

基于内容分析法的喀斯特洞穴导游解说词研究

杨晓霞¹, 石定芳¹, 向 旭²

(1. 西南大学地理科学学院, 重庆 400715; 2. 西南大学经济管理学院, 重庆 400715)

摘 要:导游解说词不仅有助于游客对喀斯特洞穴景观的观赏,而且能增长游客的科学知识,有利于洞穴景观和环境的保护。本文选取了具有代表性的 22 个国内喀斯特洞穴导游解说词作为研究样本,设计出 23 项分析指标,分别统计各指标在研究样本中的频次和频率,最后获得频率超过 50 % 的共性指标 14 个。通过分析得出以下结论:(1)我国喀斯特洞穴导游解说词目前处于“百花齐放”阶段,共性大于个性;(2)我国喀斯特洞穴导游解说词的内容框架已基本形成,主要包括欢迎词、洞穴概况、景点讲解、欢送词 4 部分;(3)我国喀斯特洞穴导游解说词在内容上与国外开发成熟的洞穴相比还存在较大差距,国内喀斯特洞穴的导游词关注科学知识较少,神话传说的比重过大。

关键词:喀斯特洞穴;旅游;导游解说词;内容分析法

中图分类号:F590.63 **文献标识码:**A

0 引 言

喀斯特洞穴以其玲珑剔透、千姿百态的钟乳石类沉积景观和幽静深远的洞穴环境吸引着众多的旅游者,成为一项重要的旅游资源。全球游览洞穴总数超过 1 000 处,我国目前已向游客开放的洞穴约 400 个,年接待游客 4 000 万人次以上,直接收入数十亿元,在我国的旅游事业中占有重要的地位^[1]。由于洞穴沉积景观和环境蕴含着丰富的科学知识,使得许多游客仅靠自身难以理解喀斯特洞穴的科学内涵,更难获得深层次的旅游体验。科学的洞穴导游解说词不仅能帮助游客顺利完成洞穴游览活动,更能增加游客对洞穴旅游的兴趣,向游客普及洞穴知识。因此,为了提高喀斯特洞穴旅游的开发与管理水平,亟需完善洞穴导游解说服务^[2-3]。

由于喀斯特洞穴景观的专业性,形成原因的复杂性,洞穴环境的神秘性,长期以来,我国喀斯特洞穴导游解说词的撰写处于无序状态。喀斯特洞穴导游解

说词究竟包括哪些内容,在导游解说词的撰写中需要注意哪些问题等,需从理论上进行规范,以便为喀斯特洞穴旅游的实践提供指导。

为此,本文选取我国最具代表性的喀斯特洞穴的导游解说词作为研究样本,采用量化的文献分析方法对其进行分析,研究结论以便为我国喀斯特洞穴导游解说词的撰写、修订提供借鉴。

1 研究方法

内容分析法是一种将不系统的、定性的符号性内容,如文字、图像等转化成系统的、定量的数据资料的研究方法^[4]。它最早萌发于新闻界,通过统计报纸上某类新闻报道的篇数,计算考察报道的重点以及社会舆论状况^[5],目前,内容分析法的应用领域正不断扩大,除了书面文字、网络资讯外,连受访者的口头语言等都可以通过内容分析法进行研究^[6]。

目前,国内外将内容分析法应用到旅游研究中的

基金项目:国家自然科学基金(41072192)

第一作者简介:杨晓霞(1964—),女,博士,教授,硕士生导师。研究方向:洞穴旅游的开发与保护。E-mail:yangxx_2004@163.com。

收稿日期:2013-01-29

文献并不多见,国外主要将内容分析应用于旅游政策、旅游概念、旅游目的地形象、区域旅游、可持续旅游、旅游营销等研究领域^[7]。近年来,国内学者也逐步开始使用内容分析法开展旅游相关研究。在旅游研究中,内容分析法目前主要用于对业界热点概念或问题的研究成果进行辨析,如生态旅游内涵、乡村旅游概念、主题公园概念、滨海生态旅游概念等;此外,研究者还将内容分析法用于旅游目的地形象、旅游动机、游客满意度、游客心理、旅游营销、区域旅游发展、旅游研究方法、旅游安全等多个领域的研究^[8]。到目前为止,还没有将内容分析法运用到导游词,特别是洞穴导游词的研究成果。

