

引用格式:康晓媛,白凯.红色记忆对红色旅游动机的影响研究[J].旅游学刊,2023,38(10):78-91.[KANG Xiaoyuan, BAI Kai. The influence of red memory on red tourism motivation[J]. *Tourism Tribune*, 2023, 38(10): 78-91.]

红色记忆对红色旅游动机的影响研究

康晓媛^{1,2},白凯^{1,3,4}

(1. 陕西师范大学地理科学与旅游学院,陕西西安710119;2. 安康学院旅游与资源环境学院,陕西安康725000;
3. 陕西文化资源开发协同创新中心,陕西西安710119;4. 陕西省旅游信息化工程实验室,陕西西安710119)

[摘要]记忆是动机产生的内在源泉,但鲜有文献揭示红色记忆对红色旅游动机的影响与作用机制。为此,文章运用质性研究与量化研究结合的方法,采取两个连续的研究设计,探索了红色记忆与红色旅游动机的潜在关联。具体而言,研究一探讨并验证了红色记忆的结构维度与理论模型,研究二明晰了红色记忆对红色旅游动机的差异化影响。具体研究发现为:(1)红色记忆自身建构高阶模型由符号记忆、情感记忆、实践记忆3个主范畴,以及自我关联符号记忆、社会象征符号记忆、归属认同情感记忆、怀旧反思情感记忆、习惯记忆和模仿记忆6个副范畴组成;(2)红色记忆量表具有良好的信度和效度,并验证了质性研究所提出的红色记忆理论模型;(3)红色记忆显著影响红色旅游动机的产生,其子维度对不同红色旅游动机存在差异化影响。该研究明晰了红色记忆的动机功能与作用机制,为红色记忆实践和红色旅游营销提供了科学管理参照。

[关键词]红色记忆;集体记忆;红色旅游;红色旅游动机

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2023)10-0078-14

DOI: 10.19765/j.cnki.1002-5006.2023.10.009

引言

《2016—2020年全国红色旅游发展规划纲要》公布以来,红色旅游进入快速发展阶段,其规模和

增速已成为我国旅游市场中的一抹亮色^[1]。红色旅游是典型的自上而下发展模式,其客源市场受到政府的大力引导和支持^[2],因而市场结构以学生和中共党员群体为主^[3],客源群体相对单一。如何有效改变单一市场结构,深度挖掘红色旅游资源和产品的特殊价值与内涵,增加旅游者在此类旅游活动中的幸福感和获得感,进而明确红色旅游产品与旅游者内心需求的关键契合点,发现红色旅游动机的核心诱发因素,也已成为持续推进红色旅游高质量发展的关键任务之一。

以往的研究指出,记忆是诱导人们参与文化遗产类旅游活动的重要因素^[4-5]。这种诱导作用表现在两个层面:个体层面,记忆促使个体寻觅和前往那些被“渴望”的地方,并通过一系列的相关活动来修复、维持和捍卫自我一致性^[6-7];群体层面,集体记忆在内化为个体心理特质的过程中,也催生了民族凝聚、群体归属感、群体认同等共同体意识与情感要素^[6]。在此类因素作用下,旅游者往往乐意前往集体的“圣地”以巩固自身与群体之间的联系^[8-9]。

在红色认知和实践背景下,记忆和旅游的关系同样密切。现有研究指出,红色旅游是构建红色记忆的重要机制,是实现红色记忆代际传承和全球交流的重要媒介与载体^[1]。然而,目前红色记忆与红色旅游的研究大多是从自上而下的视角考察红色旅游地的记忆建构过程与记忆传承功能^[10-11],对红色记忆、红色旅游和潜在旅游者三者之间的联系关注不足,并缺乏红色记忆对红色旅游动机影响的实证考察。

为此,本文将运用量化检验的方法探究红色记忆对个体红色旅游动机的影响作用。由于目前红色记忆结构维度的相关研究仍处于理论探索阶段,

[基金项目]本研究受国家社会科学基金重大项目“革命老区‘红色文化+旅游’融合发展研究(21&ZD179)”资助。[This study was supported by a grant from the Major Projects of the National Social Science Foundation of China (to ZHU Hong) (No. 21&ZD179).]

[收稿日期]2020-11-28; **[修订日期]**2021-07-20

[作者简介]康晓媛(1995—),女,山西平遥人,硕士,研究方向为红色旅游与旅游者行为,E-mail: sxkxy0125@qq.com;白凯(1974—),男,陕西西安人,博士,教授,研究方向为旅游目的地管理与旅游者行为,E-mail: bkshaanxi@163.com,通讯作者。

大多是通过定性访谈与理论推演的方式进行,现有成果或是在结构上难以自洽,或是对后续研究缺乏指导意义^[12-13]。因此,本文将首先运用扎根理论的研究方法,构建红色记忆的理论模型,并进行量化验证。其次,再利用结构方程模型进行红色记忆对红色旅游动机的影响研究,以期对红色旅游营销管理提出针对性建议。

1 文献综述

1.1 红色记忆

红色记忆是中华民族共同体成员对红色历史的记忆建构和意象体现^[12],其核心内涵与中国社会建设与发展紧密地联系在一起。它是一种情感、态度乃至认知的移入过程,是个体的一种社会化学习历程,也是个体价值观与中国革命价值观整合统一的过程。在我国,红色记忆具有集体性,是社会稳定的必要基础,是一个基本的且普遍拥有的信仰、模范及价值综合^[14]。红色记忆经历个体的认同和内化,能够帮助个体更加深入地理解中国的历史与现状,继而形成与中国社会集体规范或社会期待趋向一致的行为思想^[15]。

红色记忆具有宏观建构的过程与特征,其主要包括唤起、重构、固化和刻写4个逻辑顺序^[16]。其中,唤起是激发个体对革命战争、事件、人物以及时代精神的回忆,它是主体对红色历史记忆和信息进行选择 and 吸收的最基本条件;重构是对唤起阶段形成的记忆体系进行重新包装和新内涵注入的过程,是多种力量不断博弈的结果;而固化则指对重构后的记忆进行保持和巩固的过程,此过程有利于合法性的重构和认同感的强化;刻写是以上3个关键步骤的重要价值承载,它通过社会符号建构和个人行为习惯规范实现红色记忆的生产与再生产。经由以上4个建构过程,红色记忆实现由抽象到具体、由平面到立体以及断层到连续的发展过程,并对核心价值认同、政党认同、文化传承等产生巨大的推动作用^[17]。

红色记忆不仅是一种自上而下的顶层设计,同时也是个体自下而上的意义建构过程。在红色记忆自下而上的建构过程中,记忆主体从个体的心理机制出发,运用感官系统对红色历史与遗产等信息进行主动接收和选择性存储^[16];红色记忆由局部和微观向外延展,并通过人际之间的交流与分享活动使群体成员产生内容与形式趋近一致的红色记忆图式^[18-19]。自下而上的记忆过程不仅关注现存的记忆与历史,更着眼于

群体成员之间的分享行为^[20]。在这种记忆图式的影响下,个体的文化依恋和历史认同增强,并在红色旅游、红色纪念仪式等行为与活动中得以呈现^[21]。

1.2 红色旅游动机

动机问题是心理学研究的核心论题之一,它涉及人类行为的基本源泉,最能反映人类行为的目的性、能动性特征^[22]。作为一种典型的社会性动机,旅游动机是激励个体进行旅游活动的动因^[23],它是个体在其心理潜能和先天倾向的基础上,通过广泛的社会实践活动形成的。旅游动机具有鲜明的历时特征,在不同的历史时期、社会文化背景和个体心理机制下都存在着一定的差异性,该特征在相关研究中也得到充分说明^[24]。

作为社会性动机和旅游动机的延展与组成类型,红色旅游动机是个体为了满足自身高层次需求而前往红色旅游地进行观光游览的驱动力^[25],是自我调节将外在诱因转化为内在需要的产物^[22]。在长期的父母教化、学校教育和红色旅游地宣传等作用下,个体对红色革命历史文化有了基本的了解和领悟,并产生了红色旅游利于个人素质提升的价值研判。在此情况下,外在诱因(红色物质资源与红色精神文化)助推了内在需要(瞻仰伟人、提升自我等)的加速形成,内在需要被激发并获得了朝向红色旅游地这一目标的能量,最终促成了红色旅游动机的产生^[26]。

在红色旅游动机的影响因素研究中,学者们主要将影响因素分为主观和客观两类。主观因素主要是指年龄、兴趣、职业以及受教育水平相关的因素;客观因素主要包括地方革命文化、旅游目的地资源价值等^[27-28]。整体而言,现有对红色旅游动机产生的影响因素研究尚且停留在对个体社会人口统计特征和目的地属性等变量的简单梳理,缺乏对变量内部结构和关系作用机理的深入剖析,研究仍需深入和完善。

