

红色旅游和社会记忆

徐克帅

(江西财经大学旅游与城市管理学院,江西 南昌 330032)

[摘要]研究引入符号系统和社会记忆建构过程理论,在重新定义了红色旅游概念后,建立了红色旅游目的地记忆符号系统这一理论框架。红色旅游目的地记忆符号系统由信息(空间、地方和各种物质和非物质形式)、指代对象(重大事件及其价值)、编码、媒介、发送者和接收者构成。符号的发送者依托红色旅游目的地,通过动态的红色符号选择、表述和重演机制(编码和媒介),向符号的接收者(游客)传达信息,推动其理解并内化信息所表征的价值和意义。在这一过程中,游客将个体生命与国家民族命运紧密相连,通过基于社会现实的神圣性体验形塑红色记忆,从而构建其社会身份认同,达到个体(归属感和自尊)和社会(凝聚力)的共赢;同时,红色旅游目的地符号也将以求同存异的方式促进全球不同社会的互信和交流。

[关键词]红色旅游;红色记忆;身份;符号系统;神圣感

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2016)03-0035-08

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.03.009

引言

记忆不仅具有心理尺度,也具有社会尺度^[1]。“过去不是被保存下来的,而是以当下为基础进行建构的”^[2]。每一代人都会通过信息的选择和表述形成社会记忆(social memory)^[2-4]。社会记忆促进了代际间社会核心信息的传承,保证了社会成员对自我的认同。但社会记忆并非固定属性,而是一种动态过程^[1]。如果缺乏合理的选择、表述和重演机制^[4],社会记忆会随代际更迭而衰减乃至被遗忘。红色记忆是一种特殊的社会记忆,红色景区是这种记忆得以建构的重要客体刺激。2004年红色旅游

正式被中央政府认可^[5],2011年红色旅游目的地实现了时空扩容^①,体现了执政党希望通过增强“红色旅游的时代感和现实感”,推进“社会主义核心价值观体系建设”^[6],表达了执政党借助红色旅游实现国民社会认同的政治逻辑。但红色旅游外延的扩张却并没有促成其内涵的重新界定,这并不利于红色旅游的理论 and 实践发展。

从红色旅游研究来看,目前国内研究侧重概念界定^[7-8],但这种界定也已滞后于执政党政治意图的新变化;与此同时,对红色旅游价值空间的定位也相对狭窄^[9],缺乏与“他”国沟通的意向。中国红色旅游主要采取自上而下的方式,在经济效益上无法与其他旅游形式比肩。这在很大程度上导致大部分国内研究从经济角度探讨红色旅游资源和产业开发^[10-16],仅有少数学者从社会视角关注红色旅游在促进社会群体价值传承与交流上的作用^[9, 17-19]。本文响应肖洪根提出的应重视红色旅游社会建构的倡议^[20],引入符号系统^[21]与社会记忆建构过程理论^[2-4],提出了红色旅游目的地记忆符号系统这一理论框架。

1 社会记忆和旅游

1.1 社会记忆研究进展

社会记忆是社会通过一定的机制(媒体、旅游),选择重大历史事件(如战争),通过各种物质媒介(如纪念馆、纪念碑、历史档案、教科书等)或非物质中介(音乐、电影、口述历史)建立具有神圣感的

[基金项目]本研究受国家自然科学基金“国民休闲背景下城市游憩空间意象的特征、效应与形成机制研究”(41261029)资助。

[This study was supported by a grant from the National Natural Science Foundation of China(to TIAN Fengjun)(No. 41261029).]

