沂蒙精神。

3.2. 人文景观特征评价

人文景观特征评价使用 ROST CM6 中的情感态度分析。情感态度分析是利用 ROST CM6 中的“情感态度分析”功能，通过对评论中的名词和形容词进行分析，从而得出游客对景区情感态度的分析方法 [23] [24]。本文通过情感态度分析来对游客情感态度做出判断，得到评论文本情感分析统计结果(表 4)。情感态度有积极情绪消极情绪中性情绪三类，本研究表明游客对压油沟景区的态度偏积极，积极情绪高达 83.64%；消极情绪占 10.91%，高度段无词汇；中性情绪占 5.45%。其中表达积极情绪的特征词主要有“值得”、“好评”，游客评价道“里面有很多小吃饭店，值得大家一去！”“饭店的特色菜挺好吃，值得一玩。”反映了压油沟景区饮食景观的丰富。比如“百工坊对于我们这些想要感受传统手工艺与乡土文化的游客来说，是很值得推荐的地方。”反映了压油沟景区传统气息和乡土文化浓厚，字里行间表达了游客对压油沟景区的满意；同时也出现了一些消极情绪，如“不值”“不好”记录了部分游客对压油沟景区的不满，反映了压油沟景区在景观建造服务方面还有不足之处。“景点较少，付费项目较多，单调，感觉不值”反映了压油沟景区景点较少价格较贵问题。“服务态度不好”反映了压油沟景区工作人员的服务态度问题。“景区内各景点位置分散，游览体验不好。”反映了压油沟景区存在景点位置分散、联系不够紧密的问题。

Table 4. Sentiment analysis statistics of Internet text

表 4. 评论文本情感分析统计结果

情感类型	分段结果			合计
	一般	中度	高度	
积极情绪	24.55%	26.36%	32.73%	83.64%
消极情绪	10.00%	0.91%	0.00%	10.91%
中性情绪	-	-	-	5.45%

3.3. 人文景观特征评价诠释

3.3.1. 语义网络分析

语义网络分析可以直观反映词组在特定意义上的联系以及文本深层次的结构关系，并通过构建网络来表现各词组之间的关系 [25]，能一定程度上解释游客的情感判断。通过语义网络分析工具，得到压油沟景区语义网络图(图 2)，核心词汇是“景点”、“景色”、“景区”、“地方”和“服务”。其结构呈发散状，体现为“核心 - 次核心 - 外围”的结构特征 [26]，过渡词汇是核心词汇的具体表现；边缘词汇是对过渡词汇的具体感受，如设施与齐全相连，说明景区内设施齐全，反映了游客对压油沟景区设施基本是满意的。设施包括交通，水利，电力，绿化，教育，卫生，文化；交通停车与方便相连，说明景区内交通顺畅，停车方便，有三个停车场，第一停车场在大门西边，第二停车场在文化广场南面，第三停车场在麦山小院民宿东面；十二生肖与动物园关系密切，十二生肖由动物园里的乡村动物进行表演；服务与周到相连，反映了游客对压油沟景区服务基本是满意的，景区内的工作人员服务态度较好，但也存在售票处工作人员服务态度较差，景区内的工作人员较少等情况，导致了部分消极情绪。通过语义网络分析能够清晰发现，游客总体上对于景区的景色、景区、服务等方面是满意的，这也解释了超过 80% 的积极态度评价；但仍存在若干问题值得改进。

