



OSID

基于扎根理论的旅游审美体验要素研究

——以四川美术学院虎溪校区为例

张玉联, 胡传东

(重庆师范大学 地理与旅游学院, 重庆 401331)

摘要:高校旅游开发适应了大众对优质文化产品的消费需求。以四川美术学院虎溪校区的游客网络评论为基础数据,采用扎根理论方法进行审美体验的解构,发现游客的旅游审美体验由审美感知、审美记忆、审美理解和情感表达四个维度构成。研究结果表明:旅游审美体验是在愉悦中感受美和在美享受愉悦的双向过程;校园资源环境及其艺术氛围是天然的文创旅游吸引物;生产生活与艺术创造的功能性反差利于旅游美的产生和呈现。以美术学院为旅游地的审美体验研究对丰富文旅融合的理论与实践具有参考意义。

关键词:旅游审美体验;扎根理论;四川美术学院虎溪校区

中图分类号:F592

文献标识码:A

文章编号:1008-6390(2022)02-0020-06

随着收入水平的提高、闲暇时间的增多和优质文化生活需求的增长,人们越来越注重旅游产品的文化内涵和审美价值。纵观国内外,大学校园往往因其文化吸引力和优美的环境而成为休闲旅游吸引物。20世纪90年代,国内有学者提出了高校旅游概念^[1],已有研究在高校旅游的理论梳理和高校校园旅游资源开发方面开展了大量有益的探索,但鲜有旅游审美体验的专门研究。

旅游在根本上是一种主要以获得愉悦为目的的审美过程和自娱过程^{[2]46}。旅游是追求休闲放松和感性愉悦的审美性实践,通过旅游可以体验到存在的真实和美感^[3]。旅游审美的最高境界是“主客相融”,即游客能与审美对象进行诗意的对话^[4]。“回归理性、回归真善、回归和谐、回归诗意”是旅游审美的最终归宿^[5]。当下日益兴起的艺术类高校旅游以校园环境为载体、以校园文化为灵魂,为游客提供了研学、观光和打卡等具身体验的舞台。根据网络评论数据,采用扎根理论方法,从主体参与的视角动态地研究旅游审美活动规律及其特征^[6],有其可行性和典型意义。

一、案例选择、数据来源和研究方法

(一) 案例选择和数据来源

以四川美术学院虎溪校区(以下简称川美虎溪校区)作为研究对象。四川美术学院位于重庆,是中国八大美院之一,也是西南地区唯一一所高等美术院校,现有黄桷坪校区和虎溪校区^[7]。虎溪校区强调自然生态、人文关怀、艺术情调,环境清新宜人,风格独具匠心,是文化体验、摄影拍照的最佳场所。传统与现代并存,艺术与乡村融合,川美虎溪校区符合人们对生活审美的想象,是网红城市重庆的重要网红打卡地。近年来,形成了罗中立美术馆、波浪公路、虎溪公社等著名网红打卡点,遍布的文艺气息、充满艺术感的建筑体现生活与艺术相交融的理念,在这里拍出与众不同的照片,恰恰实现了人们对生活审美的大胆想象。春天油菜花盛开时节,川美虎溪校区日游客接待量顶峰曾达到两万人次^[8]。

本研究的基础数据源于大众点评网(<https://www.dianping.com>)。与去哪儿网(<https://www.qunar.com>)、同程旅行(<https://www.ly.com>)和携

收稿日期:2021-09-28

基金项目:国家社科基金项目“三峡库区旅游扶贫风险与返贫干预机制研究”(18XSH013);重庆市社会科学规划(文旅)重点项目“新时期长江三峡国际黄金旅游带一体化建设路径研究”(2021WL01)

作者简介:张玉联,硕士研究生,研究方向:旅游开发与管理;胡传东(通信作者),博士,教授,研究方向:旅游景区管理与规划设计。

程旅行(<https://www.ctrip.com>)不同的是,大众点评网专注门票和酒店预订业务的同时也专注用户的点评,且川美虎溪校区的点评数量远超其他网站。从内容上来看,大众点评网站上对川美虎溪校区的评论图文并茂,涉及内容多,点评对象的覆盖面更为广泛(表1),评论质量明显优于其他旅游类网站^[9]。通过大众点评网收集的游客评论共计1575条,发表时间从2013年10月16日到2021年5月31日,经过粗略浏览,删除13条与研究对象不相关的点评,最终获取1562条评论。

