

人工智能旅游教育教学网络舆论导向与策略研究

田小兰

重庆师范大学地理与旅游学院 重庆 401331

【摘要】：旅游教育兼具实践性与应用性，亟需探索与人工智能的结合路径。为把握相关舆论态势，文章通过八爪鱼爬取微博平台人工智能旅游教育教学相关用户的评论，运用 ROSTCM6 软件进行文本分析，从认知形象、情感形象和传播导向对旅游教学进行网络舆论研究。结果显示：在认知形象，用户对人工智能旅游教育教学的认知分为技术赋能、教旅融合以及参与主体；在情感形象，大部分对人工智能技术在旅游教育教学的实践秉持支持态度；在传播导向，以主体、技术、内容三维联动，最终凝聚人工智能旅游教育改革的认知与情感共识。因此，文章提出加强教学应用场景开发、注重技术可信度与伦理、积极引导舆论走向等建议。

【关键词】：人工智能；旅游教学；网络舆论；文本分析

DOI:10.12417/2705-1358.26.11.063

引言

党的十八大以来，党中央将“推进国家治理体系和治理能力现代化”确立为全面深化改革的总目标，要求健全舆论引导语与情应对机制^[1]。网络舆论与舆情并无严格区分，即在互联网背景下，网民对于某个事件各种态度、情感、观点的集合^[2]。网络舆论汇聚用户态度，深刻影响教育改革，正向舆论凝聚发展共识，负面则会阻碍技术落地与政策实施。

人工智能赋能教学可优化人才培养，契合文旅行业数字化转型趋势，也对高校育人工作提出新标准^[3]。当前该领域处于探索阶段，公众对其认知不一，存在多种声音。因此，本文剖析微博相关评论数据揭示其网络舆论导向，为人工智能旅游教育发展提供实践参考。

1 文献综述

1.1 人工智能旅游教学的相关研究

国外研究人工智能（AI）与旅游教育融合聚焦智能系统开发、虚拟场景等层面。Smith 设计基于 AI 的旅游服务模拟教学平台，有效提升学生的服务沟通能力^[4]。Li 指出人工智能重塑旅游业态，提出课程重构、实践革新、师资建设三类路径^[5]。AI 与旅游教育的融合需紧扣职业教育产教融合的本质，既借鉴国外经验，将 AI 赋能的教学系统落地课堂，也要结合区域特色，开发适配本土岗位的教学场景，实现技术赋能下旅游教育与产业发展的精准适配。国内多围绕教学模式创新与改革路径，张宏梅搭建技术、课程、师资三位一体的 AI 旅游教育体系^[6]。周晓等人结合课程，通过更新内容强化教学，引入人工智能创新教学方法进行改革^[7]。相关研究普遍强调深化产教融合，贴合区域智能岗位需求调整课程，切实提升智能旅游教育

的实用价值。

1.2 网络舆论导向的相关研究

国外舆论概念研究是 Jean 在《社会契约论》中阐述“public opinion”的概念。国内针对网络舆论的载体、功能及形成机制等进行了研究，赵璐探讨了微博在社会热点事件中的作用，分析了微博传播对于社会热点事件的影响，要正确发挥微博在社会热点事件舆论的发展。^[8]从社会学角度，徐建华认为网络舆论的形成路径包括：形成网络议题、形成舆论场、形成意见轴心、形成立体传播^[9]。温焜提出谣言是舆论传播的重要内容和形式^[10]。网络舆论研究已广泛应用于旅游领域，舆情引导作用凸显。旅游专业教学可融入舆情管理内容，贴合行业发展需求。本文运用文本挖掘等方法，借助 ROSTCM6 剖析微博评论，搭建多维分析框架，探究人工智能旅游教育的舆论导向特征。

2 研究设计

2.1 数据来源

选择微博作为数据采集平台，在于用户群体覆盖多元、评论内容真实。本文利用八爪鱼设定关键词“AI 旅游教学”、“人工智能旅游教育”，爬取微博有关评论内容，共计 496 条，用户评论的时间范围是 2025 年 3 月 1 日-2025 年 12 月 10 日。为确保数据准确性，采集内容包括微博正文、个人简介等内容，剔除无效信息，最终获取文本 422 条，字数 54146 字。

2.2 研究方法

本文借鉴认知形象、情感形象和传播导向的三维框架，结合 ROSTCM6 软件的功能特性对人工智能旅游教育教学相关数据开展分析。认知形象，对内容进行词频分析总结出技术赋