[收稿日期]2014-10-31; **[修订日期]**2015-05-23

[作者简介]徐克帅(1977—),男,浙江余姚人,博士,讲师,研究方向为遗产旅游和旅游体验, E-mail: xukeshuai306@hotmail.com。

① 中央办公厅、国务院办公厅印发了《2011—2015年全国红色旅游发展规划纲要》,将1840年以来170多年间的近代和现代中国历史时期的历史文化遗存,有选择地纳入红色旅游范围。2011年4月,国家发展改革委、中宣部、财政部、国家旅游局等14个部门,联合印发了《全国红色旅游经典景区第二批名录》和《全国红色旅游经典景区第一批名录(修订版)》,确定了249个经典景区。http://www.sdpc.gov.cn/zcfb/wengao/201309/P020130929395036983670.pdf, 2014-09-20。

符号识别系统,通过纪念仪式(仪式既是符号系统的一部分,也是符号系统表述的重要途径)反复再现被选择的重要信息,塑造社会集体对过去的认知^[4]。社会记忆因刻录了社会的核心价值而在社会和政治发展与转型中扮演着重要角色^[22]。

社会记忆研究肇始于 20 世纪初叶。1925 年 Halbwachs 撰写的《记忆的社会框架》(*Social Framework of Memory*)一书为该领域研究奠定了基础^[2]。Bartlett 则是第一位从社会维度研究记忆的现代心理学者,他强调群体动力学对个人回忆的重要影响^[23]。社会学和心理学研究范式的差异形成了社会记忆研究中个体主义和集体主义两大体系^[1],前者被称为集合记忆(collected memory),后者被称为集体记忆(collective memory)。此外,一些学者认为集体记忆这一术语过于泛化,忽略了社会亚群体拥有的各种集体记忆间的差别。为区别这种差异,各种概念如大众记忆、官方记忆、自传体记忆、历史记忆(历史学家的记忆)和文化记忆相继出现。但概念的纷繁复杂却阻碍了学术交流。为解决这一问题,Olick 提出将上述各种具有社会属性的记忆过程、实践和结果,都涵盖在社会记忆这一框架下开展研究^[22]。本研究采取的正是 Olick 的观点。

中国学者也日益关注社会记忆研究,并集中在历史学^[24-25]、社会学^[26-27]、民族学^[28-29]、地理学^[30]和旅游研究^[31-32]等学科。旅游地理学者将社会记忆看作“地方文化的根”和“地方旅游规划的魂”,致力于借助空间规划唤醒社会记忆^[31],激发游客对特定地方的依恋。章锦河认为应充分发挥旅游规划塑造社会记忆表达空间的作用,提出空间记忆重构的 5 个原则^[31],并将之落实到地方规划实践^[31-32]。此外,不同学者也注意到了仪式对社会记忆的重要作用:无论是在现代生活(大学校庆)^[30]还是在传统社会(丧葬礼仪)中^[29],仪式是将各种符号集中呈现,并通过营造特定氛围形塑社会记忆,进而促进身份认同的有效手段。

1.2 战争、社会记忆和旅游

社会记忆与重大历史事件紧密相关。在任何一个社会,战争都是构成社会记忆的重大事件。一战和二战体现了人类社会的残酷性^[33],成为全球,特别是各参战国社会记忆的核心要素。战后,现代社会通过各种纪念载体将战争记忆神圣化^[1],在向社会大众提供一种凭吊慰藉功能时^[34],也构建了社会记忆的物质和非物质符号系统,以期系统中蕴含的

价值观能在不同代际传承和不同社会间交流。这种价值既体现在全球性的反战与和平上^[33],也体现在民族性的国民身份构建上^[4]。

伴随旅游业发展,越来越多的人热衷于参观各种战争纪念地^[4,33],从中获取关于本民族过去的信息,强化或构建社会记忆。因此,除大众传媒外,旅游已成为当代构建社会记忆的另一重要机制^[4,33,35]。

1.3 红色旅游和红色记忆

官方界定的红色旅游是指“以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵,组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动”^[5]。目前,国内外文献对红色旅游的定义也多与此类似^[7-8,17,19-20]。但这一概念在红色景区扩容后已显得过于狭窄。因此,本文尝试重新界定红色旅游:到表征几代国人自 1840 年来,特别是自 1921 年来在中国共产党的带领下,浴血奋战、艰苦奋斗、开拓进取,致力于实现国家昌盛和民族复兴的伟大梦想的地点进行参观、访问的活动或社会现象。红色旅游旨在促进参观者将个体生命与国家命运紧密相连,通过激发其基于社会现实的神圣体验,形塑其对重大事件的社会记忆,从而构建参观者的社会认同,达到个体(归属感和自尊)和社会(凝聚力)的共赢。