表1 主要旅行网站川美虎溪校区评论数量		
网站	评论数量/条	高频词(词频大于6)/个
大众点评	1575	706
马蜂窝	139	352
携程旅行	39	126

(二)研究方法

扎根理论由美国社会学家 Barney Glaser 和 Anselm Strauss 于1967年提出,它是扎根于所获取的文字资料,采用严谨、规范的步骤逐级编码从而构建理论的一种典型质性分析方法,因而弥补了一般定性分析方法的不足^[10]。扎根理论研究过程易于溯源和检验,因此被认为是定性研究中最适于理论建构的方法^[11]。目前采用扎根理论的研究主要集中在旅游体验^{[12][13]}、地区旅游发展^{[14][15]}、游客行为影响因素^{[16][17][18]}等方面。本文运用 Nvivo 12 质性分析软件,以大众点评网的川美虎溪校区游客评论为数据,按照开放编码、主轴编码和选择编码的过程对评论数据进行分析。

二、游客审美体验要素提炼过程

(一)开放编码

开放编码是将资料打乱再重新整合,以开放的态度整理编码。对游客评论按其原本的面貌进行初步编码,旨在界定概念和发现范畴^[19]。利用 Nvivo 12 质性分析软件,根据开放编码的要求对游客评论进行逐字逐句处理,提取与川美虎溪校区旅游相关的语句,得到诸如“走进去就一股浓浓的艺术气息。”等1562条。由于初始编码形成的概念数量庞大并且存在语义交叉或表达类似的情况,将意义相同的语句归到同一个范畴,经过范畴化处理之后,最终形成123个初始概念。如将原始语句“特别放松又自在,像是度过了一个悠长的假期”归纳抽象为“感到放松”,将“自由漫步在绿水长青的大自然中”

归纳抽象为“感受自然”。经概念聚拢后提炼初始范畴,将“感到放松、感受自然”进一步整合,归纳进“身心体验”范畴。

通过开放编码得到14个初始范畴,分别为身心体验、惊奇体验、外部感觉、时间知觉、距离知觉、情景记忆、形象记忆、情感记忆、理解设计、理解作品、解读内涵、夸赞景色、向往生活、表达遗憾。

(二)主轴编码

主轴编码是将范畴一级一级地归类和聚集,初级范畴比较具体,归类后比较抽象,最终形成一个抽象程度从低向高递增的层级结^[20]。经过开放编码,得到的初始编码范畴比较分散与广泛,各范畴间的关联性尚不明显。主轴编码阶段围绕每一初始范畴,反复比较和深入分析范畴间的关系,根据不同范畴的相互关系和逻辑次序,将其归类,形成更精炼且具有概括性的范畴。

通过主轴编码发现14个初始范畴间的内在逻辑联系,其中:身心体验、惊奇体验、外部感觉、时间知觉、距离知觉属于审美感知的范畴;情景记忆、形象记忆、情绪记忆可以归纳到记忆范畴;理解设计、理解作品、解读内涵属于审美理解范畴;夸赞景色、向往生活、表达遗憾包含在情感范畴之内。由此,把14个初始范畴归纳成审美感知、审美记忆、审美理解、情感表达4个主范畴(表2)。

(三)选择编码

选择编码指在所有已找到的概念类属中经过系统的分析选择一个起到提纲挈领作用的“核心类属”,把所有其他的类属串成一个整体拎起来,将大多数的研究结果囊括在一个比较宽泛的理论范围之内^[21]。在经过开放编码和主轴编码之后,得到的范畴基本上涵盖了“游客旅游审美体验”的全部要素。通过对主范畴的分析,发现主范畴已涵盖原始文本里的基本要素,再结合研究主题,把“旅游审美体验”定义为核心范畴。因此围绕“旅游审美体验”这一核心范畴,构建一个由“审美感知、审美记忆、审美理解、情感表达”4个范畴形成的游客旅游审美体验概念模型。最后,用剩余300条点评进行理论饱和和检验,结果显示,模型中的范畴发展丰富,游客旅游审美体验没有出现新的范畴和关系。因此可以认为游客旅游审美体验要素模型在理论上已经达到饱和和状态。