内容分析法的对象以文本材料为主,将用语言表示的文献转换为用数量表示的资料,并将分析的结果用统计数字描述^[9]。内容分析法的步骤包括:确定主题,选择样本,建构类别,信度检验,统计分析等。

2 研究设计

2.1 确定主题

本研究的主题是通过对选取的研究样本——我国 22 个喀斯特洞穴的导游解说词进行分析,统计研

究样本中出现频率最高的指标。

2.2 选择样本

目前,国内开发的游览洞穴约为 400 个,若对所有洞穴的导游词进行分析,研究难度较大。因此,本研究只能选择国内已经开发的具有代表性的洞穴导游词作为研究的样本。研究样本的选取主要遵循以下原则:

(1)权威性。在我国目前已经开发的喀斯特洞穴中,许多具有较高的知名度,既有世界遗产地,也有国家级风景名胜区、国家 A 级景区、国家地质公园等。这些喀斯特洞穴的旅游开发历史相对较长,旅游管理水平较高,服务质量较好,其导游解说词也就具有代表性。因此,选取的研究样本应尽量囊括这些喀斯特洞穴。

(2)广泛性。一是空间分布的广泛性,应将我国主要区域的喀斯特洞穴涵盖;二是类型的多样性,应包括不同类型的喀斯特洞穴。

(3)随机性。对于收集到的同一地区、同一类型的多份喀斯特洞穴导游解说词,采用随机方式任选其中 1 个作为研究样本。

按照上述原则,获得本研究的样本 22 个(表 1)。

表 1 国内部分 22 个喀斯特旅游洞穴声誉及评价概况
Table 1 The general information of 22 domestic karst caves

序号	洞穴名称	地理位置	声誉及评价
1	芙蓉洞	重庆武隆	中国最美六大旅游洞穴之一;世界自然遗产保护地;中国国家 4A 级旅游景区;中国国家重点风景名胜区;中国国家地质公园
2	雪玉洞	重庆丰都	中国最美六大旅游洞穴之一;中国国家 4A 级旅游景区;中国地质学会洞穴研究会观测研究站暨洞穴科普基地
3	本溪水洞	辽宁本溪	中国最美六大旅游洞穴之一;中国国家 4A 级旅游景区;中国国家重点风景名胜区;国际旅游洞穴协会会员
4	黄龙洞	湖南张家界	中国最美六大旅游洞穴之一;世界自然遗产保护地;中国国家 4A 级旅游景区;国际旅游洞穴协会会员;全国 35 个王牌景点之一;湖南省最佳旅游景区
5	织金洞	贵州织金	中国最美六大旅游洞穴榜首;世界自然遗产保护地;中国国家 4A 级旅游景区;最具特色的中国十大风景名胜区;中国国家重点风景名胜区;国际旅游洞穴协会会员
6	腾龙洞	湖北利川	中国最美六大旅游洞穴之一;湖北省省级风景名胜区;中国国家 4A 级旅游景区
7	隐水洞	湖北咸宁	中国国家 4A 级旅游景区;湖北省优秀旅游景区;湖北省国家地质公园;灵秀湖北十大新秀旅游景区
8	瑶琳洞	浙江桐庐	中国国家 4A 级旅游景区;中国旅游胜地四十佳;浙江省十大旅游胜地之一
9	石花洞	北京房山	中国国家 4A 级旅游景区;中国国家级风景名胜区;中国国家地质公园;国际洞穴协会会员单位;地学知识科普教育基地;“中国最佳溶洞奇观”

续表 1

序号	洞穴名称	地理位置	声誉及评价
10	芦笛岩	广西桂林	中国国家 4A 级景区;中国国家重点风景名胜区;世界最佳旅游游览景区;大自然的艺术之宫
11	白云洞	河北临城	中国国家 4A 级旅游景区;中国国家级风景名胜区;中国国家地质公园;全国科普教育基地
12	鸡冠洞	河南洛阳	中国国家 5A 级旅游景区;中国国家级自然保护区;全国文明风景名胜;“北国第一洞”
13	开元溶洞	山东博山	中国国家 4A 级旅游景区;中国国家级风景名胜区“山东第一洞”
14	玉华洞	福建将乐	中国国家重点风景名胜区;“闽山第一洞”“中国四大名洞之一”
15	七星岩	广西桂林	中国国家 4A 级景区
16	吉星岩	广西德保	百色十八大景点之一;“天上迷宫”;“岩溶造型博物馆”
17	太乙洞	湖北咸宁	“楚天第一洞”
18	龙王洞	湖南张家界	“世界溶洞奇葩”
19	蓟州溶洞	天津蓟州	溶洞较新,没有评价
20	黄仙洞	湖北钟祥	国家级大洪山风景名胜区的核心景点
21	紫云洞	广西贺州	
22	神农宫	江西万年	“中国最美的地下河”