红色记忆则是关于上述伟大梦想的集体记忆。红色记忆只有通过建立有效机制才能实现代际传承和全球交流。现代旅游是构建社会记忆的重要机制^[4,33,35]。近年来,国外以死亡、战争、大屠杀和灾难为主题的黑色旅游(dark tourism)^[33,36]的兴起显示了西方人通过旅游获取信息,构建社会记忆的趋势。有研究者认为红色旅游与黑色旅游在内涵上具有相似性^[9]。但随着红色景区扩容,中国一些红色旅游目的地(如“5·12”汶川大地震抗震救灾系列景区、侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆等)实际上可视为国外所谓的黑色旅游目的地^①。诚如上述,扩容后的红色旅游目的地旨在帮助参观者建构 100 多年来中国人致力于实现国家昌盛和民族复兴伟大梦想的记忆。红色旅游的爱国话语使其更倾向于作为精神旅游产品^[9],从而具有“神圣性”的特征。与宗教朝圣者从超自然力量中获取神圣体验不同,红色旅游的神圣体验来自个体将自我与国

① 详见 249 个经典景区名录: <http://www.sdpc.gov.cn/zcfb/wengao/201309/P020130929395036983670.pdf>, 2014-09-20.

家和民族命运紧密联系的努力。这种体验根植于社会现实,而这种联系则让游客成为“世俗的朝圣者”^[37]:参观者在喜、怒、哀、乐等多种情感体验中获得国族强盛带来的个体自豪感,从而获得自我价值的升华。对他国游客而言,参观红色旅游目的地也给他们一个求同存异,了解当代中国,乃至构建全球记忆的机会。因此,红色记忆的价值体现在3个层次上:微观上提高个体的情感归属和心理安全^[38];中观上实现社会主义核心价值观的传承和政党认同,促进社会团结和凝聚,这是目前政府和绝大多数研究者采用的取向,即将红色旅游(记忆)作为一种国民爱党、爱国主义教育的形式(机制);宏观上本文认为,红色记忆在宏观层面也需要体现全球价值,这是我们这个政党、民族和国家参与世界竞争与合作,实现不同社会相互交流,促进世界和平与发展的基础;这种价值的核心是反战与和平,此外也包括“美”“正义”“人性”“自由”和“理性”等价值^[9]。

2 红色旅游目的地的记忆符号系统

2.1 红色记忆衰变、集体失忆和身份危机

红色记忆会产生衰变,从而导致集体失忆,由此引发的身份危机已成为当下中国个体和社会共同面临的问题^[26]。这是动态构建红色记忆符号系统的原因。有多重因素会对红色记忆产生影响,时间是导致其磨损的首要因素。当代中国社会是一个各代记忆共存的“力场”;根据社会记忆代际演化理论^[36],本文试将红色记忆(特殊)与社会记忆(一般)关系的动态发展做如下划分:红色记忆构成了第一代社会记忆的核心,但这一代记忆正逐渐消亡。第二代社会记忆中,红色记忆仍是重要组成部分,但其价值出现衰减。受时代影响,第三代及其后的社会记忆构成更为多元,红色记忆只是其中一部分,并呈现出被遗忘和扭曲的倾向。我们必须承认社会记忆的时代性,其会根据不同代际的需要进行更新^[2]。同一个民族不同时代对重大事件的评价不会完全一致;后一代为与前一代相区别,往往会建构新的渠道搭建与过去的联系^[39],赋予社会记忆时代特征。因此,代际间的红色记忆只有通过求同存异才能实现交流和传承,其关键在于构建最具代表性的符号系统,保留最核心的价值判断,并通过符合时代需求的方式进行再现。

不同空间的社会记忆竞争也会导致磨损,这是因为有些群体会因自身利益,扭曲甚至否认某种记忆^[40],如日本右翼势力否认慰安妇、南京大屠杀等历

史事件。在全球记忆“力场”中,强势的社会记忆会淡化乃至抹杀弱势的社会记忆。作为一种社会记忆,红色记忆也可能与其他社会构建的记忆产生冲突。全球性的现代传媒是当代塑造社会记忆最重要的机制,其为社会带来各种直观图景同时,也导致时空压缩,带来了记忆的同化,削弱了个体身份的国家 and 地方属性,这种影响对发展中国家的负面效果尤为明显。