游客发现川美虎溪校区的游览价值和吸引力,一是游客对其本身环境以及到达距离的感知;二是游客在游后撰写评价时回忆起当时令人印象深刻的

美景以及川美学子反身性回忆其在校期间的青春记忆;三是游客对川美的建筑元素和相关作品的理解,进而激发内心强烈的情感,从夸赞此地景色到向往小桥流水人家的生活,也有因为受到新冠疫情影响而未进校参观的遗憾之情。

审美感知是起点,游客进入旅游地通过身体感受和个体移动的时空知觉形成对旅游地的第一印象;

在深入旅游地探索之后,勾起游客的回忆,在对旅游地进行评价时引出游览时的记忆;通过审美感知和审美记忆,增加游客对该地利用原有地形和当地物品建设这一独特建筑的理解;审美感知、审美记忆和审美理解能够激发游客的内心感受,不仅包含对景色、建筑、色彩的赞扬,更引起游客对旅游地的文化认同,抒发乡愁。

表 2 概念化和范畴化分析示例

原始语句	概念化	初步范畴化	主范畴	
特别放松又自在	感到放松	身心体验	审美感知	
感筑让人很放松				
漫步大自然中;感受自然气息	感受自然			
感觉要被蒸熟;无奈天气炎热	感受气温	外部感觉		
罗中立美术馆的颜色很靓丽	观赏色彩			
历史与现代的完美结合	穿越时空	惊奇体验		
我们时间太匆忙,只逗留了半天	横向时间	时间知觉		
遥远的遗迹文明,神秘的巴渝文化,迷宫一样的廊桥	纵向时间			
从市中心前往川美虎溪校区真是远	旅游距离	距离知觉		
如同远离苟且	远离尘世			
两年后的今天我写这篇点评时,仍然记得那片房子和整个川美给我的意外和惊喜	记忆犹新	情景记忆	审美记忆	
墙壁的造型,各处涂鸦彩绘,各种建筑物模型雕塑,给人留下很深的印象	印象深刻	形象记忆		
承载了太多青春的记忆	回忆青春	情绪记忆		
老重庆的石器元素	保留元素	理解设计	审美理解	
四川美术学院水车、石磨,蓑衣……依山就势设计的川美,最大程度地保存了原生态的农村生活形态。川美校园里,山还是原来的山,梯田也是原来的梯田				
大部分的画都是比较抽象的,每个人可以自己看完后自己理解		理解画作		理解作品
每一个设计都很有内涵		品味深意		解读内涵
每一处建筑都仿佛有了情感,植入了创作者的灵魂		注入情感		
那是春的气息,大自然真美	感叹美景	夸赞景色	情感表达	
直到我看到了教师公寓,小桥流水人家的世外桃源走进我眼中,各种植物包裹着小房子,不高的楼层隐隐地存在于学校的高山侧面,静谧安静但是内涵丰富,我曾想过此生不愿听铃过一生,但是这样的雅致和闲情,这样的小隐于市,余生所见皆是年轻和烂漫,那这样的一生,谁不向往呢!	小隐于市	向往生活		
可惜的是没看到涂鸦墙。听说涂鸦有很多艺术创作,希望下次去的时候可以看到	欣赏缺失	表达遗憾		
……	……			
(共 1562 条原始语句)	(123 个 初始概念)	(14 个 初始范畴)	(4 个 主范畴)	

三、旅游审美体验构成要素及其特点

(一) 审美感知——穿越时空的审美体验之旅

对旅游地的感知是通过亲历性体验对旅游地存在的物质形式的主观印象,是对世界所见所闻的直接把握,是对事物色泽、形状、质地、大小、位置的即刻理解。游客对旅游地的评价首先通过触觉视觉听觉描述身体直接感知到的环境的表面特征和形态,这样的感觉和知觉共同构成旅游者对旅游地初步的审美感知,即旅游者对该地的第一感受。其次随着时间的推移和空间的转换,旅游者根据四季变幻和区域转换而有不同的审美感知,通过时空的变化和转换营造出特殊的意境。

根据重庆作为工业城市的特性,川美虎溪校区的建设尊重工业历史文脉,采用工业形式的建筑,与原生态的农业景观形成对比,具有深厚的地域性与历史感。基于功能和色彩的考虑增加了本土植物以保持生态和景观四季变化的平衡。留存的自然元素和人工痕迹,既保护原生场地作为学校生长的原点,也承载了大学城从旧到新变迁的历史记忆。空间、色彩、光影的运用,实现了建筑、艺术、文化和人的完美结合,也以枯石、翠竹、灌木等处理手法,营造艺术感染力,实现建筑空间与艺术空间的共融。

