

# 红色旅游对游客国家认同的影响

刘润佳, 黄震方, 余润哲, 鲍佳琪, 莫雨亭

(南京师范大学地理科学学院, 南京 210023)

**摘要:** 红色旅游作为传承红色基因、加强爱国主义教育、增强国家认同的有效载体, 具有鲜明的政治功能。以认知评价情绪评价理论和积极情绪拓展—建构理论为基础, 构建红色旅游国家认同影响模型并提出相应假设, 运用偏最小二乘法结构方程模型(PLS-SEM)进行了实证检验。结果显示: 构建的红色旅游国家认同影响模型具有良好的解释力和预测力, 模型具有交叉效度, 整体模型的 *GOF* 值高于良好适配度的标准值; 红色旅游通过红色旅游情感对游客国家认同有正向促进作用; 历史认同对国家认同的影响不明显, 其他假设均成立。该研究为相关模型构建提供了思路, 成果可为强化红色旅游的国家认同研究、拓展红色旅游理论内涵与教育功能、促进红色旅游高质量发展提供理论依据。

**关键词:** 红色旅游; 国家认同; 红色旅游情感; 旅游体验; 旅游影响; 侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆

伴随着时代发展, 由于全球化浪潮的影响, 人们既有的国家认同理念正经历着冲击和挑战<sup>[1]</sup>。与此同时, 网络传媒的迅速发展和当代社会复杂程度的加剧也使得国家与政党认同问题愈发重要<sup>[2]</sup>。因此, 在新的时代, 探索如何构建现代国家认同, 增强国民的国家认同感具有重要意义。苏霍姆林斯基曾提出“教育向生活世界回归”的教育和哲学理念, 国家认同的教育也不仅局限于校园, 必须向社会延伸<sup>[1]</sup>。红色旅游作为将校园国家认同教育延伸到社会的有效途径, 通过红色旅游, 游客能够体验、学习、理解中华民族共同的历史、价值和信仰, 发现和深化情感归属, 强化国家认同。

十八大以来, 以习近平同志为核心的党中央强调要传承红色基因, 将红色旅游作为培育和践行社会主义核心价值观的有效载体, 从而进一步提升红色旅游的政治地位和发展价值。可见, 红色旅游不仅可以保护革命历史文化遗产、带动革命老区经济社会发展, 更具有传承红色文化基因、加强爱国主义教育、增强国家认同的重要作用。那么, 在政府大力发展红色旅游的同时, 也产生了一系列亟待解答的问题, 例如红色旅游与国家认同之间存在何种关系, 红色旅游是否能增强游客的国家认同, 游客的国家认同是怎样产生的, 如何通过红色旅游有效增强国家认同等。针对以上实践需求, 本文以侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆为案例地, 采用PLS-SEM结构方程模型分析红色旅游对游客国家认同的影响, 探索其影响机制与具体路径, 旨在厘清红色旅游与国家认同之间的系统关系, 为红色旅游的政治属性提供理论支持。

收稿日期: 2021-02-28; 修订日期: 2021-04-22

基金项目: 国家自然科学基金项目(42071175)

作者简介: 刘润佳(1995-), 女, 安徽宣城人, 博士, 科研助理, 研究方向为红色旅游与旅游地理。

E-mail: runjial@163.com

通讯作者: 黄震方(1963-), 男, 江苏扬中人, 博士, 教授, 研究方向为旅游地理与旅游规划。

E-mail: zhfh@263.net

旅游体验研究是旅游学术界核心领域之一<sup>[2]</sup>。作为旅游学理论的重要基础,旅游体验研究已经逐渐从现象学哲学层面走向实证科学<sup>[3]</sup>,日益增多的学者从行为和情感等理论视角对旅游体验进行分析<sup>[4]</sup>。目前,旅游体验相关研究主要分为旅游体验基础理论<sup>[5-8]</sup>、体验型产品设计<sup>[9]</sup>、体验营销<sup>[10]</sup>以及旅游者体验质量评价<sup>[11]</sup>等方面。其中,情感体验是旅游体验的核心研究内容<sup>[12]</sup>。一方面,旅游体验是游客情感价值的积累<sup>[13]</sup>;另一方面,旅游体验会作用于旅游者情感<sup>[14]</sup>。就红色旅游体验来说,相关分析主要集中在体验视角下的旅游产品开发<sup>[15]</sup>、游客体验感知分析<sup>[16]</sup>、红色旅游体验测度<sup>[17]</sup>、红色旅游体验营销<sup>[18]</sup>等方面。旅游的本质是体验<sup>[19]</sup>,红色旅游情感作为旅游体验的核心,对二者的关系需要更为明确的探索。

国家认同是个体对于自己所属国家的归属感和认同感,认同成为遗产旅游的重要议题<sup>[20-24]</sup>。郭俊伶等<sup>[25]</sup>以情绪评价理论为理论支撑,分析了红色旅游中游客敬畏情绪对国家认同的影响;金鹏等<sup>[26]</sup>构建了“敬畏情绪诱发—敬畏情绪—国家认同”概念模型;左冰<sup>[27]</sup>以井冈山景区为调研对象,研究了游客的政党认同与红色旅游之间的关系;张红艳等<sup>[28]</sup>通过实证研究发现红色旅游对国家认同感的作用通过“旅游活动—旅游体验—文化认同”的路径完成。红色旅游作为遗产旅游在中国语境下的表现形式<sup>[25,26]</sup>,更是与认同紧密相关。