2 研究一:红色记忆理论模型构建、量表开发与模型选择

2.1 理论模型构建

2.1.1 研究方法与数据收集

为了探索个体红色记忆的生成与结构维度,笔者于2019年8月1—8日和10—17日进行了为期16天的访谈调研。首先,根据质性研究的资料饱和和原

则,调研之初暂不拟定访谈人数,当访谈信息重复出现且资料分析不再呈现新的内容和主题时,便停止访谈^[29]。其次,根据质性研究的目的性抽样原则,本文采取强度抽样的策略,选取具有较高信息密度和强度的个体作为研究对象。在此指导下,本文以八路军西安办事处纪念馆和延安革命遗址群两个典型红色文化地为核心调查区域,通过随机偶遇的方式,以掌握红色史实基本脉络、了解丰富的红色文化历史事件以及对于红色中国有着较为深入思考与判断的个体为访谈对象,发掘访谈对象有关红色记忆的深刻认知与见解,形成本文的一手资料。最终,在对两个典型案例地先后访谈 14 人和 12 人后,访谈数据达到理论饱和,访谈停止。同时,由于不同社会文化背景下公民红色记忆的异质性,本文在访谈过程中尽量保证受访对象在年龄、职业、学历、政治身份、地域上的层次性和均衡性。

本研究选取了 26 个访谈样本,访谈时长基本保持在 30~120 分钟之间,访谈总时长达 29.5 小时。受访对象人口统计特征如下:性别上,男性和女性分别为 12 人和 14 人;年龄上,50 后、60 后 7 人,70 后、80 后 10 人,90 后、00 后 9 人;职业上,国企及行政事业单位公职人员 6 人,私企员工 7 人,农民、工人及自由职业者 5 人,学生 8 人;受教育程度上,高中及以上 19 人,高中以下 7 人;政治身份上,中共党员和共青团员共 15 人,群众 11 人;地域分布上,受访对象分别来自陕西、山西、河南、江苏、浙江、内蒙古、甘肃、贵州等地,受访对象社会文化背景各异,具有代表性。本文按照访谈对象的先后顺序进行了数字编码,最终形成了编码 X01~X26 的 32 万余字的访谈文本。在 26 个访谈样本的基础上,本研究继续进行 5 组深度访谈以备理论饱和度检验。

2.1.2 编码过程

(1) 开放式编码

本文依据 Corbin 和 Strauss 的三级编码方法对访谈资料进行扎根理论分析^[30]。首先进行开放式编码分析,对资料进行概念化和范畴化处理,并按照“原始语句-初始概念-初始范畴”的方式逐字逐句进行编码。经过对访谈资料的反复整理与分析,本文得到 68 个初始概念和 25 个初始范畴。

(2) 主轴式编码

主轴式编码是在开放式编码的基础上,通过对相近的概念和现象加以归类 and 集聚,发现与建立各类别之间关系的编码过程。红色记忆的结构特性与集体记忆相融相通,因此副范畴的识别与提取借

鉴了集体记忆的相关理论成果。本文对开放式编码的 25 个初始范畴加以“聚敛”,归纳出 6 个副范畴和 3 个主范畴(表 1)。6 个副范畴为自我关联符号记忆、社会象征符号记忆、归属认同情感记忆、怀旧反思情感记忆、习惯记忆和模仿记忆,3 个主范畴为符号记忆、情感记忆和实践记忆。

表 1 主轴式编码
Tab. 1 Axial coding

初始范畴 Original categories	副范畴 Sub-categories	主范畴 Main categories
A1 红色身份	B1 自我关联符号记忆	C1 符号记忆
A2 时代姓名	Self-related symbolic	Symbolic
A3 老物件(生活用品)	memory	memory
A4 纪念物品(身份荣誉)		
A5 老照片、红色家书		
A6 历史事件知识	B2 社会象征符号记忆	
A7 红色人物及事迹	Social representational	
A8 红色圣地	symbolic memory	
A9 时代精神		
A10 政策口号		
A11 红歌		
A12 爱国情怀	B3 归属认同情感记忆	C2 情感记忆
A13 政党认同	Emotional memory of	Emotional
A14 敬仰先烈	belonging and	memory
A15 感恩时代	identification	
A16 怀念过去的时代	B4 怀旧反思情感记忆	
A17 怀念过去的人们	Emotional memory of	
A18 反思	nostalgia and reflection	
A19 行为举止	B5 习惯记忆	C3 实践记忆
A20 身体姿势	Habitual memory	Practical
A21 声音		memory
A22 服饰		
A23 生活习惯、作风模仿	B6 模仿记忆	
A24 学习态度模仿	Imitative memory	
A25 榜样自我化		

集体记忆具有高低不同的层次,当记忆与事件原始发生的时间和空间距离越远时,它的层次越高,越体现集体层面的意识,相对抽象与客观。反之,它的层次越低^[31],越反映个体生活经历与内心情感,相对具象与主观。自我关联符号记忆就是相对低层次的记忆,特指个体对家族成员革命时期亲身经历的红色革命历史的记忆,具有较高的鲜活性。社会象征符号记忆则是相对高层次的记忆,指个体对代表红色历史与精神的社会象征体系及其内涵的认知与把握,是相对抽象的、无所不在的记忆。

集体记忆不仅是公开的符号和意义系统,而且

还蕴含了特定个人的实际思维过程与情感状态^[19]。归属认同情感记忆指个体经过感受、体验并内化于心的对红色过去的情感认同与记忆归属；怀旧反思情感记忆则指个体对红色革命年代的情感寄托与对现代社会批判性思考的集合，二者代表了个体不同的红色情感倾向。

每个集体都试图将最亟须保存的范畴和价值融入个体身体的自然动作中，并以习惯记忆的形式保存和传承下去^[32]。因而，习惯记忆指个体在红色仪式活动中所重复与保留下来的身体习惯性动作、姿势、行为等记忆。此外，集体记忆不仅局限于记忆主体的习惯性身体行为，也是记忆主体和社会互动作用的结果，通过模仿他人来进行社会行事是集体记忆生成的模式之一^[33]。模仿记忆指个体通过对革命先烈的外显行为或内隐思想采取主动学习、模仿等实践行为而产生的记忆。

在进一步对副范畴进行逻辑联结与关系推演的基础上，本文发展了符号记忆、情感记忆和实践记忆3个主范畴，并对其进行了内涵界定。具体而言，符号记忆指个体头脑中的关于党红色革命时期、建设时期和改革时期历史与事件符号系统；情感记忆是红色情感体验的记忆储存，是个体对红色事件、历史与人物的整体评价与态度；实践记忆是个体在红色记忆传承过程中亲身实践获得的记忆。

(3) 选择式编码

选择式编码要求提炼出核心范畴，并用故事线的形式描述现象。通过对主副范畴的持续比对和反复论证，本研究提炼出“红色记忆具身建构”这一核心范畴。围绕这一核心范畴，故事线为：我国公民生来就存在于一个红色文化框架或情境之中，红色记

忆建构首先是从红色符号的认知与辨别开始的。没有过多生活经历的小孩子在看到毛主席雕像时激动地大喊“毛爷爷，您好”便是例证。心智是身体的心智，认知是身体的认知^[34]。在这个过程中，个体运用身体的重要武器——头脑对符号进行系统学习并将符号储存在大脑中，形成红色“常识”。但红色记忆不仅仅是抽象的符号体系，更是一种自豪与骄傲的情愫，一种“感动到想哭”的情感体验。情感以身体为建构的场所^[35]，并在整体的身体震颤中客观体现^[36]。在年长者直接的情感过渡和个人价值理性判断的基础上，伴随着身体的情绪性运动，个体形成了不同的红色态度和情感倾向。此外，行动和操演的身体实践是保存和传承记忆的重要手段^[37]。个体会无意识或主动、被动地运用身体实践进行红色记忆的再现，将红色记忆内化为身体的自动化程序，并用于指导自身的意识体系建设和行为实践发展。

总体而言，红色记忆的建构过程就是身体与“红色世界”的互动过程。在不同的情境中，符号记忆、情感记忆与实践记忆以不同的方式组合在一起，并相互影响、相互交融。红色符号的深刻认知有助于增加个体的情感强度、规训个体的实践行为；红色情感的持续发酵有助于强化个体的符号辨别能力与记忆实践动力；而红色实践则在记忆复现与书写过程中完成符号的具象化再现与红色情感的唤醒。三者的互动统一共同减少了时空距离带来的记忆疏离与不真实感，使红色记忆成为个人“真正的”记忆。