旅游者根据四季变换和区域转换而有不同的审美感知,通过近距离的感知将感官收集到的信息与大脑中已有的信息融合形成感知意向。旅游者从蕴含着巴渝文化和艺术气息的校园感知到由古至今的时间跨越,“建筑风格独特,校园环境古朴,有很多古老的建筑与景观”;从植物生长的角度感知到时间的连续性和顺序性,“春天的油菜花,夏天的荷塘,秋天的银杏,冬天的腊梅”;旅游者身处艺术空间中,从美术馆外墙到彩色梯田,从校友墙到波浪马路,从古朴廊桥到工业风图书馆,每一空间的转换都带来不同的审美感知,“水泥墙面刻满了各届毕业生的名字,波浪形路面,彩色的马赛克梯田,独特的建筑,沉浸在红方砖瓦的魅力中”。

(二) 审美记忆——景观的关注和艺术的沉醉

旅游者的审美记忆是在游前认知和游中体验的基础上对陌生环境形成的主观映像。在经过认知、记忆、表达三大过程后,游客评论的景观数量远少于实际游览的数量^[22],但核心景点对旅游者的吸引作用明显,并且色彩饱和度较高的景点会促使旅游者投入更多时间,其受关注度更高,旅游者记忆更深刻。

在游客评论中,“拍照”一词出现频率最高,共

出现 495 次,说明体验是记忆的重要影响因素,亲历性体验可以加强游客对景点的记忆;“涂鸦墙”一词出现频率次之,共出现 476 次,说明游客对特色鲜明的建筑和色彩鲜艳的设计有深刻记忆。网红景点在旅游目的地中受到较多关注和推荐,“一定要来体验一番网红打卡点”“鲜艳、跳跃、灵动的色彩和图案,在外墙上连成了一幅起伏跌宕的长廊画卷”“色彩斑斓的外墙,够绚、够酷,充满个性和时尚艺术气息”。差异化的景点勾起旅游者“静静坐在彩色的阶梯上,那一刻,好幸福”的情景记忆、“光是彩色的瓷砖和玻璃拼接而成的美术馆外观就足够让人印象深刻了”的形象记忆、“心情激动澎湃”的情绪记忆。

(三) 审美理解——艺术与生态环境和谐共生

川美虎溪校区个性化的设计,不仅是历史的见证与连接,更是对自然环境的尊重,充分体现了秉承的人文追求和价值取向。校园的建设采用“顺势而为”的理念和“十面埋伏”的建设手法,保存原有的谷地、农田、池塘和民居,隐藏于山体之后并呈散点分布。房屋建设参照工业厂房,将工业和农业巧妙融合,与自然环境和本土文化保持和谐统一,既保留地貌原生态又充分体现了艺术院校独特的审美个性。

审美理解是主体与客体的沟通,是自我对环境的关心,是自我与审美对象间的问答。把它作为欣赏的对象,通过深入审美对象内部,以了解它的前世与今生。原有物品和地形,穿过时间的隧道赫然存留至今,成为古今时空分隔的见证,即使跨越遥远的时空至今仍有极高的审美价值。旅游者走进川美,理解依山就势的建筑风格,代入自己的想象并与艺术作品进行对话,倾听对方的声音,洞察它的个性和遭遇。游客不仅有对建筑形式的理解,也有对建筑和艺术品的情感解读。旅游者理解建筑与艺术、历史的共融与和谐,看见“依山就势设计的川美,保存了原生态的农村生活形态”“有人为的痕迹,但是不雕琢,灵动有历史沉淀的感觉,也有现代的美术馆”“工业风,田园风和现代艺术的涂鸦融合在一起,却也没有突兀的感觉,反而觉得艺术与有趣也是不冲突的”。

(四) 情感表达——回味和思考产生乡愁认同

川美虎溪校区遵循“因地制宜,就地取材”的原则,以农具、石材、耕地、农田作为设计元素,对乡土材料进行艺术化处理,再现耕作田园景观的美感,营造出具有年代美和生态美的乡土文化校园景观。艺