## 1 研究方法与数据来源

### 1.1 研究方法

PLS-SEM作为结构方程模型的一种,以回归分析为基础。Fornell<sup>[29]</sup>指出PLS在处理复杂的因果关系上具有一定的优势。相较于一般的线性结构关系模型来说,PLS-SEM实用性更高,可以同时处理反应型和形成型的模型结构;对于数据必须符合常态分配、随机性、样本数的要求,则要求较为宽松;同时能有效处理干扰数据及遗失值,且具有良好的预测及解释能力。PLS-SEM模型对于小样本数据依然可以较好地处理变量测量带来的误差<sup>[30]</sup>。

PLS-SEM模型在探索性和解释性研究中较为适当<sup>[31]</sup>。基于本文的研究属性特征,在国内外相关研究的基础上,本文采用偏最小二乘法模型研究方法,构建红色旅游体验对国家认同影响作用的结构模型,使用SmartPLS 3.0进行数据的处理和运算。

### 1.2 模型构建

在旅游者的认同研究中,体验作为旅游者与旅游地交互过程中最直接的具身性过程和结果,构成了理解旅游人地关系、地方场域和旅游认同的关键要素<sup>[5,6]</sup>。积极的红色旅游情感能促使旅游者感受到共同的民族渊源、共同的文化及共同的国家<sup>[32]</sup>,形成旅游者与国家和民族历史的联结,形成自我身份与民族文化的关联。总体而言,以往研究从多个角度证明了红色旅游对国家认同的积极影响。在国家认同的建构方面,不同学者存在不同看法。吴玉军<sup>[33]</sup>认为,历史记忆的传承是国家认同建构的重要途径;赵志峰等<sup>[34]</sup>基于访谈分析,将红色旅游的社会效应分为历史认同、政党认同和国家认同;刘锡婷<sup>[35]</sup>认为游客在红色旅游中获得相关红色教育形成的政党认知归属于认知体验,由此产生政党认同归属于国家认同的测量维度之一。

基于上述分析,在认知评价情绪评价理论和积极情绪拓展—建构理论的基础上,构建游客国家认同影响机制研究框架图,从游客旅游体验、红色情感、历史认同、民族认同、政党认同、国家认同6个方面提出研究假设(图1):

H1: 红色旅游体验正向影响旅游者红色情感;

H2: 红色旅游情感正向影响旅游者的历史认同;

H3: 红色旅游情感正向影响  
旅游者的民族认同;

H4: 红色旅游情感正向影响  
旅游者的政党认同;

H5: 历史认同正向影响旅游  
者国家认同;

H6: 民族认同正向影响旅游  
者国家认同;

H7: 政党认同正向影响旅游者国家认同。

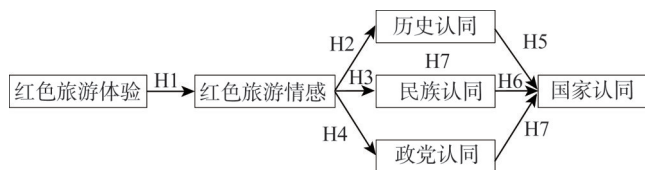


图1 红色旅游游客国家认同影响因素概念模型

Fig. 1 Hypothetical model of the influence of red tourism on national identity

### 1.3 问卷设计

研究问卷共涉及6个潜在变量,分别为旅游体验、旅游情感、历史认同、政党认同、民族认同和国家认同。其中旅游体验6个题项参考左冰<sup>[27]</sup>和张红艳等<sup>[28]</sup>设计的量表,红色情感5个题项参考王璐等<sup>[36]</sup>、金鹏等<sup>[26]</sup>和Zhang等<sup>[37]</sup>设计的量表,历史认同4个题项参考Zhang<sup>[37]</sup>等设计的量表,政党认同5个题项参考左冰<sup>[27]</sup>和蒋荣等<sup>[38]</sup>设计的量表,民族认同5个题项参考左冰<sup>[27]</sup>等设计的量表,国家认同6个题项参考Packer等<sup>[39]</sup>、刘雨轩<sup>[40]</sup>和赵志峰等<sup>[34]</sup>设计的量表。问卷问题采用李克特7点量表,对应的量值为1~7(1表示完全不认同,7表示完全认同)。

### 1.4 数据来源

为使研究样本更具有代表性,选择侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆作为问卷发放的实地场所。侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆作为《全国红色旅游经典景区名录》所公布的300处全国红色旅游经典景区之一,是国家4A级旅游景区、首批全国爱国主义教育示范基地。作为全国闻名的红色旅游景区,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平于2014年和2017年两次出席南京大屠杀死难者国家公祭仪式并参观纪念馆,是最具代表性的红色旅游目的地之一。调研对象为参观侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆的旅游者,实地调研时间为2020年12月18日至20日、12月26日至27日,调研小组采取便利抽样方式,在场馆出口处、纪念馆出口处以及停车场入口处一对一进行问卷的发放和解释工作,以保证问卷填写的质量。期间共发放问卷600份,回收问卷580份,有效问卷为513份,问卷有效率为88.45%。

在513份最终的有效问卷中,游客的样本基本结构如下:游客男女比例分别为53.2%和46.8%,男性略高于女性;年龄方面以26~30岁(66.86%)、31~40岁(15.12%)的受访者最多,共计占样本总量的81.98%;从事职业方面,以学生及行政人员所占比例较大,共占58.31%;受教育程度方面,受访者以本科学历及以上学历所占比例最高,为63.15%;月收入方面,以2001~4000元居多,占比50.74%。