身份是对角色扮演(身份理论)和成员归属(社会身份理论)的感知和表达^[41]。共同的社会记忆维系了一个群体,构建了群体成员的身份,这种身份小到一个民族社区^[28],大到一个国族^[27]。社会记忆中涵盖了某个社会提倡的价值观和行为准则,总体相似的社会记忆是社会成员形成身份认同的前提。但社会记忆具有动态性^[1],受其影响的身份也是一种实践过程。社会记忆沟通了过去和现在,延续了个体身份,也影响着代际身份。当下一代群体无法解读上一代表征社会重大事件的符号意义时,过去的记忆对下一代人不再重要,“社会失忆症”(social amnesia)由此产生^[42]。此时,下一代与上一代的身份认识产生显著差异,引发整个社会的身份认同危机。而这正是转型期中国面临的困境之一^[26]。在尊重个体价值多元的前提下,通过合理的社会记忆形塑机制构建个体的社会认同,达到个体(归属感和自尊)和社会(凝聚力)的共赢因而值得深入探讨。

通过社会记忆建构社会身份应凝聚个体和国家等多重主体的力量。当社会中的多数个体主动探寻历史信息时,会促进社会的“记忆繁荣(memory boom)”^[43]。这种繁荣具有两面性:在帮助第三代及其后代更客观、全面地建立社会记忆时,也会因不同群体的价值观和立场差异形成对同一历史的不同表述,形成相互矛盾甚至冲突的社会记忆。国家是构建社会记忆和身份的首要力量。澳大利亚、加拿大、新西兰在独立时,通过梳理、建构国家的战争体验形成特定的社会记忆,推动形成新的国家身份^[4,43]。处于当今世界合作与竞争舞台上的中国,有必要通过多种机制构建形式更为新颖、内涵更为丰富的红色记忆符号系统,推动国民(特别是年轻一代)主动认知本土价值,提升民族身份认同;同时,我们也要展示红色记忆中的全球性价值,以实现与其他社会的交流。

2.2 红色旅游目的地社会记忆符号系统构成

观念的传播需要借助符号^[21]。红色记忆蕴含的

价值也需要借助具体符号的表征才能传达。索绪尔和皮尔斯是现代符号学的两位创始人。前者提出了能指和所指这对术语,后者确立了符号形体(representamen)、符号对象(object)和符号解释(interpretant)的三元关系;前者注重符号的社会功能,后者关注符号的逻辑功能。MacCannell 试图整合上述两人的概念^[37, 44],提出了旅游符号系统理论。他认为旅游吸引物由标记物(能指,如埃菲尔铁塔介绍),景点(所指,如埃菲尔铁塔)和旅游者(解译者)构成^[45]。但 Lau 并不认同他的观点^[37, 44];相反,Lau 认为景点(诺曼底海滩、总统山)构成能指,而发生在特定地方的历史事件(诺曼底登陆)或其蕴含的价值(美国的价值和方式)才是所指^[37, 44]。

Pierre 认为完整的符号系统应包括指称对象、信息、编码、媒介、发送者和接收者等要素^[21]。基于这一概念及 Lau 的观点^[37, 44],本文将旅游目的地(空间、地方)及各种物质(建筑、遗物、书籍、档案等)和非物质(影视、歌舞、口述历史、仪式等)形式作为红色记忆符号系统的信息(能指),重大事件及其核心价值则构成指称对象(所指)。符号的发送者(国家)依托红色景区,通过动态的红色符号选择、表述和重演机制(编码和媒介),向符号的接收者(游客)传达信息,推动其理解并内化信息背后的意义。游客将自身置于国家命运的宏观背景下进行观照,由此获得基于社会现实的神圣体验并形塑红色记忆,从而构建社会认同,达到个体(归属感和自尊)和社会(凝聚力)的共赢;同时,红色旅游目的地符号的有效传播也将促进全球不同社会的交流。