(4) 理论饱和度检验

编码过程完成后，本文进行了理论饱和度检验，5个样本的概况统计如下：性别上，男性两人，女

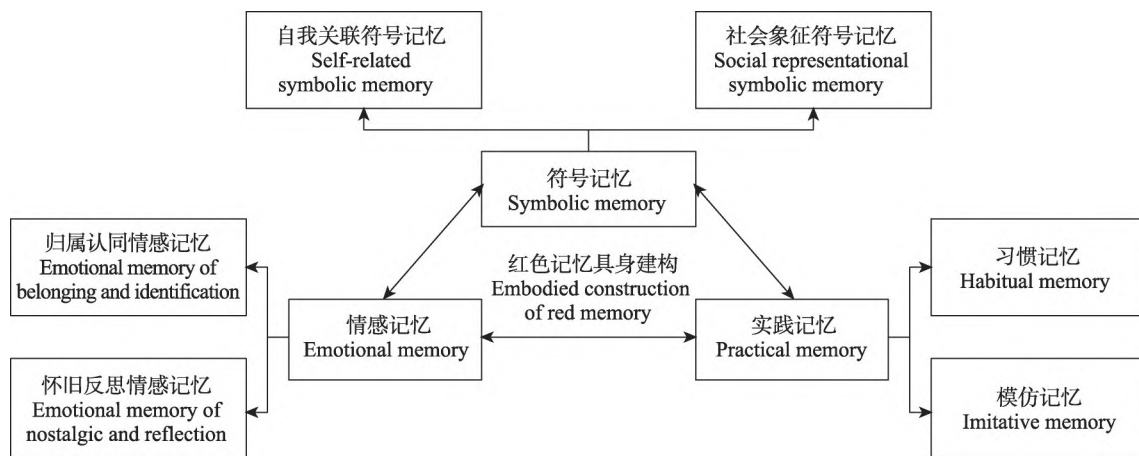


图1 红色记忆具身建构理论模型图

Fig. 1 Theoretical model of embodied construction of red memory

性 3 人;年龄上,80 后、90 后 4 人,00 后 1 人;职业上,学生 2 人,企业人员 2 人,家庭主妇 1 人。经整理,发现相关内容均在已得到的核心范畴之内,主范畴之间也未发现新的因子。因此,可以认为,红色记忆具身建构的理论模型已经达到饱和,范畴发展可以停止。

2.2 量表开发与模型选择

2.2.1 量表编制与数据收集

研究设计问卷为结构式调查问卷,由两个部分构成:(1)红色记忆的测量维度;(2)调查对象的社会人口结构特征。红色记忆的测度上,本文基于扎根理论分析所开发的红色记忆理论模型,编制出含有 29 个测项的原始量表,测项的表述基本来自访谈内容。社会人口结构特征方面,主要涉及性别、年龄、受教育程度、政治面貌和家庭/个人年收入等。

数据收集方面,考虑到研究对象为全体国家公民,故而样本的选取不受地域限制。因此,本文借助“问卷星”调查平台,以网络调研的形式考察个体的红色记忆建构情况与结构维度。预调研于 2019 年 9 月进行,收集问卷 145 份,回收有效问卷 130 份,问卷有效率 89.7%。预调研完成后对数据进行了探索性因子分析,最终删除了 6 个题项,形成具有 23 个题项的正式问卷。

正式调研于 2019 年 10 月进行,共收集问卷 396 份,回收有效问卷 379 份,有效率达 95.7%。样本构成中,性别上,女性受访者 199 人,男性受访者 180 人,男女比例基本适宜。年龄上,80 后居多,107 人;70 后和 90 后次之,151 人,占 39.9%;其他年龄段的被调查者 121 人。政治面貌上,中共党员和共青团员占比 53.5%,群众占比 46.5%。受教育程度上,被调查者大多都接受过高中以上的教育,其中,大专及本科以上占到 78.6%。

2.2.2 探索性因子分析

本研究采用 SPSS 26.0 对回收数据进行探索性因子分析。首先,检验量表是否适宜采用因子分析。因子提取标准为:每个因子至少 3 个测项;旋转因子载荷小于 0.4 或交叉因子载荷大于 0.4 的测项删除;各维度因子特征值大于 1。结果显示,量表 KMO 值为 0.868,方差近似值为 5898.858,自由度 df 值为 325, Bartlett 球形检验的显著性水平 $p=0.000 < 0.05$,表明研究所开发的量表通过适合度检验。经过 3 次因子淬炼,本文将交叉载荷高于 0.4 的 6 个测项删去,最终保留了 23 个测项,各测项的因子载荷在 0.653~0.898 之间,各因子的 Cronbach's α 系数在

0.815~0.923 之间,各因子特征值均大于 1,说明得到较为切合的因素结构(表 2)。此外,6 个维度的方差累积贡献率为 71.14%,符合 60%的提取界限。根据各个因子的测项构成,分别命名为:自我关联符号记忆、社会象征符号记忆、归属认同情感记忆、怀旧反思情感记忆、习惯记忆与模仿记忆。经过探索性因子分析发现,扎根理论所构建的红色记忆理论模型具有一定的合理性,可以进行下一步的验证性因子分析。

2.2.3 验证性因子分析与模型选择

本部分旨在通过验证性因子分析选出最为合理的红色记忆测量模型,并对该模型进行效度检验。根据扎根理论所确定的红色记忆具身建构理论模型,本文构建了 3 种不同类型的测量模型。模型 1 是由红色记忆单一维度涵盖所有测项的一阶因子模型;模型 2 是在红色记忆维度之下,聚合相关副范畴构成的二阶因子模型,模型 3 是高阶因子模型,红色记忆高阶维度由 3 个二阶因子和 6 个一阶因子构成。

模型选择主要是通过 3 个测量模型的拟合度比较,从中选出稳健性最高的模型^[38]。利用 AMOS 23.0 对各模型构建、运行与修正后,结果显示,除模型 1 有 3 条路径不合理外($p > 0.05$),模型 2 和模型 3 的各条路径均合理且达到显著水平。在对各模型适配指标值比较后发现,模型 1 大多数指标都不达标($\chi^2=771.190$, RMSEA=0.075, SRMR=0.100, GFI=0.870, AGFI=0.829, NFI=0.862, RFI=0.834, IFI=0.896, TLI=0.874, CFI=0.895, PGFI=0.662, PNFI=0.716, PCFI=0.743, CN=162 ($\alpha=0.01$), $\chi^2/df=3.672$),模型 2 部分指标不达标($\chi^2=511.260$, RMSEA=0.052, SRMR=0.070, GFI=0.914, AGFI=0.895, NFI=0.909, RFI=0.897, IFI=0.947, TLI=0.939, CFI=0.946, PGFI=0.742, PNFI=0.805, PCFI=0.838, CN=258 ($\alpha=0.01$), $\chi^2/df=2.282$),模型 3 所有指标均达标($\chi^2=469.118$, RMSEA=0.049, SRMR=0.054, GFI=0.921, AGFI=0.901, NFI=0.916, RFI=0.904, IFI=0.954, TLI=0.947, CFI=0.954, PGFI=0.737, PNFI=0.800, PCFI=0.833, CN=278 ($\alpha=0.01$), $\chi^2/df=2.123$)。因此,可以发现模型 3 是红色记忆最优测量模型。

效度检验方面,主要包括收敛效度和区分效度。其中,收敛效度包括平均方差萃取量 AVE(average of variance extracted)值和组合信度 CR(composite reliability)值,AVE 值高于 0.5,CR 值超过 0.7,说明各测项之间具有良好的收敛效度。数据显示,一阶

表2 红色记忆探索性因子分析
Tab. 2 Results for confirmation factor analysis of red memory

维度 Dimension	测量题项 Items of measurement	均值 Mean value	标准差 Standard deviation	因子载荷 Factor loading	解释总方差 Total variance explained
自我关联 符号记忆 Self-related symbolic memory	我的家族成员中有老红军或老党员	3.27	1.718	0.703	10.854
	我家有革命相关的老物件	2.95	1.486	0.790	
	我家有徽章、勋章等表达革命身份与荣誉的革命纪念物品	2.74	1.494	0.831	
社会象征 符号记忆 Social representational symbolic memory	我家有记录过去的老照片、红色家书等革命纪念物品	2.95	1.493	0.764	14.804
	我了解革命战争时期的重大历史事件与人物事迹	3.83	0.960	0.830	
	我了解具有特殊地位和历史意义的红色遗址地	3.85	0.894	0.811	
	我了解革命战争时期的优良民族和时代精神	3.91	0.878	0.881	
归属认同 情感记忆 Emotional memory of belonging and identification	我了解革命战争时期的相关红色政策和红色标语	3.53	0.973	0.863	12.975
	我熟悉革命战争时期的经典红歌	3.57	0.991	0.653	
	我认为我的祖国很了不起	4.82	0.485	0.795	
怀旧反思 情感记忆 Emotional memory of nostalgia and reflection	党在革命战争年代做出了艰苦卓绝的努力	4.78	0.449	0.860	9.037
	我对革命先烈与英雄人物充满了敬仰之情	4.76	0.445	0.871	
	我对今天的幸福生活充满感恩	4.70	0.500	0.821	
习惯记忆 Habitual memory	我怀念祖辈和父辈成长生活的那个时代	3.75	1.148	0.814	13.432
	我怀念过去人们的质朴与信仰的坚定	4.26	0.853	0.779	
	革命事迹促使我反思自己的行为 and 人生价值	4.24	0.850	0.746	
	在纪念仪式活动中,我熟悉并自觉表现出正确的行为举止	4.65	0.574	0.807	
模仿记忆 Imitative memory	在纪念仪式活动中,我会严格遵照指示完成特定动作	4.64	0.594	0.888	10.042
	在纪念仪式活动中,我会遵守纪律,不随意喧哗	4.81	0.499	0.898	
	在纪念仪式活动中,我会按规定穿着得当	4.72	0.605	0.869	
	我曾经模仿过某位革命先辈的优良生活习惯	3.60	1.199	0.874	
	我曾经用某位革命先辈的精神指导自己的学习成长等	3.81	1.110	0.898	
	我曾经以革命先辈为榜样审视与反思自己	3.20	1.378	0.766	