表 1 中的 22 个研究样本的获得主要有 4 个渠道:一是研究者在实地考察中所收集的,包括芙蓉洞、雪玉洞、隐水洞、织金洞、七星岩 5 个,占总数的 22.72 %;二是公开出版物中刊载的,主要包括太乙洞^[10]、腾龙洞^[10]、芦笛岩^[11] 3 个,占总数的 13.64 %;三是中国地质科学院岩溶地质研究所的张远海先生提供的,主要有本溪水洞、黄仙洞、黄龙洞、神农宫、崆山白云洞、吉星岩、龙王洞、紫云洞、玉华洞 9 个,占总数的 40.91 %;四是相关网站上登载的,主要涉及瑶琳洞 ([http://www. examw. com/dy/tool/dyc/china/1234/](http://www.examw.com/dy/tool/dyc/china/1234/))、石花洞 ([http://www. zhuna. cn/arti-
cle/2272. html](http://www.zhuna.cn/article/2272. html))、鸡冠洞 (<http://www. examw. com/dy/tool/dyc/china/1088/>)、开元溶洞 ([http://
www. examw. com/dy/tool/dyc/china/1869/](http://www. examw. com/dy/tool/dyc/china/1869/))、蓟州溶洞 (<http://www. china927. com/c2006/tianjin/>

2008-9/12/091338566. shtml) 5 个,占总数的 22.72 %。

需要特别说明的是,国内喀斯特洞穴导游解说词不断修订,不同时期的导游词是不完全一致的,本研究所选样本截止 2012 年初。

2.3 建构类别

类别是根据研究需要而设计的将文献资料内容进行分类的项目和标准。本研究中类别的建构是由研究者根据研究目标自行设计的。设计的基本原则是互斥和穷尽,即分类必须完全、彻底、能适合于所有分析材料,使所有分析单位都可归入相应的类别,不能出现无处可归的现象,且每一分析单位只能归入一个类别。基于以上原则,研究者通过对选取的 22 个样本的逐一分析,设计出了 23 个分析指标(表 2)。

表 2 研究样本的分析指标

Table 2 The analysis indexes of the studied samples

序号	指标名称	指标说明
1	欢迎游客的光临并自我介绍	
2	游览注意事项	提醒游客注意安全,保护洞穴景观和环境
3	洞穴的地理位置	行政隶属关系,经纬度等
4	洞穴形成过程的科学表述	用地质学知识解释洞穴的形成过程
5	洞穴形成的神话传说	关于洞穴形成的各种神话传说、民间故事等
6	洞穴名称的由来	

续表 2

序号	指标名称	指标说明
7	洞穴的发现及开发	洞穴开发历史
8	洞穴的规模和布局	洞穴的长度、层数、形状等
9	洞穴的声誉及评价	洞穴被授予的各种称号,名人题字和赞誉等
10	洞穴的自然环境	洞穴的海拔高度、内部的温度和湿度、CO ₂ 浓度等
11	洞穴的历史文化价值	洞穴内部及周围的人文活动情况
12	景点的名称及类型	洞穴内主要景点的名称及其科学分类
13	景点的规模和体量	主要景点的面积、体积、长度、宽度、高度、直径等
14	景点形成的科学原因	
15	景点形成的神话故事	
16	景点的观赏价值	从诗词和神话故事的角度分析景点的美学价值
17	景点的科学价值	景点具有的科学研究价值、科普教育价值
18	与景点相关的科学知识	普及与景点相关的科学知识
19	与景点相关的历史文化知识	介绍与景点相关的历史文化知识
20	与游客互动	向游客提问,请游客参与到讲解中
21	对游览进行总结	对整个洞穴所观、所感进行总结,进行一定程度的升华
22	感谢游客的支持,并希望游客提出建议	
23	对游客的美好祝愿,并欢迎再次光临	