术审美和乡土气息并存的景观帮助游客唤醒关于过去的记忆,成为传递“乡愁”的载体,从而构建从“记得住乡愁”到“留得住的乡愁”的过程。

游客对旅游地的深入分析和动情表达,与建筑者达成情感共鸣。在表达方式上,再现客观和表现主观相结合,通过旅游目的地的感性形式来表现主体的情感活动;在表现手法上,发话者运用联想、想象、类比、象征、拟人等手法,巧妙地反映和揭示了自己的内心情感世界。审美情感的表达是游客对该地产生认同感的重要方式,向往在这世外桃源般的地方生活。

人们普遍存在乡愁情怀,对旧时空有着浓厚的、无法割舍的情感,而这些情感通常需要安放到具体的时间和空间中。游客通过校园景观对记忆中场景、人物以及生活事件产生回味和思考,表达“仿佛回到了旧时光”的情感。评论中有大量描写农村生活物件的词组,如石磨、风簸、背篓、青瓦、猪槽等显著乡愁元素。这些元素不仅渲染故乡的气息,也营造出乡愁的情感,推动游客表达“感觉突然回到了乡下”的乡愁情感。

四、结论与讨论

(一) 旅游审美是在愉悦中感受美和在美中享受愉悦

旅游是个人利用其自由时间并以寻求愉悦为目的而在异地获得的一种短暂的休闲体验^{[2]56}。旅游活动虽然包含很多内容,但人们在旅游过程中把审美作为主要意向,在所取得的收获中,审美总是最大的,即便是人们有任务在身,如商务接洽、科学考察、探亲访友、体育比赛等,当他们进入游览活动时,也会把主要意向转向寻求美、感受美,对观赏对象不由自主作出审美评价。

从游客表达出愉快、心旷神怡、美和魅力、出乎意料、美好、雨中欣赏美景、艺术天堂等词可以清楚地看到,游客表现出强烈的愉悦情感,对旅游审美活动的感受明显带有愉悦的倾向。这表明,旅游活动与旅游审美活动的边界在于是否在获得世俗愉悦的活动中感受美,游客在进行旅游审美活动时,进行的是一项没有功利目的单纯地感受美的愉悦活动。

(二) 大学校园具有旅游审美的空间生产属性与功能

文旅融合是新时期推动文化空间生产的载体,也是一种新型的文化空间生产模式^[23]。川美虎溪校区作为文化输出的阵地,在文旅融合进程中承担

了重要角色。罗中立美术馆是美学和艺术的融合,通过独特的建筑传递文化特征,具有观赏和学习性,为文旅融合发展提供了重要的艺术源泉。校内建筑不但与周围的自然景观环境、房屋楼舍相辅相成,其突出的艺术特质也唤起人们对生活、艺术、人生、历史等问题的思考与认识,表达城市的文化历史与价值观。

旅游者在欣赏景色、行走在任意角落时都能感受到文化的烙印,这种文化根植在人们的日常生活和行为之中,亲切的农具让旅游者读懂深植的印记,从而延伸游客文化体验的时间和空间。因此校园“被景点化”缘起于人对文化的追求,旅游满足人们追求文化认同、追寻文化体验的需求,校园“被景点化”过程就是潜移默化的文旅融合过程。旅游成为文化发展的重要载体,多元化、个性化的文化为旅游的发展提供活力,这样的场景是一种潜移默化的文旅融合,并促进文旅融合更充分、更丰富发展,提升文化服务能力,实现文化的社会生产空间。

(三) 旅游审美价值源于川美对乡村场景的艺术化

艺术与大众之间有一种难以亲近的距离感,包括空间距离感和情感距离感^[24],但基于生产和生活的艺术因其烟火气而变得可接触可体验可回味。大学公共艺术可以拉近大众与艺术的距离。公共艺术作为文化载体,承载着城市的文明与文化,彰显着城市的文化气质^[25]。川美虎溪校区的建设充分借鉴本土文化特色,创作出真正符合地域特征的公共艺术作品。其借助大量原生态农具做装饰,脱离日常用具的功能,呈现出艺术向大众靠近、具有审美意义的另一个世界,拉近艺术与大众的距离,满足了大众对艺术的追求和向往。

(四) 旅游审美体验扎根研究仍存在较强的主观性

大众点评网的用户以18~40岁的大学生和城市白领为主,其中60%的用户为女性^[26],因此获得的文本资料中年龄结构和性别结构不平衡。囿于理论积累和知识储备,游客审美体验要素提炼过程存在主观性和片面性。同时由于数据源于单一网站,存在游客特征不明确等问题,游客会因本身的生活经验差异对景观有不同的理解和审美对话。研究结果的准确性和普适性未经过大样本的检验,今后可经过大样本数据检验确定各要素间的关系。这些问题的研究在未来的工作中还需不断深化。