因子的 AVE 值分别为 0.528、0.645、0.633、0.607、0.671、0.731；CR 值分别为 0.847、0.916、0.896、0.822、0.891、0.890，二阶因子的 AVE 值分别为 0.530、0.623 和 0.697；CR 值分别为 0.941、0.930 和 0.941，均大于标准值，说明模型的收敛效度均达到了最佳标准。在区分效度上，主要采用 AVE 值和相应构念间相关系数的平方值大小比较来检验。对因素间的相关系数进行运算发现，各相关系数的平方值(0.152~0.318)均低于上述平均变异萃取量(0.530~0.697)，说明该模型能够体现较好的区分效度。

3 研究二：红色记忆对红色旅游动机的影响

3.1 研究设计

3.1.1 研究假设与模型建构

为了验证红色记忆对红色旅游动机的影响，本文将在红色记忆结构模型和前文理论梳理的基础上，提出下列研究假设。

Wirtz 等研究指出，个体通常参考过往记忆确定未来心理及行为倾向^[39]，过往记忆属性越积极，个体就越容易采取积极的行为，反之亦然。Marschall 则在旅游和记忆关系的研究中指出，记忆在人与地方的联结中起着特殊作用，往往是记忆而非其他的旅游实践催发了人们的出行动机^[4]。这种记忆既包括个人对过往独特生活经历的记忆，也包括集体层面对目的地的感知与印象。以此类推，具有丰富红色记忆的个体会在过往生活历程中与某些红色旅游地有独特联结，抑或对红色旅游地有深刻的感知与想象。在此基础上，本文推想具有丰富红色记忆的个体会产生前往红色旅游地进行记忆实践的强烈愿望与诉求。基于此，本文提出以下研究假设：

H1：红色记忆对红色旅游动机有显著正向影响

卡西尔认为，人类是“符号的动物”，人以符号为媒介创造了文化与社会，同时用符号解释世界的意义并指导自己的行为^[40-41]。旅游过程同样是一种符号化的过程，旅游目的地通过符号标识系统的打

造,满足了人们的心灵与精神追求,吸引着旅游者不断前来,并进行符号实践^[42-44]。红色旅游地是官方主导下,红色符号记忆系统通过选择、表述和重演3个环节构建而形成^[11]。那么符号记忆对不同的红色旅游动机是否有影响?有怎样的差异性影响?基于此,本文提出以下研究假设:

H2:符号记忆对红色旅游动机有显著正向影响

H2a:符号记忆对求知教育红色旅游动机有显著正向影响

H2b:符号记忆对景仰朝圣红色旅游动机有显著正向影响

H2c:符号记忆对自我实现红色旅游动机有显著正向影响

情感是个体决策行为背后的重要动因。王克军和马耀峰指出,情感是激发个体出游的主要动机^[6]。Swarbrooke和Horner认为,旅游动机包括情感因素,例如怀旧、浪漫、逃避、冒险和心理满足等^[46]。Marschall研究证明,与目的地的情感联结会激发旅游者的旅游动机,比如乡愁旅游、寻根旅游等^[47]。然而,对于目的地的复杂情感,如珍视、怀念等反而会使旅游者产生避免破坏心中美好伊甸园的想法,从而在一定程度上阻碍旅游者的出行^[6]。红色旅游情境下,红色旅游地因承载了革命文化与精神从而使旅游者产生了崇拜、怀旧等情感^[48]。那么这种情感记忆对不同红色旅游动机是否有影响?有怎样的差异性影响?综上,本文提出以下研究假设:

H3:情感记忆对红色旅游动机有显著正向影响

H3a:情感记忆对求知教育红色旅游动机有显著正向影响

H3b:情感记忆对景仰朝圣红色旅游动机有显著正向影响

H3c:情感记忆对自我实现红色旅游动机有显著正向影响

过去形塑现在。任何过往经历都会成为个人记忆之所,并深深影响个体的旅游目的地选择^[49]。过往的经历和行为习惯与未来需求的匹配度越高,个体的旅游选择意愿也越强烈^[50]。实践记忆是个体在亲身实践后形成的红色记忆集合,其通过对过去的传承和当下的建构,影响着人们的行为模式,并一定程度上成为未来实践的摹本^[51]。那么实践记忆对不同的红色旅游动机是否有影响?有怎样的差异性影响?基于此,本文提出以下研究假设:

H4:实践记忆对红色旅游动机有显著正向影响

H4a:实践记忆对求知教育红色旅游动机有显

著正向影响

H4b:实践记忆对景仰朝圣红色旅游动机有显著正向影响

H4c:实践记忆对自我实现红色旅游动机有显著正向影响

由此,形成了研究假设模型图(图2)。

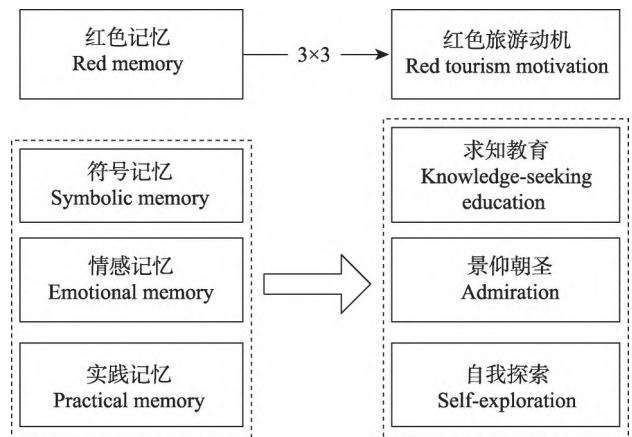


图2 假设模型图

Fig. 2 Hypothetical model

3.1.2 量表编制与数据收集

研究设计问卷为结构式调查问卷,由3个部分构成:(1)红色记忆的测量维度;(2)红色旅游动机的测量维度;(3)调查对象的社会人口结构特征,前两个部分采用Likert 5点量表进行测量,第三部分采用单项选择的方式调查。在红色记忆的测度上,本文采用研究一设计并验证的红色记忆量表,该量表包含3个维度23个测项。在红色旅游动机的测度上,由于旅游者动机的激发源于个体内心的选择而非外在的吸引^[52],本文重点借鉴了已有红色旅游动机量表中的内在动机维度。具体而言,本文参考了Li等^[53]、范春春^[25]、Zhao和Timothy^[26]的问卷量表,保留了求知教育和景仰朝圣的维度;结合Dunkley等^[54]和刘红梅^[55]的研究内容以及Pearce和Lee^[56]的量表,设计了自我实现维度。最后,结合本文的研究目的,对问卷进行了适当的修改,形成了本文的最终问卷。

针对本研究设计,笔者于2020年2月进行了问卷星自填式调查。筛选题项为“您是否曾经前往红色旅游地参观游览或未来(近两年内)有红色旅游游览计划”,回答为“否”问卷结束,回答为“是”进入正式的问卷环节。其间共发放问卷585份,回收有效问卷478份,有效率达81.7%。问卷回收后,对问卷进行了筛选,删除了填写时长少于300秒和选项具有高度一致性的问卷。样本构成中,受访群体地

域上以陕西省内为主,139人,其余省份的调研对象数量相对均衡;性别上,男女比例大体相当,其中,女性受访者229人,男性受访者249人;年龄上,90后居多(211人),70后和80后次之(182人),其他年龄段85人;政治面貌上,中共党员和共青团员占比51.7%,群众占比48.3%;受教育程度上,被调查者大多接受过高中以上教育,其中,大专及本科以上占到86.5%。