## 2 结果分析

### 2.1 测量模型分析

PLS-SEM的分析与估计程序可分为两个步骤,先后依次针对测量模型进行信度与效度分析,以及针对结构模型进行路径系数检定与模型预测能力估计<sup>[41]</sup>。采用Smartpls 3.0检测问卷的信度和效度。在样本数量方面,Smart PLS要求样本数与模型中任何一个潜变量所对应的观测指标之比大于10:1<sup>[23]</sup>,本文问卷数量大于观测指标的十倍,满足该标

准。信度检验通过 Composite Reliability (CR) 值和 Cronbach's  $\alpha$ 系数两个指标来进行检验, 在探索性研究中要求 CR 值在 0.7 以上, Cronbach's  $\alpha$ 系数大于 0.7 即可<sup>[42]</sup>, 平均提取方差 (Average Variance Extracted, AVE) 值大于 0.5 才能说明使用该变量的可行性。由表 1 可以看出, 各潜变量的 CR 值介于 0.835~0.920 之间, Cronbach's  $\alpha$ 系数介于 0.761~0.891 之间, 均大于 0.7 的拟合标准, 表明各潜变量之间内部一致性良好; 潜变量 AVE 值介于 0.504~0.696 之间, 大于 0.5, 能够合理解释潜变量, 收敛效度良好<sup>[43]</sup>。

表 1 测量模型检验  
Table 1 Measurement model test

变量	题项	标准化因子负荷量	Cronbach's $\alpha$	CR	AVE
旅游体验	LY1 红色旅游的整体环境与布局	0.745	0.816	0.863	0.513
	LY2 红色旅游的展览	0.760			
	LY3 红色旅游的演艺活动	0.676			
	LY4 红色旅游故事的讲解	0.710			
	LY5 红色旅游的知识学习活动	0.725			
	LY6 红色旅游的红色旅游纪念品	0.677			
红色情感	HS1 崇敬	0.752	0.761	0.835	0.504
	HS2 惋惜	0.671			
	HS3 愤怒	0.720			
	HS4 缅怀	0.643			
	HS5 悲伤	0.757			
历史认同	LS1 游客对历史真实性的认同	0.815	0.800	0.870	0.629
	LS2 游客对历史铭记的态度	0.863			
	LS3 游客对历史的情感倾向	0.822			
	LS4 游客对历史精神的态度	0.657			
民族认同	MZ1 游客对民族精神的认同	0.851	0.891	0.920	0.696
	MZ2 游客对民族身份的认同	0.812			
	MZ3 游客对民族贡献的认同	0.852			
	MZ4 游客对 56 个民族的认同	0.873			
	MZ5 游客对民族团结的认同	0.781			
政党认同	ZD1 游客对中国共产党作用的认同	0.614	0.808	0.864	0.563
	ZD2 游客对中国共产党员的认同	0.706			
	ZD3 游客对中国共产党能力的认同	0.817			
	ZD4 游客对中国共产党体制的认同	0.782			
	ZD5 游客对中国共产党员身份的认同	0.812			
国家认同	GJ1 游客自我认同	0.767	0.871	0.903	0.609
	GJ2 游客对祖国的认同	0.794			
	GJ3 游客对红色精神的认同	0.791			
	GJ4 游客对红色基因的认同	0.773			
	GJ5 游客归属感	0.695			
	GJ6 游客对社会主义的认同	0.852			

区别效度一是通过观测变量的交叉负荷矩阵 (Cross Loadings) 来检验, 表 2 可以看出, 各变量的题项因素负荷量均高于其在其他变量中题项因素负荷量; 二是通过的相关系数矩阵来检验, 当变量的 AVE 值大于该变量与其他变量间的相关系数的平方时, 则说

表2 交叉负荷量

Table 2 Crossing load

题项	旅游体验	红色情感	历史认同	民族认同	政党认同	国家认同
LY1	0.745	0.314	0.256	0.229	0.306	0.175
LY2	0.760	0.326	0.225	0.214	0.257	0.156
LY3	0.676	0.175	0.112	0.178	0.196	0.136
LY4	0.710	0.202	0.226	0.293	0.202	0.088
LY5	0.725	0.353	0.336	0.303	0.267	0.152
LY6	0.677	0.216	0.154	0.285	0.199	0.123
HS1	0.285	0.752	0.435	0.332	0.404	0.305
HS2	0.266	0.671	0.225	0.201	0.229	0.192
HS3	0.283	0.720	0.462	0.426	0.411	0.579
HS4	0.230	0.643	0.232	0.172	0.301	0.198
HS5	0.317	0.757	0.450	0.200	0.287	0.316
LS1	0.165	0.383	0.815	0.285	0.330	0.139
LS2	0.202	0.431	0.863	0.296	0.336	0.165
LS3	0.224	0.420	0.822	0.302	0.440	0.255
LS4	0.390	0.438	0.657	0.486	0.488	0.322
MZ1	0.318	0.341	0.371	0.851	0.419	0.393
MZ2	0.324	0.303	0.440	0.812	0.493	0.378
MZ3	0.314	0.419	0.494	0.852	0.467	0.369
MZ4	0.272	0.298	0.378	0.873	0.503	0.519
MZ5	0.246	0.304	0.213	0.781	0.355	0.594
ZD1	0.258	0.436	0.242	0.467	0.614	0.537
ZD2	0.322	0.363	0.498	0.388	0.706	0.369
ZD3	0.256	0.313	0.413	0.371	0.817	0.313
ZD4	0.235	0.284	0.423	0.381	0.782	0.298
ZD5	0.162	0.285	0.374	0.299	0.812	0.332
GJ1	0.114	0.380	0.310	0.435	0.479	0.767
GJ2	0.130	0.376	0.314	0.397	0.452	0.794
GJ3	0.076	0.341	0.224	0.335	0.373	0.791
GJ4	0.274	0.400	0.161	0.505	0.403	0.773
GJ5	0.118	0.312	0.167	0.314	0.351	0.695
GJ6	0.186	0.424	0.183	0.542	0.407	0.852

