

# TDIVis: 旅游目的地形象可视分析

曹梦琦<sup>1</sup>, 梁晶<sup>1</sup>, 李明召<sup>2</sup>, 周峥澔<sup>3</sup>, 朱敏<sup>1</sup>

<sup>1</sup>四川大学计算机学院, 中国成都市, 610065

<sup>2</sup>皇家墨尔本理工大学科学学院, 澳大利亚维多利亚州墨尔本, 3000

<sup>3</sup>弗吉尼亚理工大学机械科学学院, 美国弗吉尼亚州布莱克斯堡, 24061

**摘要:** 旅游目的地形象研究在旅游学科中具有重要意义。旅游用户生成内容(UGC), 即旅游网站中的用户反馈, 为构建目的地形象提供了丰富信息。然而, 由于UGC中目的地形象展示不够直观, 且旅行出发时间、文本长度和目的地形象类别差异较大, 旅游研究者难以获得较为完整、直观的目的地形象。我们设计一个可视分析系统TDIVis, 旨在获得一个相对全面的目的地形象。具体而言, 提出一种基于关键字的情感可视化方法, 关联认知形象与情感形象, 同时兼顾时序演变分析和分类对比分析; 提出一种多属性关联双序列可视化方法, 关联两种不同类型的文本序列, 并为序列的多属性特征提供一种动态可视化编码交互方式。最后, 通过4个案例和1个用户研究, 验证TDIVis的有效性和可用性。

**关键词:** 旅游用户生成内容; 信息可视化; 目的地形象; 情感可视化; 时序可视化

<https://doi.org/10.1631/FITEE.1900631>