3.2 探索性因子分析

在进行数据分析前,本文将收集到的478份有效问卷随机分为两个子样本,样本一($n=178$)进行探索性因子分析,样本二($n=300$)进行验证性因子分析。由于红色记忆量表在前文量化研究中已得到检验,本部分直接进行红色旅游动机的探索性因子分析。首先检验量表是否适宜采用因子分析。结果显示,量表KMO值为0.903,方差近似值为2968.683,自由度 df 值为66,Bartlett球形检验的显著性水平 $p=0.000<0.05$,表明研究所开发的量表通过适合度检验。接着,本文采用主成分分析法和最大方差法,经过5次因子淬炼,删除两个交叉载荷大于0.4的测项后,得到红色旅游动机旋转后的成分矩阵。该模型共提取出3个公因子,分别命名为求知教育动机、景仰朝圣动机及自我实现动机。其中,各因子的Cronbach's α 系数分别为0.797、0.741及0.836,均大于0.7,各因子特征值均大于1,说明得到较为契合的因素结构。此外,整体因子方差累积贡献率为68.25%,符合60%的提取界限,因子分析效果良好,可以进行下一步的验证性分析。

3.3 验证性因子分析

本部分通过验证性因子分析对红色记忆与红色旅游动机两个潜变量进行效度检验。效度主要包括收敛效度和区分效度。数据显示,红色记忆3个因子的AVE值分别为0.587、0.587及0.677;CR值分别为0.927、0.908及0.935,红色旅游动机3个因子的AVE值分别为0.583、0.503及0.661;CR值分别为0.847、0.800及0.886,均大于标准值,说明潜变量的收敛效度较好。在区分效度上,对因素间的相关系数运算发现,红色记忆各相关系数的平方值(0.106~0.286)低于其平均变异萃取量(0.587~0.677),红色旅游动机各相关系数的平方值(0.457~0.492)低于其平均变异萃取量(0.503~0.661),说明潜变量均能够体现较好的区分效度。

3.4 结构模型分析与假设检验

3.4.1 结构模型分析

首先,本研究总体检验了红色记忆对红色旅游动机的影响作用(H1),由此形成了红色记忆对红色旅游动机的影响模型(模型1)。其次,为进一步探究红色记忆各子维度(符号记忆、情感记忆及实践记忆)对红色旅游动机的影响作用(H2~H4),本文建立了符号记忆、情感记忆及实践记忆对红色旅游动机影响的3个结构模型,分别命名为模型2~模型4。在验证性因子分析的基础上,本文采用极大似然法对上述模型进行估计,最终得到各模型的适配指标值。修正后的模型结果显示,模型1~模型4各项指标均达到良好的标准,可被用作检验本研究假设(表3)。

3.4.2 假设检验

相关研究证实,检验标准 t 值的绝对值大于2.58,则参数估计值达到0.01显著性水平,若 t 值的绝对值大于1.96,则参数估计值达到0.05显著性水平^[57]。本文运用结构模型对研究假设进行验证,结果如下。

红色记忆正向显著影响红色旅游动机($\gamma=0.77$, $p<0.001$),H1成立。集体记忆体现出整个群体较为深层的价值取向、情感表达以及心态变化等方面,为群体的态度、行为等方面提供更加一致的标准和方向^[58]。红色记忆作为一种特殊的集体记忆,同样塑造着中国人民的家国情怀,影响着整个民族的态度、情感和行为倾向。旅游者层面,拥有丰富红色记忆的个体往往具备强烈的革命情怀和家国意识,更加重视对红色知识的索取,并以多种方式内化和践行红色精神。目的地层面,红色旅游地作为典型的红色记忆空间,具有丰富的红色遗产和精神底蕴,其建构与开发过程中红色记忆要素的合理搭配,如影像、雕塑、历史物件等,正好满足了具有深刻红色记忆个体的精神追求,并深深吸引着个体前来感受革命历史,体验革命生活。

符号记忆正向显著影响红色旅游动机,H2成立。细化而言,符号记忆正向显著影响求知教育($\gamma=0.83$, $p<0.001$)、景仰朝圣($\gamma=0.80$, $p<0.001$)和自我实现($\gamma=0.77$, $p<0.001$)红色旅游动机,假设H2a、H2b、H2c成立。其中,符号记忆对求知教育动机的影响更为显著。符号具有能指和所指双重含义,能指是外在形态和物质载体,所指是其背后蕴含的意义。对于个体而言,符号不仅是多维价值体系,同时能够引起情感的发生发展^[59],并导向一定的个体行为^[60]。旅游者往往是在心中已有符号和印象的激发下,前

表 3 假设检验结果及模型拟合指标
Tab. 3 Results of hypothesis and model fitting index

假设路径 Hypothesis path	路径系数 Path coefficient	t 值 t value	检验结果 Results
H1: 红色记忆→红色旅游动机	0.77***	6.25	通过
模型 1 的各项指标: RMSEA=0.051, SRMR=0.028, GFI=0.987, AGFI=0.967, NFI=0.972, RFI=0.948, IFI=0.984, TLI=0.971, CFI=0.984, PGFI=0.576, PNFI=0.519, PCFI=0.525, $\chi^2/df=2.257$			
H2a: 符号记忆→求知教育动机	0.83***	4.36	通过
H2b: 符号记忆→景仰朝圣动机	0.80***	4.33	通过
H2c: 符号记忆→自我实现动机	0.77***	3.79	通过
H2: 符号记忆→红色旅游动机	—	—	通过
模型 2 的各项指标: RMSEA=0.059, SRMR=0.038, GFI=0.944, AGFI=0.918, NFI=0.938, RFI=0.922, IFI=0.960, TLI=0.950, CFI=0.960, PGFI=0.647, PNFI=0.743, PCFI=0.760, $\chi^2/df=2.688$			
H3a: 情感记忆→求知教育动机	0.77	3.39	通过
H3b: 情感记忆→景仰朝圣动机	0.86	4.80	通过
H3c: 情感记忆→自我实现动机	0.79	4.29	通过
H3: 情感记忆→红色旅游动机	—	—	通过
模型 3 的各项指标: RMSEA=0.033, SRMR=0.029, GFI=0.973, AGFI=0.954, NFI=0.969, RFI=0.956, IFI=0.989, TLI=0.984, CFI=0.989, PGFI=0.584, PNFI=0.671, PCFI=0.685, $\chi^2/df=1.533$			
H4a: 实践记忆→求知教育动机	0.69	3.60	通过
H4b: 实践记忆→景仰朝圣动机	0.86	4.68	通过
H4c: 实践记忆→自我实现动机	0.74	3.96	通过
H4: 实践记忆→红色旅游动机	—	—	通过
模型 4 的各项指标: RMSEA=0.048, SRMR=0.034, GFI=0.958, AGFI=0.936, NFI=0.954, RFI=0.939, IFI=0.975, TLI=0.967, CFI=0.975, PGFI=0.621, PNFI=0.713, PCFI=0.729, $\chi^2/df=2.104$			

注:***表示 $p < 0.001$

往某地进行多种旅游体验,因此,符号记忆对不同红色旅游动机均有正向显著影响。Culler 在旅游符号学的研究中指出,旅游者“是符号军队”^[61],旅游者前往目的地就是为了进行符号实践。同时,由于符号具有认知特性^[62],因而符号记忆对求知教育动机影响最大。具体而言,在长期的红色文化、红色符号浸染下,个体对红色旅游符号系统认知越深刻,越容易被红色旅游地承载的多维符号价值吸引,产生求知教育的出游动机与行为。例如旅游者不仅自行前往红色旅游地,也注重带领子女前往红色旅游地接受思想教育,以期提高后代的文化素养和思想觉悟,实现红色记忆的代际传承^[63]。

情感记忆正向显著影响红色旅游动机, H3 成立。细化而言,情感记忆正向显著影响求知教育 ($\gamma=0.77, p < 0.001$)、景仰朝圣 ($\gamma=0.86, p < 0.001$) 和自我实现 ($\gamma=0.79, p < 0.001$) 红色旅游动机,假设 H3a、H3b、H3c 成立。其中,情感记忆对景仰朝圣动机的影响最为显著。涂尔干认为,集体情感是一种有序的、自觉的社会力量,它能够规范社会行动,促进社会整合^[64]。具体而言,在集体情感的指引下,共同体成员不仅会对伤害集体情感的行为做出抵抗,也会

积极主动追寻集体步伐、推动集体延续和维持。在红色情感记忆影响下,个体热衷于前往红色遗址地巩固红色集体身份,强化红色集体人格。因此,情感记忆对不同红色旅游动机均有显著正向影响。此外,集体记忆具有维持关系和加强情感联系的功能^[65],情感记忆则在其中发挥着关键作用。故此,情感记忆丰富的个体更倾向于参与集体互动,增强彼此间的情感纽带,产生情感共鸣,3 种动机类型中也更有可能激发景仰朝圣旅游动机。