参考文献:

- [1] 裴泽生. 高校旅游:走进象牙塔[N]. 中国旅游报,1997-11-28(2).
- [2] 谢彦君. 基础旅游学(第四版)[M]. 北京:商务印书馆,2015.
- [3] 潘海颖. 旅游体验审美精神论[J]. 旅游学刊,2012,27(5):88-93.
- [4] 曹诗图,孙天胜,周德清. 旅游审美是诗意的对话:兼论中西哲学思想中的审美观[J]. 旅游论坛,2011,4(2):115-118.
- [5] 王晓倩,杨万娟,曹诗图. 旅游审美文化嬗变中的演进与异化[J]. 旅游论坛,2013,6(5):13-17,25.
- [6] 章海荣. “flow(畅)”“游”比较中探索旅游美感特点[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2003(3):59-62,80.
- [7] 四川美术学院. 川美简介[EB/OL]. (2020-02-01)[2021-02-27]. <https://www.scfai.edu.cn/xygk/cmjj.htm>.
- [8] 重庆晨报. 川美校园日迎两万游客,有人为拍照爬雕塑踩油菜花[EB/OL]. (2015-03-15)[2021-02-27]. <http://cq.sina.com.cn/news/b/2015-03-15/detail-ichmifpy0389913.shtml>.
- [9] 夏赞才,程珊珊. 基于扎根理论的文化主题景区营销组合策略研究:以长沙世界之窗为例[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版),2017,11(4):75-82.
- [10] 苗学玲,解佳. 扎根理论在国内旅游研究中应用的反思:以旅游体验为例[J]. 旅游学刊,2021,36(4):122-135.
- [11] 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.
- [12] 宋振春,王颖,葛新雨,等. 身体痛苦如何成为情感享受:身心交互视角下的旅游体验研究[J]. 旅游学刊,2020,35(10):109-121.
- [13] 马天. 基于扎根理论的旅游体验作用路径研究:以迪士尼主题公园为例[J]. 旅游导刊,2020,4(3):43-61.
- [14] 李庭筠,罗邱戈,张金萍,等. 基于扎根理论的琼北火山地区传统村落新业态发展探讨:以海口市美孝村为例[J]. 自然资源学报,2020,35(9):2079-2091.
- [15] 全千红,沈苏彦. 基于扎根理论的乡村旅游可持续生计分析:以南京高淳大山村为例[J]. 世界农业,2020(6):110-119.
- [16] 周媛,梅强,侯兵. 基于扎根理论的旅游志愿服务行为影响因素研究[J]. 旅游学刊,2020,35(9):74-89.
- [17] 张红梅,龙熾升,梁昌勇,等. 葡萄酒旅游目的地品牌形象影响因素扎根研究:以贺兰山东麓为例[J]. 中国软科学,2019(10):184-192.
- [18] 蔡永龙,周翠芬,陈忠暖,等. 扎根理论下旅游者满意度影响因素概念模型建构与分析:以广州四大生态型景区为例[J]. 华中师范大学学报(自然科学版),2018,52(1):137-146.
- [19] 贾旭东,谭新辉. 经典扎根理论及其精神对中国管理研究的现实价值[J]. 管理学报,2010,7(5):656-665.
- [20] HSIEH H F, SHANNON S E. Three approaches to qualitative content analysis[J]. Qualitative health research,2005,15(9):1277-1288.
- [21] 陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. 教育研究与实验,1999(4):58-63,73.
- [22] 廖启鹏,刘超,李维. 游客记忆视角的景观关注度研究:以黄山风景区为例[J]. 人文地理,2019,34(6):129-135.
- [23] 祝伟. 重庆渝东北地区文化和旅游融合发展的三重维度[J]. 重庆行政,2021,22(2):99-101.
- [24] 邵培仁,杨丽萍. 论媒介距离的适度性及其策略[J]. 今传媒,2012,20(10):8-12.
- [25] 王中. 公共艺术概论[M]. 北京:北京大学出版社,2007:46.
- [26] 柳正阳. 大众点评的分析报告[EB/OL]. (2015-12-31)[2021-03-01]. <https://wenku.baidu.com/view/f5485bc676c66137ef061981.html>.

[责任编辑 乡下]