红色旅游区别于其他旅游形式的重要标准是基于社会现实的神圣性,这既体现在红色记忆符号形式、内涵上,也体现在游客动机、游客体验及最后的游客记忆中。旅游大众化时代游客身份的多重性决定了其体验的多重性。Graburn 将旅游定性为朝圣之行^[46],但随着越来越多的人加入游客大军,旅游的神圣性正在日益衰减。正因如此,具有神圣体验的旅游形式更显可贵。当旅游有助于参观者激发爱国情感和建构国家或民族认同,或更高层面的全球认同和人类认同时,它就成了“世俗的朝圣之旅”^[37]。但是,红色旅游体验既受制于符号系统的呈现方式和过程,也受符号接收者本身解读能力和意愿的影响。与虔诚的宗教朝圣者群体具有较高同质性不同,红色旅游者的构成更为多元^[47]。因此,红色符号系统的提供者应致力于激发大部分红色旅游者的朝圣动机,帮助其在红色之旅的某一阶段获

得某种程度的神圣体验。对红色旅游动机和体验的调查说明了这种转向的必要性和迫切性^[48]。

2.3 红色记忆符号系统的动态构建

每一代人都会通过信息的选择和表述形成社会记忆以构建与过去的联系^[2-4]。在红色事件发生之时、之后,个人或群体一方面有直接的经验,另一方面通过留存战地日记、照片、书信,建立各种纪念馆、纪念碑等形成符号系统以维护记忆。但时空距离让年轻国民和这些红色记忆符号产生了隔阂,难以解读“隐藏在不为人注意的细节中的意义”^[45]。因此,通过编码并依托适宜的媒介构建动态的符号系统,以此向人们传递信息并构建其社会记忆显得尤为重要。实现这一目的需要一套专业和复杂的方法^[2-3],并体现在信息选择、表述^[2-3]和重演^[4]这一动态过程中。

2.3.1 记忆符号的选择

并非所有的过去都需要被保留,也并不是所有的记忆都被赋予相同的价值;通过取舍,社会可以确保将相对重要的社会记忆保留下来^[3]。红色旅游发展过程中必须重视核心信息的选取,体现鲜明的精神价值取向。首先,红色信息的选择必须体现形式和内涵的平衡。政府主管部门在全国范围内确定重点红色旅游景区、旅游精品线和经典景区体现了对红色记忆符号系统空间和地方的选择。这些重点空间和地方及与之相关的物质和非物质符号(纪念馆、烈士陵园、档案、实物、祭扫仪式等)共同构成了红色记忆符号系统的信息源。但仅停留于这一层面是不够的,唯有从全球性和民族性两个维度充实红色记忆符号系统的指称对象内涵才能确保红色信息选取具有完整性、广泛性和持久性,从而使其被我们这个社会不同时代的各个群体普遍接受,也能使其成为我们与其他社会交流的重要渠道。一些红色旅游目的地在红色符号形式伪装下,以宗教化、商业化要素替代神圣化内涵。例如韶山的导游将毛泽东神化而非神圣化^[47];一些知名红色旅游景区推出的所谓红色舞台剧,将严肃的历史事件以娱乐化的形式展示以博取游客关注。这些做法都会对红色信息的代际传承和国际交流形成干扰。

其次,红色信息的选择必须体现真实性。在突出红色信息时不应刻意遗漏或贬低其他组织为保卫和发展我们这个民族所做的贡献,这种选择在涉及国内战争时显得尤为艰难。这一问题的解决有赖于两个方面:第一,历史会降低敏感性,促进对立

方逐步达成谅解;第二,这需要当代中国从上而下的气度和智慧。有理由相信,随着执政党执政经验的积累和执政绩效的显现,会更自信地呈现历史真实。这种自信在信息多元化的社会里尤为重要。