明区别效度存在<sup>[44]</sup>。从表2可以看出, 样本数据各潜变量的 $AVE$ 值均满足大于该变量与其他变量间的相关系数的平方的要求, 说明区别效度良好。由于 $AVE$ 值是同一潜在变量内所有多元相关平方(Squared Multiple Correlations, SMC)的平均值, 而 $SMC$ 是每一个潜在变量下衡量题项的标准化因素负荷量的平方值, 所以在进行对比时, 需进行平方运算<sup>[41]</sup>(表3)。Henseler等<sup>[45]</sup>指出PLS-SEM会高估因素负荷量, 低估变量之间的相关关系, 即 $AVE$ 值会被高估, 所以建议区别效度分析应加入异质-单质比率(Heterotrait-Monotrait Ratio, HTMT)的估计方法, Hair等<sup>[46]</sup>认为当两个不同潜变量之间的 $HTMT$ 值低于0.85, 就说明能够通过判别效度检验。由表4可知, 潜变量之间的相关系数最大为



表3 区别效度分析  
Table 3 Analysis of discriminant validity

变量	旅游体验	红色情感	历史认同	民族认同	政党认同	国家认同
旅游体验	0.716					
红色情感	0.391	0.710				
历史认同	0.323	0.536	0.793			
民族认同	0.350	0.398	0.446	0.834		
政党认同	0.342	0.475	0.517	0.533	0.750	
国家认同	0.199	0.482	0.290	0.552	0.530	0.780

注：下三角为变量的皮尔森相关系数，对角线为AVE的开根号值。

表4 HTMT区别效度分析  
Table 4 Analysis of HTMT discriminant validity

变量	旅游体验	红色情感	历史认同	民族认同	政党认同	国家认同
旅游体验						
红色情感	0.460					
历史认同	0.358	0.637				
民族认同	0.410	0.453	0.523			
政党认同	0.391	0.547	0.629	0.602		
国家认同	0.221	0.541	0.335	0.600	0.585	

0.739，最小为0.181，均小于0.9，说明数据通过区别效度检验。

2.2 结构模型检验

通过信度和效度分析，验证了问卷的可靠性和有效性后，通过Smart PLS 3.0软件对样本进行结构方程模型分析，检验前文提出的7个假设。图2为红色旅游与国家认同路径关系图。通过Bootstrapping法抽样5000次，得出结构方程的显著性检验结果（表5）。除假设H5不成立，说明历史认同对国家认同的假设不成立，其他假设均成立。

通过Smart PLS 3.0软件中运行PLS Algorithm算法后，得出被解释方差值 $R^2$ ，根据Hair等<sup>[46]</sup>可知， $R^2$ 越大，模型解释程度越好（表5）。在本文建构的模型中，红色情感、历史认同、民族认同、政党认同和国家认同的 $R^2$ 值均大于最低门槛0.1，说明本模型的解释程度良好。另外，Wetzels等<sup>[47]</sup>提出GOF（Goodness of Fit）高于0.36，则模型适配度良好，本文整体模型的GOF为0.47，满足该标准。

由表5可知，旅游体验显著影响旅游者红色旅游情感（ $t=9.568$ ， $P<0.001$ ），支持假设H1。与以往的研究结论<sup>[26]</sup>相吻合，作为旅游者个体受到外部世界的影响而产生的心理体验，旅游体验主要取决于旅游者在游览侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆过程中的

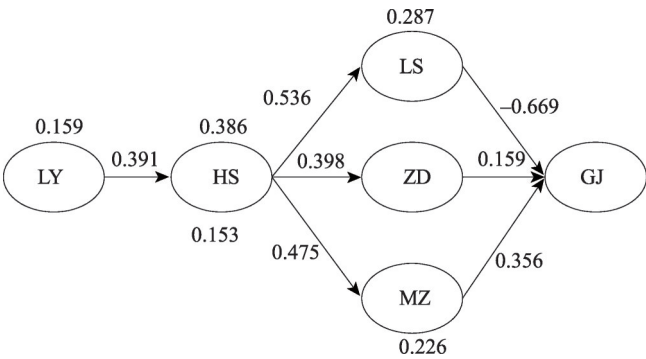


图2 红色旅游与国家认同路径关系  
Fig. 2 Path diagram of red tourism on national identity

各项旅游环节的感受, 旅游体验越精彩, 旅游者必然会产生更为积极的红色旅游情感。同时, 在整个旅游体验过程中, 旅游者所接收到的如果都是正面信息, 了解到战争胜利的不易和烈士们的付出, 更容易产生正面的红色情感。

红色旅游情感显著影响旅游者历史认同 ( $t=8.123$ ,  $P<0.001$ )、民族认同 ( $t=9.047$ ,  $P<0.001$ ) 和政党认同