能、教育旅游融合和参与主体三方面；情感形象，对评论进行情感分析将舆论情感划分为积极、中性以及消极情绪三类，并统计各类情感的占比及关键词，明确舆论的情感导向特征；传播导向，通过社会网络语义分析共现关系构建语义网络图谱，以连线表征线性联系，连线数量越多，意味着与之相关的词语越丰富。通过识别核心节点与关联逻辑，分析舆论的传播导向与扩散路径。

3 研究结果

3.1 认知形象

人工智能旅游教育教学的认知形象通过评论数据的高频词体现出来，词频越高则留下的印象越深，阅读以及分析高频词的上下文可以进一步了解用户对人工智能旅游教育教学的看法与认知。本文将对人工智能旅游教育教学的认知形象分为技术赋能，教育旅游融合和参与主体。

3.1.1 技术赋能

词语	频数	词语	频数
智能	138	数字	69
技术	78	模型	36
科技	73	智慧	32

用户对AI旅游教学的技术认知层次分明，围绕核心技术、属性特质与应用工具逐层展开。智能、科技等词汇热度靠前，用户普遍认可人工智能是推动旅游教学变革的核心动力，认知清晰且具象。数字、智慧类高频词，也体现出受众理解二者并非简单结合，而是依托数字技术框架实现深度融合。此外，用户的技术认知来源于以下两方面。外部来看，国家大力推进教育数字化建设，将人工智能视作教育革新关键支撑；文旅行业智能导游、智慧景区等应用遍地开花，产业变革顺势带动教育领域认知更新。内部而言，当下不再追捧技术概念，愈发重视实际使用价值，再加上网络原创内容的传播熏陶，让人们逐步意识到技术唯有落地实操、体系化运用，才能真正发挥作用。

3.1.2 教育旅游融合

词语	频数	词语	频数
教育	154	教学	82
文化	114	文旅	49
旅游	101	体验	40

用户对人工智能旅游教学的核心认知，聚焦于跨界融合的本质属性。从基础领域看，教育与旅游的强权重组合，定义了人工智能旅游教学的跨界基因，用户并未将其单纯视为教育革

新，而是认为新型教学形态。这种跨界认知并非二元对立，而是以文化为关键联结，结合文旅、历史相关内容，形成教育、旅游、文化三位一体的认知体系，凸显文化在旅游教学中的核心地位。国家文旅融合战略深化，旅游与文化的深度绑定已成为行业共识。教育数字化政策又助力三者跨界协同，鼓励利用数字技术开发文旅教育资源。如今旅游消费侧重文化体验，游客精神文化需求不断提升，促使旅游教育着重培育文化素养，人工智能也顺势成为串联教育、旅游与文化的重要载体。

3.1.3 参与主体

词语	频数	词语	频数
教师	73	学生	45
大学	61	职业	41
学院	42	高校	22

用户对人工智能旅游教学参与主体的认知层次清晰，形成实施载体、执行人员与受益群体的完整体系。院校作为教学落地的主要场所，职业院校相关词汇频频出现，体现用户能够区分不同教育场景，契合职教实操性的特点。同时，用户界定了执行人员的角色，教师词频居高，是教学推进的核心主体，技术落地离不开教师主导实践。学生和青少年被视为直接获益群体，各方角色定位明晰，权责边界认知分明。用户对参与主体的明确认知，根植于教学固有逻辑与实际场景。院校、教师、学生是教育活动基本组成，AI旅游教学同样沿用这一主体结构。加上国家对职业教育数字化的重点扶持，着重培养旅游专业实操技能，政策层面夯实了职业院校的核心办学地位，也用户愈发将职业院校与人工智能旅游教学关联起来。

3.2 情感形象

通过情感分析，得到用户对人工智能旅游教育教学所持有的情感色彩。评论内容所能表现出来的情绪分为三种，积极情绪、中性情绪和消极情绪。积极情绪表示用户对于主题观点是支持态度，中性情绪表示对观点持中立态度，消极情绪则表示持反对态度，有抵制情绪。分析可以得出，用户的积极情绪占比为84.6%，中性情绪占比为4.5%，消极情绪占比为10.9%。表明用户对人工智能与旅游教育教学的融合整体持认可态度，舆论基调以支持为主，负面声音占比低且未形成规模化，反映出人工智能赋能旅游教育的理念获得广泛社会共识。同时对积极情绪和消极情绪进行分段统计，可以看出，积极情绪中高度积极情绪占比达到31.99%，并且消极情绪中的高度消极情绪占比不到1%。这说明用户对于人工智能旅游教学的整体发展趋势持看好态度。人工智能旅游教育教学的微博舆论情感分布，是由政策、技术、产业需求及落地短板共同影响。整体积极情绪占主流，认可人工智能赋能旅游教育的价值。负面情绪多围