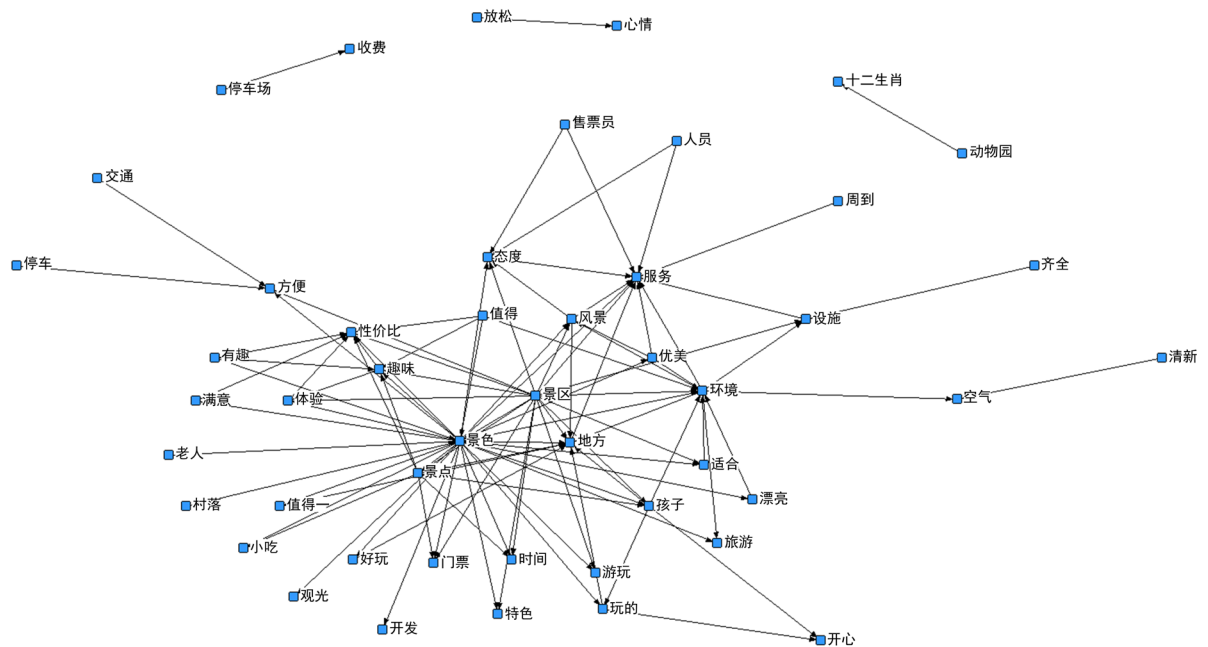


Figure 2. Semantic network analysis diagram of Yayou Gou
图 2. 压油沟景区语义网络分析图

3.3.2. 主要游览人群类型

“孩子”、“家人”、“朋友”、“老人”是与游客结伴方式相关的高频词汇，主要以家庭结伴为主。其中“孩子”一词出现次数高达 61 次，多是父母带着年龄较小的孩子去压油沟景区游玩。游客写到“带孩子的朋友一定要去儿童体验区和十二生肖动物园，孩子很喜欢”，反映了压油沟景区内的儿童体验区和十二生肖动物园能吸引孩子前来游玩。“朋友”出现 12 次，朋友结伴也是主要的结伴方式。“老人”出现了 11 次，景区的宣传形象是“记忆中的老家”，压油沟景区内有许多保存完好的传统建筑，其中百工坊能体验到传统的工艺，村落传统的生活方式更能吸引老人前来游玩；景区内建有乡村记忆馆和红色沂蒙革命博物馆，更能吸引老人去感受乡村记忆和回顾红色岁月。由此可见压油沟乡村旅游景区的对多个年龄段的游客均有较大吸引力，尤其是孩子和老人，因此积极情绪占比很大。

3.3.3. 出游时间

根据 2017 年到 2020 年不同月份下的评论数量得到评论数量折线图(见图 3)。图中反映出 7 月份评论

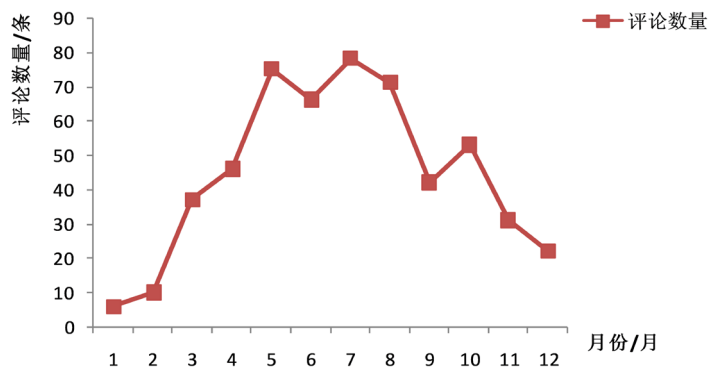


Figure 3. Number of texts by month between 2017 and 2020
图 3. 2017 年到 2020 年不同月份下的评论数量

数是最多的, 多达 78 条, 表明了 7 月份是游客去压油沟景区旅游的高峰期。5 月、6 月和 8 月游客评论数也较多, 表明了游客普遍选择在春夏季去压油沟旅游。压油沟景区作为典型的乡村旅游区, 植被覆盖浓密, 地形较为多样、水体形态多样常年不断等原因都能给游客带来良好的夏日避暑体验。1 月到 5 月依次递增, 8 月到 12 月呈下降趋势, 表明随着气温对游客去压油沟景区旅游影响很大, 但 10 月评论数又增多, 是因为国庆小长假游客闲暇时间较多会选择去景区旅游。