( $t=7.546$ ,  $P<0.001$ ), 支持假设 H2、H3、H4。基于认知评价情绪评价理论和积极情绪拓展—建构理论, 积极的红色旅游情绪促使旅游者积极思考, 进而拓展旅游者的认知, 最终形成共同的历史记忆和认知, 增强旅游者的历史认同; 积极的红色旅游情感让旅游者从心理上重新认识到自己是中华民族的一份子, 同时激发对侵略者们的排斥, 红色情感越积极, 这种内在的认同和对外的排斥就越强, 民族认同感越强; 政党认同与情感息息相关<sup>[48]</sup>, 积极的红色旅游情感有助于加深旅游者对政党过往功绩的认知, 增强旅游者对于政党的感情和信心, 进而提升政党认同。

历史认同不显著影响旅游者国家认同 ( $t=0.846$ ,  $P>0.001$ )、民族认同显著影响旅游者国家认同 ( $t=4.860$ ,  $P<0.001$ ) 和政党认同显著影响旅游者国家认同 ( $t=4.439$ ,  $P<0.001$ ), 假设 H5 不成立, 假设 H6 和 H7 成立。历史认同对国家认同的影响假设不成立, 这与当下年轻一代受访者对历史的接受程度不高有关, 年轻受访者较难接受过往的沉重历史, 对历史认同度和接受度不高。民族认同方面, 旅游者通过红色旅游体验以及对抗战历史的回顾, 加深了自己对所属民族、所属国家的认知, 进而激发对民族、对国家的责任感和使命感。政党认同方面, 由于政治制度的差别, 在中国, 政党认同与国家认同密不可分, 巩固中国共产党的合理地位就是维护国家繁荣稳定的必要前提, 政党认同就是国家认同的基础。在红色旅游过程中, 游客不断了解到中国共产党以及无数烈士为抗日战争所做的贡献, 增强了游客对当下美好生活的获得感。对中国共产党的评价和看法越积极, 就越能提升游客对于国家的自信、对国家的热爱, 从而提升游客的国家认同。

### 3 结论与讨论

#### 3.1 结论

本文在情绪认知评价理论和积极情绪拓展—建构理论的基础上, 引入红色旅游情感作为中介变量, 以侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆为研究案例地, 分析红色旅游对游客国家认同的影响作用机制, 拓展了国家认同建构的维度, 构建了新的红色旅游影响国家认同理论框架, 为红色旅游对于游客国家认同的积极影响提供了理论支撑。

(1) 红色旅游对于提升旅游者国家认同有正面作用, 是强化国家认同的有效途径。红色旅游作为一种特殊形式的旅游活动, 是一种具有政治意义的“意识形态国家机器 (Ideological State Apparatuses)”<sup>[49]</sup>。本文拓展了现有红色旅游研究的理论宽度, 验证了红色旅游对高效提升游客国家认同感有着十分重要的作用。发展红色旅游能够为加快构建社会主义核心价值观体系, 加强爱国主义教育, 为增强国民的爱国情怀和培养民族精神

表5 模型结果与效应指标值

Table 5 Structural model results and effect sizes

变量	决定系数 $R^2$	$t$ 值	$P$ 值
旅游体验→红色情感	0.153	9.568	0.000
红色情感→历史认同	0.287	8.123	0.000
红色情感→民族认同	0.159	7.546	0.000
红色情感→政党认同	0.226	9.047	0.000
历史认同→国家认同	0.386	0.846	0.398
民族认同→国家认同	0.386	4.439	0.000
政党认同→国家认同	0.386	4.860	0.000

提供有效路径,为政府大力发展红色旅游提供了理论支持。

(2) 红色旅游并非直接作用于游客的国家认同感,而是通过旅游体验—红色情感—认同的方式对游客产生影响。本文构造的红色旅游影响国家认同理论模型以情绪认知评价理论和积极情绪拓展—建构理论为基础,创新性的将红色情感引入到红色旅游对于游客国家认同的影响过程中来。情感作为旅游体验过程中的关键要素,红色旅游由于其特殊性,游客情感往往更丰富、更深刻,积极的红色旅游情感对游客的整体认知水平起到了提升的作用,是游客历史认同、民族认同和政党认同大幅提升的催化剂,进而提升国家认同。这也为发展红色旅游提供了新的视角,游客的情感体验至关重要,如何让游客与红色历史产生情感联结,这是红色旅游下一步发展的方向。

(3) 在本文的7个假设中,历史认同对国家认同的影响假设未能成立。其原因在于在调研过程中,未经历过抗战历史的年轻受访者居多,而本文案例地所承载的历史较为沉重,当年轻一代的受访者出生在高速发展的现代中国,对残酷而惨痛的历史接受程度较为有限,甚至产生一定的畏惧和排斥心理,有的受访者则表示对这段历史“无感”,不能通过对历史的认同而产生显著的国家认同。这表明了当下青少年的历史教育培养较为有限,需进一步加强,通过多渠道、多形式寻找更为适合当下年轻一代的灌输方式;也说明了目前红色旅游还需要进一步提升其历史教育水平,不仅仅是单纯的文字、图片解说,而是更沉浸式的、更能让游客共情的方式,才能够达到更好的效果。

### 3.2 讨论

全球化背景下,国际竞争日益加剧,各地传统文化受到多元文化的冲击,作为社会认同最高形式和最集中体现的国家认同也受到各种因素的冲击和影响,如何增强国民的国家认同感已成为国家发展的重要议题。在这一需求中,旅游业不仅能够为国家提供经济增长点,还可以通过让旅游者熟悉旅游地国家的文化、历史、价值和信仰,增强情感归属,进而提升旅游者的国家认同。红色旅游作为我国的特有的旅游形式,兼具红色基因与旅游经济价值双重特质<sup>[50]</sup>。一方面,红色旅游是传播和弘扬红色文化、传递红色记忆、传承红色基因、增进国民国家认同的重要手段;另一方面,红色旅游也具有经济属性,能够有效带动红色旅游片区实现经济增长。2021年是中国共产党建党一百周年,红色旅游将成为旅游业复苏的一大重点。