实践记忆正向显著影响红色旅游动机, H4 成立。细化而言,实践记忆正向显著影响求知教育 ($\gamma=0.69, p < 0.001$)、景仰朝圣 ($\gamma=0.86, p < 0.001$) 和自我实现 ($\gamma=0.74, p < 0.001$) 红色旅游动机,假设 H4a、H4b、H4c 成立。其中,实践记忆对景仰朝圣动机的影响最为显著。实践记忆不仅受到传统(过去)的规约而重构过去,而且通过当下记忆影响未来的实践^[61]。在日常生活和仪式活动中,个体形成了一种红色记忆实践的“惯性”,这种惯性使其定期进行记忆实践,并从中学习提升、寻找归属感以及建构自我生命意义。因此,实践记忆对于 3 种红色旅游动机都有显著的影响。实践记忆包括习惯记忆和模仿

记忆,在一定程度上,二者分别代表了被动和主动的红色记忆实践。一般而言,作为操作性的红色记忆维度,实践记忆会更有自我指向性,在此记忆影响下,个体会更易激发自我实现红色旅游动机。但由于模仿记忆($\gamma=0.67, p<0.001$)对自我实现动机的影响较强,习惯记忆($\gamma=0.50, p<0.001$)对自我实现动机的影响偏弱,使得整体上实践记忆对自我实现动机的激发较弱。同时,由于个体情感的易触发性,景仰朝圣动机成为实践记忆影响下最显著的出游动机。

4 研究结论与启示

4.1 主要结论与讨论

本文采用质性与量化相结合的研究方法,对红色记忆的结构维度进行了扎根理论分析和量化检验,并验证了红色记忆及其子维度符号记忆、情感记忆及实践记忆对不同红色旅游动机的差异性影响,主要研究结论如下。

第一,提出了红色记忆的结构维度和理论模型。典型的集体记忆研究主要从较宏观的空间维度和时间维度两个层面论证了集体记忆的建构过程与功能作用^[66]。除 Connerton 强调纪念仪式中人的自身操演对集体记忆形成的重要作用之外^[32],少有学者探究个体中心观下,集体记忆的生成乃至其结构维度。本文运用扎根理论,探索出红色记忆具身建构高阶理论模型。该模型包括符号记忆、情感记忆、实践记忆3个主范畴以及自我关联符号记忆、社会象征符号记忆、归属认同情感记忆、怀旧反思情感记忆、习惯记忆和模仿记忆6个副范畴,以及“红色记忆具身建构”这一核心范畴。本文突破了传统的集体记忆研究视角,呈现了意识主体能动的红色记忆建构过程与结构维度。

第二,开发了红色记忆量表,并进行了实证检验。已有的红色记忆多为质性研究和理论推演,鲜有量化实证研究。本文运用结构方程模型,对红色记忆的结构维度进行了量化测定,形成了具有3个二阶维度、6个一阶维度、23个测项的量表。数据显示,红色记忆具有符号记忆、情感记忆、实践记忆3个二阶维度,其中,实践记忆对红色记忆的标准化回归系数高于情感记忆和符号记忆。这是由于实践记忆是在一定的场域环境下形成的,对红色记忆的塑造更加多元鲜活,因此,在红色记忆形成中发挥着更为重要的作用。6个一阶维度中,社会象征符号记忆、怀旧反思情感记忆和习惯记忆对二阶维

度的回归系数分别高于自我关联符号记忆、认可归属情感记忆以及模仿记忆。符号记忆方面,由于时空距离的加大,革命亲历者的不断逝去^[14],自我关联符号记忆逐渐淡化,个体更多是通过学校教育、影视作品、红色研学活动以及社会宣传等途径获得红色记忆,因而社会象征符号记忆更为显著。情感记忆方面,当今社会,个体不是记忆接收的机器,而是能动的记忆实践者,经由自身长期观察与深刻反思后形成的情感风格才是奠定情感记忆的重要基调。实践记忆方面,目前,我国公民组织参与下的习惯记忆较为丰富,自发形成的模仿记忆相对薄弱,因而,习惯记忆在实践记忆中占据更为主要的地位。

第三,量化分析了红色记忆对红色旅游动机的影响作用。实证结果显示,红色记忆及其子维度符号记忆、情感记忆及实践记忆均对红色旅游动机有正向显著影响。首先,红色旅游动机的激发与个体红色记忆密切相关,这说明红色旅游动机的激发受到个人过往的红色经历、经验的首要影响。其次,整体上,情感记忆对红色旅游动机的影响作用更为显著,符号记忆和实践记忆次之。正如休谟所言,快乐和痛苦等情感是人类心灵的主要动力^[67],同时也是欲望、意愿和行为产生的重要源泉。对旅游者而言,在其前往异地旅游的过程中,无论是追求愉悦,还是追求身心自由体验,都离不开情感这一要素^[68]。本文的研究结论呼应了该论断,说明即使是富有教育和精神色彩的红色旅游情境下,追求情感体验也是最重要的因素之一。再次,红色记忆对景仰朝圣红色旅游动机有更强的激发作用,这一结果是红色记忆本质属性与红色旅游属性契合的结果。红色记忆的客体来源为革命史实,具有一定的神圣化色彩;而红色旅游区别于其他旅游形式的重要标准也正是基于社会现实的神圣性^[10]。二者的对接使得旅游者期望通过追寻先烈足迹、忆苦思甜等方式在红色目的地获得“朝圣”般的精神体验。因而,红色记忆不仅是建构红色旅游地的重要手段,同时也是吸引旅游者的重要动力之一。

4.2 管理建议与不足

当今社会,多元文化不仅严重冲击着人们的观念和价值体系,更对民族精神传承、文化生态和国民的身份认同造成了威胁。而以红色旅游、红色教育等多种形式为载体的红色记忆,已成为刻画时代精神底色、汇聚强大发展动能的重要支撑。因此,掌握红色记忆的结构维度,抓住红色记忆脉搏,

有利于建立红色历史与当下存在之间“活的联系”，使得后代从被动接受记忆的客体转变为能动的记忆实践者，并主动前往红色记忆之场追溯过去或反观当下。基于此，本文对红色记忆实践和红色旅游营销管理有如下建议。

(1) 创新话语体系与表达机制，激发红色记忆传承动力。Halbwachs 曾说，集体记忆是基于当下需要而建构的^[69]，即如果脱离现实社会和文化土壤，集体记忆就会不再生动、鲜活，并失去规范个体行为和促进社会凝聚的强大影响力。因此，红色记忆需要不断更新，在政府引导下创新话语体系与表达机制（如融合数字实践），塑造适应社会生活的、具有现实指导意义的“新红色记忆”，从而实现红色记忆的主动交流和有效传承。

(2) 加强红色记忆要素辨别与情感激发，针对性地制定红色旅游营销战略。虽然个体的红色记忆内容各有不同，但具身建构下的红色记忆大体都包括符号、情感与实践 3 个维度层次。这 3 种记忆类型，尤其是情感记忆对红色旅游动机有着显著的影响。管理者在构思红色旅游地形象时，应提取出与旅游者认知契合度最高的符号与情感要素，使红色旅游地意象与个体心中趋于一致，吸引旅游者主动到访。

(3) 打造革命记忆场域，增加红色旅游特色主题活动。红色旅游管理者应根据自身资源特点，以多种主题活动为记忆触发点，设计互动式旅游产品与体验，激发旅游者的到访动机，并推动其进行更有效的红色记忆实践。

红色记忆的形成过程是微观与宏观诸多因素共同作用的结果。本文仅从微观层面探讨了红色记忆建构，而未涉及更广阔的社会层面（如大众媒体影响下），这些都需要后续的深入探讨。此外，本文着重探讨了红色记忆对红色旅游动机（游前行为倾向）的影响，而未考察个体到达或离开红色旅游地后，红色记忆会怎样影响其心理和行为倾向，这也是未来值得探讨的问题。

参考文献 (References)

[1] 张雪. 2018 文化和旅游发展统计公报: 红色旅游成市场一抹亮色[EB/OL]. [2019-06-28]. <http://travel.people.com.cn/n1/2019/0628/c41570-31200906.html>. [ZHANG Xue. Statistical bulletin of culture and tourism development: Red tourism has become a bright color in the market[EB/OL]. [2019-06-28]. <http://travel.people.com.cn/n1/2019/0628/c41570-31200906.html>.]

[2] ZHAO S N, TIMOTHY D J. Governance of red tourism in China:

Perspectives on power and guanxi[J]. *Tourism Management*, 2015, 46(1): 489-500.

[3] 高楠, 张新成, 王琳艳. 中国红色旅游网络关注度时空特征及影响因素[J]. 自然资源学报, 2020, 35(5): 1068-1089. [GAO Nan, ZHANG Xincheng, WANG Linyan. Spatio-temporal characteristics and influencing factors of Chinese red tourism network attention [J]. *Journal of Natural Resources*, 2020, 35(5): 1068-1089.]

[4] MARSCHALL S. Tourism and memory[J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(4): 2216-2219.

[5] WINTER C. Battlefield visitor motivations: Explorations in the Great War town of Ieper, Belgium[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2011, 13(2): 164-176.