4. 结论与建议

4.1. 主要结论

本文通过 ROST CM 6 对压油沟景区网络评论文本进行分析, 探索了压油沟景区的人文景观特征和对其情感态度评价。利用 ROST CM 6 提取到了人文特征高频词 23 个, 发现其人文景观特征主要体现在, 民宿、戏台和博物馆三种建筑景观最具吸引力、饮食与表演是给人印象深刻的活动、乡土气息与红色文化浓厚三个方面。在旅游吸引物上, 游客关注点主要在民宿、戏台、博物馆; 在旅游服务上, 游客主要关注美食和表演; 在文化背景上, 游客关注点主要在村落特色、乡土气息。

通过情感态度来分析游客对人文景观特征的评价发现, 游客对压油沟景区的人文景观特征评价整体呈积极态度, 但也存在少量因为景点过于分散、距离较远、工作人员服务态度等原因带来的消极情绪的存在。

本文使用语义网络分析、游览人群和出游时间来尝试解释游客的情感判断的结果。语义网络能基本反映压油沟景区交通顺畅、服务周到等积极因素, 这些都是游客产生积极情绪的原因。在主要人群类型上, 出游结伴形式以家庭为主, 孩子和老人为主要的游览人群, 儿童体验区和十二生肖动物园更多的使孩子产生积极情绪, 乡村记忆馆和红色沂蒙革命博物馆使老人产生积极情绪; 在出游时间上, 季节性明显, 商铺经营受冬季寒冷天气影响, 游客更倾向于夏季出游, 在 7 月达到高峰。

鉴于以上发现与结论, 为了进一步提升压油沟景区形象, 可提出以下几点建议。

4.2. 发展建议

1) 针对游览人群, 调整经营策略。从上文可知压油沟出游主要游览人群类型包含孩子和老人, 以家庭结伴出游为主。景区可多开展能够吸引孩子和老人的文化活动; 开展以家庭为单位的亲子活动, 通过亲子活动来提高游客参与积极性, 增添家庭氛围, 吸引家庭前来游玩。

2) 优化景区服务, 提高服务水平。首先, 针对部分游客反映的景区售票处工作人员服务态度较差问题, 景区需对售票处工作人员的服务态度问题进行改善, 提供良好的服务来提升游客的满意度; 其次, 景区面积较大, 而工作人员数量较少, 需在景区内增加工作人员数量。

3) 加强人文景点开发与联系, 减小景点之间距离。压油沟景区开发建设时间短, 景区内景点有待丰富, 景点的建设需因地制宜, 切勿因过度开发而破坏历史遗迹; 针对游客反映的压油沟景区面积较大、景点距离较远问题可增加原有的观光车数量和班次, 或者增加其他的景区游览方式, 如缆车、游船等, 为游客提供更多的游览方式选择, 提高游客满意度。

4) 保持人文特色, 加大宣传力度。压油沟人文景观丰富, 需保持景区人文景观特色, 古今结合, 在传承传统文化的基础上创新, 对景区内留存的历史遗迹进行保护和开发。同时, 压油沟是近几年在政府扶贫政策支持才开始发展起来的景区, 知名度低, 需要通过网络来加强宣传力度, 可拍摄压油沟景区旅游宣传片来吸引游客; 多开展丰年大会等传统活动; 在乡村记忆馆和红色沂蒙革命博物馆内增加工作人员互动式解说, 使得游客更好地了解压油沟景区文化背景, 传播红色文化。