结合旅游解说方面的相关理论,可将表 2 中的 23 个分析指标归并为欢迎词、洞穴概况、景点讲解、欢送词 4 个大类(表 3)。

表 3 研究样本的类别建构

Table 3 The category construction of the studied samples

类别名称	分析指标序号
欢迎词	1,2
洞穴概况	3,4,5,6,7,8,9,10,11
景点讲解	12,13,14,15,16,17,18,19,20
欢送词	21,22,23

2.4 信度检验

为了使研究结果更加的客观可靠,必须进行信度检验。内容分析法的信度是指编码员之间的信度,本研究的作者为甲编码员,选择旅游洞穴领域的 2 位专家作为乙、丙编码员。在建构类别的基础上做信度检验,由研究者抽取 11 个样本给编码员,经 3 位编码员归类统计分析结果,利用霍尔斯特公式求得相互同意度和信度^[12]。

$$\text{相互同意度} = \frac{2M}{N1+N2}$$

式中,M 为编码员之间一致同意的编码数;N1、N2 为编码单位数。

根据上述公式,计算出 3 位编码员的相互同意度(表 4)。

表 4 3 位编码员的相互同意度

Table 4 Mutual consent degree among three coders

	甲	乙
丙	0.93	0.84
乙	0.86	

利用 3 位编码员的平均相互同意度求得信度:

$$\begin{aligned} \text{信度} &= \frac{n \times \text{平均相互同意度}}{1 + [(n-1) \times \text{平均相互同意度}]} \\ &= \frac{3 \times [(0.93+0.86+0.84) \div 3]}{1 + (3-1) \times [(0.93+0.86+0.84) \div 3]} \approx 0.96 \end{aligned}$$

式中,n 为编码员人数。

霍尔斯特认为,信度超过 0.8 的研究结果有效,本研究的信度为 0.96,表明 3 位编码员的内容分析较为一致,可以对全部样本进行分析。

2.5 统计分析

将每一个样本涉及到的指标序号提取出来,汇总统计如表 5。

表 5 研究样本涉及的分析指标序号
Table 5 The analysis indexes number of the studied samples

序号	洞穴名称	涉及指标序号
1	芙蓉洞	1,2,4,6,7,8,9,10,12,13,14,15,16,17,20,22,23
2	雪玉洞	1,2,7,8,9,12,13,14,15,16,18,19,20,22,23
3	本溪水洞	1,3,4,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,19,23
4	黄龙洞	1,2,8,9,11,12,13,15,16,17,20,22,23
5	织金洞	1,2,3,8,9,12,13,14,15,16,17,18,19,20,22,23
6	腾龙洞	1,4,6,7,8,9,10,11,12,13,15,16,19,20,22,23
7	通山隐水洞	1,2,3,4,6,8,9,12,13,14,15,16,19,20,22,23
8	瑶琳洞	1,4,7,8,9,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,23
9	石花洞	1,3,6,7,8,10,12,13,14,15,16,23
10	芦笛岩	1,2,3,4,6,8,9,12,13,14,15,16,20,22,23
11	崆山白云洞	1,2,4,7,8,9,12,13,14,15,16,17,20,21,23
12	鸡冠洞	1,4,6,7,8,9,12,13,14,15,16,20,23
13	开元溶洞	1,4,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19,20,23
14	玉华洞	1,2,3,8,9,10,11,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23
15	七星岩	1,2,3,4,6,8,9,10,12,13,14,15,16,18,20,23
16	吉星岩	1,2,6,8,11,12,14,15,16,18,19,20,23
17	太乙洞	1,2,3,4,5,6,8,9,13,14,15,16,19,20,23
18	龙王洞	1,2,3,7,8,9,10,12,13,14,15,16,19,20,22,23
19	蓟州溶洞	1,2,3,4,7,8,9,12,13,14,15,16,17,18,19,20,22,23
20	黄仙洞	1,2,3,6,8,9,12,13,14,15,16,17,20,23
21	神农宫	1,2,3,6,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19,20,23
22	紫云洞	1,3,4,6,8,12,14,15,16,18,19,20,23

3 研究结果

经过以上步骤,得到每个指标在 22 个研究样本中出现的频次及频率(表 6)。

3.1 分析指标的频次、频率与排序

表 6 分析指标在研究样本中出现的频次、频率与排序
Table 6 Frequency and order of the analysis indexes appeared in the studied samples