2.3.2 记忆符号的表述

尽管记忆和历史都表述了过去,但历史注重客观,而记忆则凝聚了情感。红色记忆符号表述的核心目标在于营造神圣的氛围以激发参观者的共鸣,帮助其获得情感和精神体验。首先,对地方的依恋感与地方归属和爱国主义紧密相关^[49]。红色旅游目的地是最能代表几代国人救国、强国梦想的地点,因而也是激发参观者爱国情感进而地方依恋感的最佳载体之一。因此,维护圣地的整体形象,杜绝负面新闻的出现是这些红色旅游目的地长期的任务。延安在这方面已经有过反面教训^①。其次,景区(展馆)本身的自然和人文环境也会影响参观者的情感和记忆^[50]。因此,在红色旅游目的地符号系统应特别重视空间规划的合理性,实现有效的空间功能定位^[51],进而实现对游客展演和体验的管理。为解决红色旅游目的地游客多元化需求和神圣感主题间的冲突,本文建议这些目的地应在空间上明确核心神圣区、缓冲区和外围世俗区的划分。世俗区的氛围可以轻松愉快,但在主题上必须与神圣区相呼应,引发游客前往核心区参观的欲望;缓冲区的作用在于帮助游客做好情感过渡。这种空间分区也能解决不同动机游客可能产生的体验冲突问题^[47]。第三,作为重要媒介的解说者在解说时不应哗众取宠。当下一些红色景区的导游解说以低俗迎合游客^[51],已严重损害红色符号系统的神圣感。最后,表述应减少二元对立的传达方式,摒弃对历史人物刻板解说。

红色旅游是一种社会建构^[20],不同社会群体的体验存在差异;同时,红色旅游的体验也未必能转化为记忆。让大多数红色目的地的参观者获得不同程度的神圣体验,形成或多或少的红色记忆,需要管理者和工作者的智慧与努力。首先,充分发挥现代技术的效用有助于将展示由静态向动态,由平面向立体,由单纯的凝视向多感官接收转变。同时,档案的数字化和公开化有利于民众深入了解历史。数字化档案不仅提供了一种信息和教育途径,本身也成为新的红色符号。其次,通过互动和鼓励游客主动参与而非政治说教的表述^[9]更能激发年轻一代主动解读红色符号的兴趣。在互联网2.0时代,互动不仅体现在人(解说者)与人(游客)的交流

中,也体现在人(游客)与端(主页、智能手机应用、智能导览器等)的关系上。

2.3.3 红色记忆的重演

仪式是符号在关键时点的重点展示,是历史信息的反复再现。社会记忆在被选择和表述后需要通过仪式不断重演和回顾信息,防止其被社会遗忘^[39,42]。作为一种特殊而关键的表述形式,红色符号的再现仪式要凸显庄严神圣的氛围,防止休闲化、宗教化和过度商业化。民政部出台办法规范烈士公祭活动,体现了其对仪式激发情感共鸣的重要性的认同^[52]。今后有必要将这种规范推广到一些前主要领导人的祭奠仪式上。神化和娱乐化的仪式只会冲淡和消解红色符号的价值,使得当代人越来越难以与过去建立联系。为暂时的经济利益而导致红色“失忆”是得不偿失的。

大众对仪式的认可程度深刻影响着社会成员保留共同记忆的效果。红色记忆符号的重演需要不同主体的主动参与。政府角色主要体现在方向引导和资源支持上,而要将记忆重演的具体活动交给民众,特别是当地居民和各类志愿者组织。给民众更多机会积极参与红色符号重演仪式体现的是一种更高价值的互动。

3 结论

鉴于红色景区的扩容,本文重新界定了红色旅游这一中国特有的旅游现象,强调了红色旅游在帮助游客获得基于社会现实的神圣体验从而强化社会认同中的重要价值。在此基础上,文章引入符号系统概念^[21]和社会记忆建构过程理论^[2-4],提出了红色旅游目的地记忆符号系统这一框架。红色旅游目的地符号信息所传达的价值能否被游客正确感知和内化,与发送者编码的能力、依托的媒介和接受者解码的能力紧密相关。首先,如果不重视符号需要传达的价值和意义,而仅仅不断地创造各种形式,且通过娱乐化手段博取接收者的关注,很可能产生如Baudrillard所说的消除表征和被表征界限的“符码黑箱”^[53]。红色符号一旦与正、反和对、错无关,缺乏价值判断的红色旅游就会失去存在的意义。因此,发送者在编码和媒体选择时应遵循“少而精”“生动而深刻”的原则。其次,游客背景多样,动机各异,这导致红色旅游目的地的符号系统未必