[6] MARSCHALL S. "Travelling down memory lane": Personal memory as a generator of tourism[J]. *Tourism Geographies*, 2015, 17(1): 36-53.

[7] DUNKLEY R, MORGAN N, WESTWOOD S. Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism[J]. *Tourism Management*, 2011, 32(4): 860-868.

[8] WINTER C. Tourism, social memory and the Great War[J]. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36(4): 607-626.

[9] PACKER J, BALLANTYNE R, UZZELL D. Interpreting war heritage: Impacts of Anzac museum and battlefield visits on Australians' understanding of national identity[J]. *Annals of Tourism Research*, 2019, 76(3): 105-116.

[10] 徐克帅. 红色旅游和社会记忆[J]. 旅游学刊, 2016, 31(3): 35-42. [XU Keshuai. Red tourism and memory[J]. *Tourism Tribune*, 2016, 31(3): 35-42.]

[11] 杨天昊. 红色旅游场域下的社会记忆建构——以重庆歌乐山烈士陵园为例[J]. 四川旅游学院学报, 2018(4): 48-52. [YANG Tianhao. Social memory construction in red tourism—A case study of Geleshan martyrs memorial park in Chongqing[J]. *Journal of Sichuan Tourism University*, 2018(4): 48-52.]

[12] 龙柏林, 潘丽文. 文化整合的红色记忆维度[J]. 南京社会科学, 2018 (4): 128-136. [LONG Bolin, PAN Liwen. The red memory dimension of cultural itegration[J]. *Social Sciences in Nanjing*, 2018(4): 128-136.]

[13] 潘丽文. 青年政治认同建构的红色记忆路径[J]. 思想理论教育, 2018(10): 53-59. [PAN Liwen. The red memory path of youth political identity construction[J]. *Ideological & Theoretical Education*, 2018(10): 53-59.]

[14] 梁银湘. 红色记忆与巩固中国共产党执政基础研究[J]. 广西社会科学, 2015 (7): 1-6. [LIANG Yinxiang. Red memory and consolidating the ruling foundation of the Communist Party of China[J]. *Guangxi Social Sciences*, 2015(7): 1-6.]

[15] 艾娟, 汪新建. 集体记忆: 研究群体认同的新路径[J]. 新疆社会科学, 2011(2): 121-126; 148. [AI Juan, WANG Xinjian. Collective memory: A new way to study group identity[J]. *Social Sciences in Xinjiang*, 2011(2): 121-126; 148.]

[16] 王鉴颖. 红色记忆的建构与核心价值认同[D]. 南京: 东南大学, 2014. [WANG Jianying. *The Construction of Red Memory and Core Value Identification*[D]. Nanjing: Southeast University, 2014.]

[17] 梁化奎. 红色记忆在中央苏区的多层建构和集体共享[J]. 甘

- 肃社会科学, 2017, 228(3): 102-106. [LIANG Huakui. Multi-level construction and collective sharing of red memory in the Central Soviet Area[J]. *Gansu Social Sciences*, 2017, 228(3): 102-106.]
- [18] 梁银湘. 红色记忆与国家认同[J]. 中国井冈山干部学院学报. 2010, 3(5): 86-91. [LIANG Yinxiang. Red memory and national identification[J]. *Journal of China Executive Leadership Academy Jingtangshan*, 2010, 3(5): 86-91.]
- [19] MISZTAL B. *Theories of Social Remembering*[M]. Buckingham: Open University Press, 2003:145-157.
- [20] COMAN A, BROWN A D, KOPPEL J, et al. Collective memory from a psychological perspective[J]. *International Journal of Politics, Culture, and Society IJPS*, 2009, 22(2): 125-141.
- [21] 曾灵. 环境特性、红色记忆与感知价值关系研究[D]. 南昌: 江西财经大学, 2019. [ZENG Ling. *Research on the Relationship among Environmental Characteristics, Red Memory and Perceived Value*[D]. Nanchang: Jiangxi University of Finance and Economics, 2019.]
- [22] 任静, 李文艳. 旅游心理学[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2015: 42-48. [REN Jing, LI Wenyan. *Tourism Psychology*[M]. Beijing: Beijing Institute of Technology Press, 2015: 42-48.]
- [23] 白凯. 旅游消费者行为学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2020: 139. [BAI Kai. *Tourists Behavior*[M]. Beijing: Higher Education Press, 2020: 139.]
- [24] 吴必虎. 游历研究体系中的体验[J]. 旅游学刊, 2019, 34(9): 5-7. [WU Bihu. Experience in travel research system[J]. *Tourism Tribune*, 2019, 34(9): 5-7.]
- [25] 范春春. 红色旅游动机、感知价值及行为意向关系研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2014. [FAN Chunchun. *Research on the Relationship among Red Tourism Motivation, Perceived Value and Behavioral Intention*[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2014.]
- [26] ZHAO S N, TIMOTHY D J. Tourists' consumption and perceptions of red heritage[J]. *Annals of Tourism Research*, 2017, 63(2): 97-111.
- [27] 任婕. 延安市红色旅游客源市场与游客行为研究[D]. 银川: 宁夏大学, 2013. [REN Jie. *Research on the Red Tourist Market and Tourist Behavior in Yan'an City*[D]. Yinchuan: Ningxia University, 2013.]
- [28] 冯淑华. 公益化背景下纪念馆游客的旅游动机及其行为研究——以南昌八一起义纪念馆为例[J]. 旅游论坛, 2008, 19(5): 177-184. [FENG Shuhua. Tourism motivation and behavior of memorial hall tourists under the background of public welfare—A case study of Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall[J]. *Tourism Forum*, 2008, 19(5): 177-184.]
- [29] CLIVE S, GIAMPLETTO G, JABER F, et al. *Qualitative Research Practice*[M]. London: Thousand Oaks, 2004: 349.
- [30] CORBIN J M, STRAUSS A. Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria[J]. *Qualitative Sociology*, 1990, 13(1):3-21.
- [31] KANSTEINER W. Finding meaning in memory: A methodological critique of collective memory studies[J]. *History and Theory*, 2002, 41(2): 179-197.
- [32] 保罗·唐纳顿. 社会如何记忆[M]. 纳日碧力戈, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000: 90-128. [CONNERTON P. *How Societies Remember*[M]. NARIBILGE, trans. Shanghai: Shanghai People's Publishing Press, 2000: 90-128.]
- [33] 阿莱达·阿斯曼. 记忆中的历史: 从个人经历到公共演示[M]. 南京: 南京大学出版社, 2017: 117-159. [ASSMANN A. *History in Memory: From Personal Experience to Public Presentation* [M]. Nanjing: Nanjing University Press, 2017: 117-159.]
- [34] 叶浩生. 身体与学习: 具身认知及其对传统教育观的挑战[J]. 教育研究, 2015, 36(4): 104-114. [YE Haosheng. Body and learning: Embodied cognition and its challenge to traditional education[J]. *Education Research*, 2015, 36(4): 104-114.]
- [35] 陶伟, 王绍续, 朱竣. 身体、身体观以及人文地理学对身体的研究[J]. 地理研究, 2015, 34(6): 1173-1187. [TAO Wei, WANG Shaoyu, ZHU Hong. The body, the view of body, and the study of body in human geography[J]. *Geographical Research*, 2015, 34(6): 1173-1187.]
- [36] 赫尔曼·施密茨. 新现象学[M]. 庞学铨, 李张林, 译. 上海: 上海译文出版社, 1997: 1-15. [SCHMITZ H. *New Phenomenology* [M]. PANG Xuequan, LI Zhanglin, trans. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 1997: 1-15.]
- [37] HIRST W, YAMASHIRO J K, COMAN A. Collective memory from a psychological perspective[J]. *Trends in Cognitive Sciences*, 2018, 22(5): 438-451.
- [38] KENNETH A B, SCOTT L. Tests for structural equation models: Introduction[J]. *Sociological Methods and Research*, 1992, 21(2): 123-131.
- [39] WIRTZ D, KRUGER J, SCOLLON C N, et al. What to do on spring break? The role of predicted, on-line, and remembered experience in future choice[J]. *Psychological Science*, 2003, 14(5): 520-524.
- [40] 恩斯特·卡西尔. 人论[M]. 甘文, 译. 上海: 上海译文出版社, 1985: 41-47. [CASSIRER E. *An Essay on Man*[M]. GAN Wen, trans. Shanghai: Shanghai Translation Publishing Press, 1985: 41-47.]
- [41] 韩秋红. 卡西尔“人是符号的动物”的历史文化意蕴[J]. 外国问题研究, 1997(4): 19-25. [HAN QiuHong. Historical and cultural implications of Cassirer's "man is the animal of signs"[J]. *Journal of Foreign Studies*, 1997(4): 19-25.]
- [42] 杨振之, 邹积艺. 旅游的“符号化”与符号化旅游——对旅游及旅游开发的符号学审视[J]. 旅游学刊, 2006, 21(5): 75-79. [YANG Zhenzhi, ZOU Jiyi. Tourism's "symbolization" and symbolized tourism: Examining tourism and tourism development in semiotics' views[J]. *Tourism Tribune*, 2006, 21(5): 75-79.]
- [43] MACCANNELL D. 旅游者: 休闲阶层新论[M]. 张晓萍, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008: 123-152. [MACCANNELL D. *A New Theory of the Leisure Class: The Tourist*[M]. ZHANG Xiaoping, trans. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2008: 123-152.]
- [44] 陈岗. 旅游者符号实践的概念框架及其动态分析[J]. 旅游学刊, 2018, 33(11): 66-74. [CHEN Gang. The conceptual framework and dynamic analysis of tourist semiotic practice[J]. *Tourism Tribune*, 2018, 33(11): 66-74.]
- [45] NASH D, AKEROYD A V, BODINE J J, et al. Tourism as an anthropological subject[J]. *Current Anthropology*, 1981, 22(5): 461-481.