指标序号	内容分析指标	出现频次	出现频率/%	排序
1	欢迎游客的光临并自我介绍	22	100	1
2	游览注意事项	14	64	11
3	洞穴的地理位置	11	50	14
4	洞穴形成过程的科学表述	12	55	13
5	洞穴形成的神话传说	1	5	23
6	洞穴名称的由来	10	45	15
7	洞穴的发现及开发	9	41	17
8	洞穴的规模和布局	22	100	1
9	洞穴的声誉及评价	19	82	10
10	洞穴的自然环境	9	41	17
11	洞穴的历史文化价值	8	36	20

续表 6

指标序号	内容分析指标	出现频次	出现频率/%	排序
12	景点的名称及类型	20	91	6
13	景点的规模和体量	20	91	6
14	景点形成的科学原因	20	91	6
15	景点形成的神话故事	22	100	1
16	景点的观赏价值	22	100	1
17	景点的科学价值	9	41	17
18	与景点相关的科学知识	8	36	20
19	与景点相关的历史文化知识	14	64	11
20	与游客互动	20	91	6
21	对游览进行总结	3	14	22
22	感谢游客的支持,并希望游客提出建议	10	45	15
23	对游客的美好祝愿,并欢迎再次光临	22	100	1

3.2 研究结果

表 6 表明,不同指标在喀斯特洞穴导游词中的频率差异较大,高的达到 100 %,低的仅为 5 %。频率超过 50 %的分析指标有 14 个,分别是 1、2、3、4、8、9、12、13、14、15、16、19、20、23。其中,“欢迎游客的光临并自我介绍”(序号 1)、“洞穴的规模和布局”(序号 8)、“景点形成的神话故事”(序号 15)、“景点的观赏价值”(序号 16)、“对游客的美好祝愿,并欢迎再次光临”(序号 23)这 5 项指标的出现频率达到 100 %;“景点的名称及类型”(序号 12)、“景点的规模和体量”(序号 13)、“景点形成的科学原因”(序号 14)、“与游客互动”(序号 20)这 4 项指标的频率为 91 %;“洞穴的声誉及评价”(序号 9)的出现频率为 82 %;“游览注意事项”(序号 2)、“与景点相关的历史文化知识”(序号 19)这 2 项指标的频率为 64 %;“洞穴形成过程的科学表述”(序号 4)的频率为 55 %;“洞穴的地理位置”(序号 3)的频率为 50 %。

综上,上述 14 个指标可以反映目前国内喀斯特洞穴导游解说词的共性。

4 结论与讨论

(1)我国喀斯特洞穴导游解说词普遍存在特色不足,但共性大于个性。在 23 个分析指标中,频率超过 50 %的只有 14 个,占整个分析指标的 60.87 %。但频率为 100 %的分析指标有 5 个,频率低于 20 %的指标只有 2 个,总的来说,共性大于个性。

(2)我国喀斯特洞穴导游解说词的内容框架已基本形成。研究得到的 14 个共性分析指标分属于欢迎词(2 个)、洞穴概况(4 个)、景点讲解(7 个)、欢送词

(1 个);这表明喀斯特洞穴导游解说词的内容应由上述 4 部分构成,这与旅游解说系统中导游词的基本内容——欢迎词、导游讲解、欢送词基本相符合^[13]。由于我国喀斯特洞穴导游解说词处于“初级阶段”,规范性不够,亟需加强导游词撰写的理论研究,从结构框架、内容,到表达形式等都应突出洞穴特色。

(3)我国喀斯特洞穴导游解说词在内容上与国外开发成熟的洞穴相比还有较大差距。国外喀斯特洞穴的旅游解说内容多以“地质学”为基础,主要包括洞穴的形成、地质演变过程、人类的影响、覆盖岩层的重要性、洞穴生物的多样性、钟乳石的形成等科学知识^[14]。而研究样本中,涉及喀斯特洞穴科学内容的共性指标仅有 2 项,分别是“景点形成的科学原因”(序号 14,频率 91 %)、“洞穴形成过程的科学表述”(序号 4,频率 55 %),这与国内学者在此前所得出的感性研究结论——“国内洞穴的导游解说少有洞穴科学内容”^[15]基本一致。相反,现有的洞穴导游解说词中神话传说比重过大,相似性较高。在提取的共性指标中,“景点形成的神话故事”(序号 15)的频率高达 100 %,正如部分专家所言,溶洞解说“一说就是这个像什么、那个像什么。每一个溶洞都有一个猪八戒背媳妇的故事,你去多少溶洞就看到多少猪八戒^[16]”。为了充分利用喀斯特洞穴旅游资源极强的科学价值,今后在洞穴导游解说词中应使用通俗易懂的语言对洞穴景观和洞穴环境进行介绍,向游客普及洞穴科学知识,将科学知识融入到洞穴旅游的全过程中,并控制神话传说的使用频率,注重神话传说的地方性,为洞穴旅游的发展注入新的生命力。