本文以红色旅游对游客国家认同的影响为研究对象,系统探索了红色旅游对于国家认同的影响及作用路径,有助于进一步基于红色旅游提升对国家认同、提升红色旅游的政治功能和教育功能。研究指出红色旅游过程中,高质量的旅游体验、积极的旅游情感对于国家认同具有积极影响。因此,提升红色旅游体验,增强游客的红色情感,是红色旅游目的地的重要任务。与此同时,在红色旅游遍地开花的当下,“迪士尼化”、丑化历史等问题时有发生,红色旅游地需切实保证历史的严肃性,并在此基础上超越简单的说教式价值观传递,以适宜的形式让年轻旅游者沉浸于红色历史,才能基于具身体验切实增强红色旅游体验和情感,从而实现认同。本文对历史认同的分析反映出当下对于年轻群体受到的历史文化教育仍有不足,在推进历史教育的过程中,红色旅游、研学旅行将成为历史教育的第二课堂。因此,如何加强红色旅游的教育性是未来需要关注的话题。同时,研究也反映出承载特定历史的红色旅游地具有各自的独有特征,未来还需要进一步细化量表,针对不同类型的红色旅游目的地景观等进行更具针对性的探索。



## 参考文献(References):

- [1] 徐翠蓉, 赵玉宗. 文旅融合: 建构旅游者国家认同的新路径. 旅游学刊, 2020, 35(11): 11-12. [XU C R, ZHAO Y Z. Cultural tourism integration: A new way to construct national identity of tourists. Tourism Tribune, 2020, 35(11): 11-12.]
- [2] 龙江智. 旅游体验理论: 基于中国老年群体的本土化建构. 北京: 中国旅游出版社, 2010: 36. [LONG J Z. Tourism Experience Theory. Localization Construction Based on Chinese Elderly. Beijing: China Travel & Tourism Press, 2010: 36.]
- [3] 谢彦君, 等. 旅游体验研究: 走向实证科学. 北京: 中国旅游出版社, 2010: 11. [XIE Y J, et al. Research on Tourism Experience: Toward Empirical Science. Beijing: China Travel & Tourism Press, 2010: 11.]
- [4] 马天, 谢彦君. 旅游体验的社会建构: 一个系统论的分析. 旅游学刊, 2015, 30(8): 96-106. [MA T, XIE Y J. Social construction of tourism experience: An analysis of systematic theory. Tourism Tribune, 2015, 30(8): 96-106.]
- [5] 樊友猛, 谢彦君. 旅游体验研究的具身范式. 旅游学刊, 2019, 34(11): 17-28. [FAN Y M, XIE Y J. Embodiment paradigm of tourist experience research. Tourism Tribune, 2019, 34(11): 17-28.]
- [6] 陈晓亮, 蔡晓梅, 朱竑. 基于“地方场域”视角的中国旅游研究反思. 地理研究, 2019, 38(11): 2578-2594. [CHEN X L, CAI X M, ZHU H. Reflection on China's tourism study based on the perspective of field of place. Geographical Research, 2019, 38(11): 2578-2594.]
- [7] 邹统钎, 吴丽云. 旅游体验的本质、类型与塑造原则. 旅游科学, 2003, (4): 7-10, 41. [ZOU T Q, WU L Y. The nature and categories of tourism experiences and developing principles. Tourism Science, 2003, (4): 7-10, 41.]
- [8] 马凌. 旅游社会科学中的建构主义范式. 旅游学刊, 2011, 26(1): 31-37. [MA L. On the paradigm of constructivism in tourism social science. Tourism Tribune, 2011, 26(1): 31-37.]
- [9] 杨琴, 冯群超, 彭晓果. 基于游客体验的红色文化旅游产品深度开发探析: 以中原军区旧址景区为例. 湖北文理学院学报, 2021, 42(2): 50-53. [YANG Q, FENG Q C, PENG X G. Deep development of red culture tourism products based on tourists' experience. Journal of Hubei University of Arts and Science, 2021, 42(2): 50-53.]
- [10] 吴小霞. “四维一体”循环体验共创乡村旅游新媒体营销模式研究. 赤峰学院学报: 自然科学版, 2020, 36(12): 102-106. [WU X X. Research on the new media marketing mode of rural tourism based on "four dimensional integration" circular experience. Journal of Chifeng University: Natural Science Edition, 2020, 36(12): 102-106.]
- [11] 苏勤. 旅游者类型及其体验质量研究: 以周庄为例. 地理科学, 2004, 24(4): 506-511. [SU Q. A study on the types of tourists and their experience quality: A case study of Zhouzhuang. Scientia Geographica Sinica, 2004, 24(4): 506-511.]
- [12] 李晓琴. 旅游体验影响因素与动态模型的建立. 桂林旅游高等专科学校学报, 2006, (5): 609-611. [LI X Q. Tourism experience factors and foundation of dynamic model. Journal of Guilin Institute of Tourism, 2006, (5): 609-611.]
- [13] 谢彦君, 彭丹. 旅游、旅游体验和符号: 对相关研究的一个评述. 旅游科学, 2005, (6): 1-6. [XIE Y J, PENG D. Tourism, tourist experience and signs: A review of related studies. Tourism Science, 2005, (6): 1-6.]
- [14] 黄震方, 葛军莲, 储少莹. 国家战略背景下旅游资源的理论内涵与科学问题. 自然资源学报, 2020, 35(7): 1511-1524. [HUANG Z F, GE J L, CHU S Y. Theoretical connotation and scientific problems of tourism resources under the background of national strategy. Journal of Natural Resources, 2020, 35(7): 1511-1524.]
- [15] 向春燕, 周春燕. 基于红色旅游资源的研学旅行产品开发: 以重庆红岩景区为例. 重庆文理学院学报: 社会科学版, 2021, 40(1): 68-79. [XIANG C Y, ZHOU C Y. Development of tourism products based on red tourism resources: A case research on Hongyan Scenic Spot of Chongqing. Journal of Chongqing University of Arts and Sciences: Social Sciences Edition, 2021, 40(1): 68-79.]
- [16] 刘绍华. 井冈山红色旅游游客体验感知特征分析. 湖北职业技术学院学报, 2020, 23(3): 11-16. [LIU S H. An analysis of the characteristics of tourists' experience perception of red tourism: A case study of Jinggangshan Scenic Area. Journal of Hubei Polytechnic Institute, 2020, 23(3): 11-16.]
- [17] 陈素平, 高慈楼. 感知价值视角下的红色旅游体验研究: 以韶山为例. 湖南财政经济学院学报, 2015, 31(2): 106-112. [CHEN S P, GAO C L. Study on red tourism experience from the perspective of perceived value: A case of Shaoshan. Journal of Hunan Finance and Economics University, 2015, 31(2): 106-112.]
- [18] 王晖. 红色旅游景区体验营销. 文史博览: 理论, 2008, (4): 78-79. [WANG H. On the red tourist attraction experience marketing. Culture and History Vision: Theory, 2008, (4): 78-79.]
- [19] 谢彦君. 旅游体验的两极情感模型: 快乐—痛苦. 财经问题研究, 2006, (5): 88-92. [XIE Y J. Tourist experience and signs: A review of related studies. Tourism Science, 2006, (5): 88-92.]
- [20] 余向洋, 吴东方, 朱国兴, 等. 旅游视域下的认同研究: 基于文献综述的视角. 人文地理, 2015, 30(2): 15-22. [YU X Y, WU D F, ZHU G X, et al. A study on identity in view of the tourism literatures. Human Geography, 2015, 30(2): 15-22.]
- [21] PALMER C. Tourism and the symbols of identity. Tourism Management, 1999, 20(3): 313-321.]