参考文献

- [1] 翟永真, 杨嘉欣. 浅析景观设计在保护传统地域文化多样性的重要作用[J]. 美与时代(城市版), 2015(1): 24.
- [2] 杨广荣, 郑婷婷. 人文景观在美丽乡村建设中的应用分析[J]. 安徽建筑, 2019, 26(10): 55-57.
- [3] 孙彦斐, 唐晓岚. 乡村振兴视阈下乡村文化景观的价值及实现路径[J/OL]. 江苏社会科学: 1-7. <https://doi.org/10.13858/j.cnki.cn32-1312/c.20210727.024>, 2021-08-23.
- [4] 杨小舟. 基于人文地域风情化的乡村景观设计[J]. 建筑经济, 2021, 42(7): 117-118.
- [5] 唐耀荣. 乡村振兴战略下的乡土文化价值再认识[J]. 农家参谋, 2021(14): 123-124.
- [6] 王瑞, 严国泰, 方家. 基于文化遗产的传统村落景观营建——以吉安市银圳村为例[J]. 住宅科技, 2021, 41(7): 12-17.
- [7] 袁晓梅, 朱锦心, 李凌, 关蓓婷, 刘斯曼. 传统农耕智慧下的乡村社会生态韧性——福建省南靖县世界文化遗产河坑土楼群聚落景观解析[J]. 中国园林, 2021, 37(7): 31-36.
- [8] 张琳, 贺浩浩, 杨毅. 农业文化遗产与乡村旅游产业耦合协调发展研究——以我国西南地区 13 地为例[J]. 资源开发与市场, 2021, 37(7): 891-896.
- [9] 郭永平. 文化景观、历史遗产与乡村重塑——以山西省大寨村为考察对象[J]. 北方民族大学学报, 2021(3): 79-86.
- [10] 何艳冰, 乔旭宁, 王同文, 樊良新. 传统村落文化景观脆弱性测度及类型划分——以河南省为例[J]. 旅游科学, 2021, 35(3): 24-41.
- [11] 雷文韬, 黄明华, 谢宏坤. 湘西州典型乡村聚落景观空间分异特征及驱动因素分析[J]. 中国农业资源与区划, 2021, 42(6): 146-154.
- [12] 鲍梓婷, 周剑云, 黄铎, 连晓珊, 袁媛. 省域多尺度景观特征分类体系的建立——以广西多民族自治区为例[J]. 中国园林, 2021, 37(4): 52-57.
- [13] 任艳敏. 近十年来国内基于网络文本分析的旅游研究进展[J]. 江学研究, 2020, 15(1): 38-43+52.
- [14] 尹小娜, 郑向敏. 基于网络文本分析的三坊七巷游客文化感知研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2015, 37(9): 62-66+33.
- [15] 王金凤, 田晴, 黄子奇. 基于网络文本分析的游客梅山文化感知研究[J]. 河北旅游职业学院学报, 2018, 23(2): 54-59.
- [16] 何琼峰. 基于扎根理论的文化遗产景区游客满意度影响因素研究——以大众点评网北京 5A 景区的游客评论为例[J]. 经济地理, 2014, 34(1): 168-173+139.
- [17] 李江敏, 赵青青, 王青, 伍青青. 基于网络文本分析的民俗文化旅游体验研究——以恩施土家女儿城为例[J]. 国土资源科技管理, 2020, 37(4): 58-69.
- [18] 刘阳. 基于网络文本分析的广西龙脊梯田农业文化景观旅游感知研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 桂林理工大学, 2018.
- [19] 张宏梅, 陆林, 蔡利平, 黄琢玮. 旅游目的地形象结构与游客行为意图——基于潜在消费者的本土化验证研究[J]. 旅游科学, 2011, 25(1): 35-45.
- [20] 张颖. 基于网络文本内容分析的乡村旅游形象感知研究: 以济南朱家峪为例[J]. 福建农林大学学报(哲学社会科学版), 2016, 19(2): 65-70.
- [21] 庄乾达, 庞玉玺, 刘敏, 徐梦林, 霍宪起. 乡村旅游目的地自然景观特征评价研究——以兰陵压油沟风景区为例[J]. 现代园艺, 2021, 44(15): 15-19.
- [22] Zhuang, Q.D., Zheng, G.Q., Hussein, M.K., Ariffin, N.F.M., Yunos, M. and Yazid, M. (2021) Identification of Rural Vernacular Building Character and Conservation Strategy from the Perspective of Rural Tourism—A Case Study of Yayou Gou Village in Shandong Province, China. *E3S Web of Conferences*, **251**, 3-7. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125102076>
- [23] 蔡溢, 杨洋, 殷红梅. 基于 ROST 文本挖掘软件的贵阳市城市旅游品牌受众感知研究[J]. 重庆师范大学学报(自然科学版), 2015, 32(1): 126-134.
- [24] 黄平芳, 周怡心. 基于网络游记的旅游者赏花行为特征分析[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2017, 11(4): 65-70.
- [25] 杨明, 周密. 基于网络文本分析的防城港旅游形象感知研究[J]. 乐山师范学院学报, 2020, 35(7): 32-38.
- [26] 曹新向, 李鹏. 基于网络的旅游调查分析方法及其应用初探[J]. 河南大学学报(自然科学版), 2008, 38(6): 599-604.