致 谢:中国地质科学院岩溶地质研究所的张远海先生为本文写作提供了珍贵的资料,特致谢忱!

参考文献

- [1] 陈伟海,朱德浩.中国的旅游洞穴[C]//陈安泽,卢云亭,陈兆棉.旅游地学论文集(11集).北京:中国林业出版社,2005:267—270.
- [2] 高红艳,熊康宁.贵州喀斯特洞穴文化旅游资源及开发[J].贵州师范大学学报(自然科学版),2002,20(4):25—29.
- [3] 何才华,王宗艳.洞穴环境与洞穴旅游[J].贵州师范大学学报(自然科学版),2005,23(1):46—50.
- [4] Thomas J S. Methods of Social Research[M]. Orlando: Harcourt College Publishers, 2001: 296—297.
- [5] Berelson B. Content Analysis in Communication Research[M]. New York: Free Press, 1952: 18.
- [6] 邱均平,余以胜,邹菲.内容分析法的应用研究[J].情报杂志,2005,24(8):11—13.
- [7] 张瑜.基于内容分析法的农业旅游概念界定研究[D].重庆:西南大学,2012:4—5.
- [8] 何芸,杨晓霞.内容分析法在我国旅游学研究中的应用及述评[J].西南农业大学学报(社会科学版),2012,10(4):6—12.
- [9] 马文峰.试析内容分析法在社科情报学中的应用[J].情报科学,2000,18(4):346—349.
- [10] 袁俊,章晴.湖北经典导游词[M].北京:旅游教育出版社,2009:296—301,329—334.
- [11] 李灵资.新桂林经典导游词[M].北京:旅游教育出版社,2012:152—157.
- [12] Holsti Ole. Content Analysis for the Social Science and Humanities, Reading, Mass [M]. Addison-Wesley Publishing Company, 1969:137—140.
- [13] 张立明,胡道华.旅游景区解说系统规划与设计[M].北京:中国旅游出版社,2006:106—107.
- [14] Dovring K. Quantitative semantics in 18th century Sweden[J]. Public Opinion Quarterly, 1954, 18(4):389—394.
- [15] 陈伟海.洞穴研究进展综述[J].地质论评,2006,6(52):783—791.
- [16] 张吉林,张凌云,高舜礼,等. A级景区的退出机制与动态管理[N].中国旅游报,2012—03—16(9).

Study on karst cave tour guide commentary based on content analysis

YANG Xiao-xia¹, SHI Ding-fang¹, XIANG Xu²

(1. School of Geographical Sciences, Southwest University, Chongqing 400715, China;

2. School of Economics and Management, Southwest University, Chongqing 400715, China)

Abstract: Tour guide commentary not only conduces to the protection of cave landscape and environment, but also to enjoyment of the sight of cave landscape and increase of scientific knowledge for visitors. In this paper, 22 representative domestic karst caves tour guide commentaries are selected as research samples and 23 analysis indexes are worked out. The frequency of each index in the sample is analyzed respectively, and 14 common indexes with frequency over 50 % are got. It is concluded that, (1) Karst cave tour guide commentaries in our country are different with each other presently, but the commonness exceeds individuality, (2) The content framework of our domestic karst cave tour guide commentaries have been basically established, mainly including four parts, i. e. the speech of welcome, cave survey and scenic spot explanation as well as sendoff words, (3) There is a large gap between domestic karst caves and foreign mature caves in the content of tour guide commentaries. The scientific knowledge of domestic karst caves is less, while the myths and legends are too much.

Key words: karst cave; tourism; tour guide commentary; content analysis

(编辑 韦复才)