- [22] PARK H Y. Heritage tourism: Emotional journeys into nationhood. *Annals of Tourism Research*, 2010, 37(1): 116-135.
- [23] PARK H Y. Shared national memory as intangible heritage: Re-imagining two Koreas as one nation. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(2): 520-539.
- [24] BUTLER G, KHOO-LATTIMORE C, MURA P. Heritage tourism in Malaysia: Fostering a collective national identity in an ethnically diverse country. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2012, 19(2): 199-218.
- [25] 郭俊伶, 卢东, 金鹏. 红色旅游中敬畏情绪对游客国家认同的影响研究. *资源开发与市场*, 2018, 34(7): 1026-1031. [GUO J L, LU D, JIN P. A study of the influence of awe on the national identity of tourists in red tourism. *Resource Development & Market*, 2018, 34(7): 1026-1031.]
- [26] 金鹏, 卢东, 曾小乔. 中国红色旅游研究评述. *资源开发与市场*, 2017, 33(6): 764-768. [JIN P, LU D, ZENG X Q. Review on red tourism. *Resource Development & Market*, 2017, 33(6): 764-768.]
- [27] 左冰. 红色旅游与政党认同: 基于井冈山景区的实证研究. *旅游学刊*, 2014, 29(9): 60-72. [ZUO B. Red tourism and communist party identity in China: An empirical study based on Jinggangshan Scenic Area. *Tourism Tribune*, 2014, 29(9): 60-72.]
- [28] 张红艳, 马肖飞. 新格局下基于国家认同的红色旅游发展. *经济问题*, 2020, (1): 123-129. [ZHANG H Y, MA X F. Red tourism development based on national identity under the new pattern. *On Economic Problems*, 2020, (1): 123-129.]
- [29] FORNELL C, BOOKSTEIN F. Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory. *Journal of Marketing Research*, 1982, 19(4): 440-452.
- [30] 马国勇, 田国双, 石春生. 高新技术企业吸收能力影响因素研究: 基于PLS-SEM算法的实证研究. *预测*, 2014, 33(4): 28-34. [MA G Y, TIAN G S, SHI C S. Absorption capacity of hi-tech enterprises influencing factors: An empirical study based on PLS-SEM Algorithm. *Forecasting*, 2014, 33(4): 28-34.]
- [31] HAIR J F, RINGLE C M, SARSTEDT M. PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 2011, 19(2): 139-152.
- [32] 邓新星. 论中华民族共同体认同感的建构. *西北民族大学学报: 哲学社会科学版*, 2016, (5): 8-14. [DENG X X. The construction of the sense of identity of the chinese nation community. *Journal of Northwest Minzu University: Philosophy and Social Sciences*, 2016, (5): 8-14.]
- [33] 吴玉军. 传承历史记忆: 国家认同建构的重要路径. *人民论坛*, 2019, (3): 116-117. [WU Y J. Inheriting historical memory: An important way to construct national identity. *People's Tribune*, 2019, (3): 116-117.]
- [34] 赵志峰, 孙国东, 李志伟. 红色旅游社会效应研究: 基于认同视角的探讨. *四川师范大学学报: 社会科学版*, 2016, 43(1): 63-71. [ZHAO Z F, SUN G D, LI Z W. Social effects of red tourism: A perspective of identity. *Journal of Sichuan Normal University: Social Sciences Edition*, 2016, 43(1): 63-71.]
- [35] 刘锡婷. 全球化视阈下当代中国的国家认同研究. 南京: 南京邮电大学, 2017. [LIU X T. Research on national identity of contemporary China from the perspective of globalization. Nanjing: Nanjing University of Posts and Telecommunications, 2017.]
- [36] 王璐, 柴海燕, 王思远. 战争型黑色旅游纪念地到访者情感体验的时间序列研究. *资源开发与市场*, 2020, 36(11): 1299-1306. [WANG L, CHAI H Y, WANG S Y. Time series-oriented study on the sentiment analysis of the visitors to the war-type dark tourism memorial. *Resource Development & Market*, 2020, 36(11): 1299-1306.]
- [37] ZHANG C X, FONG L H N, LI S N, et al. National identity and cultural festivals in postcolonial destinations. *Tourism Management*, 2019, Doi: 10.1016/j.tourman.2019.01.013.
- [38] 蒋荣, 戴均. 政治认同结构的实证研究: 基于结构方程建模法(SEM)的分析. *社会主义研究*, 2013, (3): 88-95, 169. [JIANG R, DAI J. The empirical research on the structure of political identities: An analysis based on the structural equation modeling method. *Socialism Studies*, 2013, (3): 88-95, 169.]
- [39] PACKER J, BALLANTYNE R, UZZELL D. Interpreting war heritage: Impacts of Anzac museum and battlefield visits on Australians' understanding of national identity. *Annals of Tourism Research*, 2019, 76(3):105-116.
- [40] 刘雨轩. 红色纪念性景观叙事对国家认同的影响研究. 成都: 成都理工大学, 2019. [LIU Y X. The red memorial landscape narratives and its influences on national identity: A case study of Geleshan Martyrs Memorial Park in Chongqing city. Chengdu: Chengdu University of Technology, 2019.]
- [41] 张圆刚, 陈希, 余润哲, 等. 自我印象一致对乡村旅游者游憩行为意向的影响研究: 理论构建与模型拓展. *旅游学刊*, 2021, 36(4): 70-82. [ZHANG Y G, CHEN X, YU R Z, et al. The influence of tourists' self-image congruence on rural recreational behavior intention: Theory construction and model extension. *Tourism Tribune*, 2021, 36(4): 70-82.]
- [42] FORNELL C, LARCKER D F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 1981, 18(1): 39-50.