- [46] SWARBROOKE J, HORNER S. *Consumer Behavior in Tourism (the 2nd Edition)*[M]. Oxford: Elsevier Ltd, 2007: 54.
- [47] MARSCHALL S. "Personal memory tourism" and a wider exploration of the tourism-memory nexus[J]. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2012, 10(4): 321-335.
- [48] XU K. Types of red tourists in China: Evidence from Shaoshan [J]. *Annals of Tourism Research*, 2015, 51(2): 57-59.
- [49] MARSCHALL S. Tourism and remembrance: The journey into the self and its past[J]. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2014, 12(4): 335-348.
- [50] KIM-PRIETO C, DIENER E, TAMIR M, et al. Integrating the diverse definitions of happiness: A time-sequential framework of subjective well-being[J]. *Journal of Happiness Studies*, 2005, 6(3): 261-300.
- [51] 罗正副. 实践记忆论[J]. 世界民族, 2012(2): 47-57. [LUO Zhengfu. Practice memory[J]. *Journal of World Peoples Studies*, 2012(2): 47-57.]
- [52] 王亚力, 王楚君, 向小辉, 等. 存在本真性视角下寻求本真自我的旅游动机分析框架[J]. 地理学报, 2018, 73(8): 1586-1599. [WANG Yali, WANG Chujun, XIANG Xiaohui, et al. Analytical framework for touristic motivation of pursuing authentic self in the perspective of existential authenticity[J]. *Acta Geographica Sinica*, 2018, 73(8): 1586-1599.]
- [53] LI Z, REHMAN A, ZHAO B, et al. China special theme tourism motivational analysis[J]. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 2016(16): 1-12.
- [54] DUNKLEY R, MORGAN N, WESTWOOD S. Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism[J]. *Tourism Management*, 2011, 32(4): 860-868.
- [55] 刘红梅. 红色旅游与红色文化传承研究[D]. 湘潭: 湘潭大学, 2012. [LIU Hongmei. *Red Tourism and Red Culture Inheritance* [D]. Xiangtan: Xiangtan University, 2012.]
- [56] PEARCE P L, LEE U I. Developing the travel career approach to tourist motivation[J]. *Journal of Travel Research*, 2005, 43(3): 226-237.
- [57] KIM S, AVERY E J, LARISCY R W. Are crisis communicators practicing what we preach? An evaluation of crisis response strategy analyzed in public relations research from 1991 to 2009 [J]. *Public Relations Review*, 2009, 35(4): 446-448.
- [58] 艾娟, 汪新建. 集体记忆: 研究群体认同的新路径[J]. 新疆社会科学, 2011(2): 121-126; 148. [AI Juan, WANG Xinjian. Collective memory: New study way of group identity[J]. *Xinjiang Social Science*, 2011(2): 121-126; 148.]
- [59] 沈嘉祺. 符号理论对情感教育的启示[J]. 外国中小学教育, 2005(11): 19-23. [SHEN Jiaqi. The enlightenment of semiotic theory to emotional education[J]. *Primary & Secondary Schooling Abroad*, 2005 (11): 19-23.]
- [60] MORRIS C. *Signs, Language and Behavior*[M]. New York: George Braziller, 1955: 262-274.
- [61] CULLER J. Semiotics of tourism[J]. *American Journal of Semiotics*, 1981, 1(1): 127-140.
- [62] 查尔斯·皮尔斯. 论符号[M]. 赵星植, 译. 成都: 四川大学出版社, 2014: 31-43. [PEIRCE C S. *On Signs*[M]. ZHAO Xingzhi, trans. Chengdu: Sichuan University Press, 2014: 31-43.]
- [63] 杨建辉. 试论红色文化在建设社会主义核心价值观体系中的价值及其实现途径[J]. 思想理论教育导刊, 2010 (11): 101-103. [YANG Jianhui. On the value of red culture in the construction of socialist core value system and its realization[J]. *Leading Journal of Ideological & Theoretical Education*, 2010 (11): 101-103.]
- [64] 埃米尔·涂尔干. 社会分工论[M]. 渠敬东, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2000: 187-288. [DURKHEIM E. *The Division of Labor in Society*[M]. QU Jingdong, trans. Beijing: SDX Joint Publishing Company, 2000: 187-288.]
- [65] WANG Q. On the cultural constitution of collective memory[J]. *Memory*, 2008, 16(3): 305-317.
- [66] 钱莉莉, 张捷, 郑春晖, 等. 地理学视角下的集体记忆研究综述 [J]. 人文地理, 2015, 30(6): 7-12. [QIAN Lili, ZHANG Jie, ZHENG Chunhui, et al. A review of studies on collective memory from the perspective of geography[J]. *Human Geography*, 2015, 30(6): 7-12.]
- [67] 大卫·休谟. 人性论[M]. 关文运, 译. 北京: 商务印书馆, 1980: 309-487. [HUME D. *The Theory of Human Nature*[M]. GUAN Wenyun, trans. Beijing: The Commercial Press, 1980: 309-487.]
- [68] 谢彦君. 旅游体验的两极情感模型: 快乐-痛苦[J]. 财经问题研究, 2006(5): 88-92. [XIE Yanjun. Bipolar emotional model of tourism experience: Happiness-pain[J]. *Research on Financial and Economic Issues*, 2006(5): 88-92.]
- [69] 莫里斯·哈布瓦赫. 论集体记忆[M]. 毕然, 郭金华, 译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 81-94. [HALBWACHS M. *On Collective Memory*[M]. BI Ran, GUO Jinhua, trans. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2002: 81-94.]

The Influence of Red Memory on Red Tourism Motivation

KANG Xiaoyuan^{1,2}, BAI Kai^{1,3,4}

(1. School of Geography and Tourism, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, China;

2. School of Tourism and Environment, Ankang University, Ankang 725000, China;

3. Shaanxi Collaborative Development and Innovation Center of Cultural Resources, Xi'an 710119, China;

4. Shaanxi Tourism Information Engineering Laboratory, Xi'an 710119, China)

Abstract: Memory is the internal source of motivation. However, few literature reveals the influence and mechanism of red memory on red tourism motivation. Therefore, combining qualitative and quantitative research methods, adopting two continuous research designs, this study explores the potential relationship between red memory and red tourism motivation. Specifically, Study 1 explores and verifies the structural dimension and theoretical model of red memory. Study 2 clarifies the differential impact of red memory on red tourism motivation. The specific findings are as follows: First, the high-order model of embodied construction of red memory has three main categories, symbolic memory, emotional memory and practical memory, and six subcategories, self-related symbolic memory, social representational symbolic memory, emotional memory of belonging and identification, emotional memory of nostalgic and reflection, habitual memory and imitative memory. Second, the red memory scale is proved to have good reliability and validity, and it also verifies the theoretical model of red memory proposed by qualitative research. Third, red memory significantly affects the generation of red tourism motivation, and its sub-dimensions have different effects on varying red tourism motivations. This study has certain theoretical innovations and practical significance. The theoretical innovations of this study are as follows. (1) It constructs a theoretical model of embodied construction of red memory, which responds to and complements the theory of collective memory. (2) It develops and validates a red memory scale with 3 second-order dimensions, 6 first-order dimensions and 23 questions. (3) It enriches quantitative research on the relationship between tourism and memory, and also proves the differential influence of red memory on red tourism motivation. The practical significance of this study is as follows. (1) At the social level, it may help improve the red memory discourse system and expression mechanism, as well as stimulate the motivation of red memory transmission. (2) At the tourism marketing level, it may help reinforce red elements identification, patriotic emotion stimulation, and practical experience recurrence, furthermore, formulate targeted red tourism marketing strategies. (3) At the tourism product level, it may help innovate the red tourism products, as well as create a product spectrum with deep memory.

Keywords: red memory; collective memory; red tourism; red tourism motivation

[责任编辑:宋志伟;责任校对:郑 果]