- [43] 侯杰泰. 结构方程模型及其应用. 北京: 教育科学出版社, 2004: 21-35. [HOU J T. Structural Equation Model and Its Application. Beijing: Educational Science Publishing House, 2004: 21-35.]
- [44] KLINE R B. Principles and Practice of Structural Equation Modeling. New York: Guilford Press, 1998.
- [45] HENSEIER J, RINGLE C M, SARSTEDT M. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2015, 43(1): 115-135.
- [46] HAIR JR J F, HULT G T M, RINGLE C, et al. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). New York: Sage Publications, 2016.
- [47] WETZELS M, ODEKERKEN S G, VAN O C. Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 2009, 33 (1): 177-195.
- [48] 史献芝, 赵天娥. 政党认同的生成机制: 解析与建构. 探索, 2011, (5): 170-174. [SHI X Z, ZHAO T E. Generation mechanism of party identity: Analysis and construction. *Probe*, 2011, (5): 170-174.]
- [49] ALTHUSSER L. Ideology and ideological state apparatuses (notes towards an investigation). In: SHARMA A, GUPTA A. *The Anthropology of the State: A Reader*. Malden: Blackwell Publishing, 2006: 86-111.
- [50] 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. *自然资源学报*, 2020, 35(5): 1068-1089. [GAO N, ZHANG X C, WANG L Y. Spatio-temporal characteristics and influencing factors of Chinese red tourism network attention. *Journal of Natural Resources*, 2020, 35(5): 1068-1089.]

## The impact of red tourism on national identity of tourists

LIU Run-jia, HUANG Zhen-fang, YU Run-zhe, BAO Jia-qi, MO Yu-ting

(School of Geographic Science, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

**Abstract:** Red tourism is an effective carrier in inheriting red gene, strengthening patriotism education and enhancing national identity, however, there have been few studies on its political function. Based on the theory of cognitive evaluation emotion evaluation and positive emotion expansion construction theory, this paper constructs the impact model of red tourism national identity and puts forward the corresponding hypotheses. The PLS SEM is used to test the structure equation. The results show that the model has good explanatory and predictive power, and the model is featured by cross validity. The *GOF* value of the overall model is higher than the standard value of good fitness; red tourism has positive effect on national identity of tourists. As the intermediary variable in the process of red tourism, red tourism emotion is connected with tourist experience and identity. The influence of historical identity on national identity is not obvious, so it is necessary to further arouse historical memory and enhance the function of historical education in red tourism. The research results can provide theoretical basis for strengthening the research on the national identity of red tourism, expanding the theoretical connotation and educational function of red tourism and promoting the high-quality development of red tourism.

**Keywords:** red tourism; national identity; red tourism emotion; tourism experience; tourism influence; Memorial Hall of the Victims in Nanjing Massacre by Japanese Invaders