① 详见央视网2013年6月13日《焦点访谈》节目《延安城管打人事件调查》。

能为所有游客解译、内化,甚至个别游客会通过特定的展演(如扮演皇军)解构红色旅游符号,并干扰其他游客的体验^[48]。除了各种教育外,这个问题的解决也需要红色旅游目的地对游客的展演和体验进行有效管理。应用旅游规划进行社会记忆空间塑造^[31],有助于形成红色景区明确的功能分区,引导和管理游客的旅游体验,减少甚至杜绝游客间的体验冲突。

本文提出的理论框架也需要更多后续研究的支持。例如,就旅游这一机制在红色记忆构建中的影响深度和广度,需要通过深入访谈获取、分析不同代际不同背景游客群体的红色旅游体验而加以验证。另外,如何基于当地实际,建立一种主体间相互合作的工作机制实施红色符号的仪式展演(特别是如何让民众成为展演仪式的主体实施者而非被动参与者)也值得研究者深入思考。最后,通过话语分析国外媒体及游客对红色旅游的认知,有助于我们更好地表述红色旅游的全球价值,将之作为求同存异的主要途径,促进我们与其他社会,特别是西方社会的交流。

参考文献(References)

- [1] Olick J K, Robbins J. Social memory studies: From “collective memory” to the historical sociology of mnemonic practices [J]. *Annual Review of Sociology*, 1998, 24:105-140.
- [2] Halbwachs M. *On Collective Memory*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1992:40.
- [3] Fentress J, Wickham C. *Social Memory*[M]. Oxford: Blackwell, 1992:41-75.
- [4] Winter C. Tourism, social memory and the Great War[J]. *Annals of Tourism Research*, 2009,36(4):607-626.
- [5] CPC Central Committee and State Council. *National Red Tourism Development Plan 2004—2010*[Z]. Beijing: CPC Central Committee and State Council, 2004. [中共中央办公厅, 国务院办公厅. 2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要[Z]. 北京: 中共中央办公厅, 国务院办公厅, 2004.]
- [6] CPC Central Committee and State Council. *National Red Tourism Development Plan 2011—2015*[Z]. Beijing: CPC Central Committee and State Council, 2011. [中共中央办公厅, 国务院办公厅. 2011—2015年全国红色旅游发展规划纲要[Z]. 北京: 中共中央办公厅, 国务院办公厅, 2011.]
- [7] Li Y, Hu Z. Red tourism in China[J]. *Journal of China Tourism Research*, 2008, 4(2):156-171.
- [8] Mao Riqing. Some thoughts concerning the development of ‘red tourism’ [J]. *Truth Seeking*, 2002, 12:67-73. [毛日清. 开发“红色旅游”的几点思考[J]. 求实, 2002,12:67-73.]
- [9] He Jingming. ‘Red and black’: On the development dimension of cultural and ideological tourism products [J]. *Tourism Tribune*, 2012, 27(2): 88-93. [何景明. “红与黑”: 论精神旅游产
- 品的开发向度[J]. *旅游学刊*, 2012,27(2):88-93.]
- [10] Yin Xiaoying, Zhu Hong, Gan Mengyu. Study on product characteristics and developing modes of red tourism[J]. *Human Geography*, 2005, 20(2):34-37. [尹晓颖, 朱竑, 甘萌雨. 红色旅游产品特点和发展模式研究[J]. 人文地理, 2005,20(2):34-37.]
- [11] Yu Fenglong, Lu Lin. Problem diagnosis and countermeasures of red tourism development: A concurrent talk about the enlightenment from red tourism development in Jinggang Mountain [J]. *Tourism Tribune*, 2005, 20(4):56-61. [余凤龙, 陆林. 红色旅游开发的问题诊断及对策——兼论井冈山红色旅游开发的启示[J]. *旅游学刊*, 2006,20(4):56-61.]
- [12] Zhang Heqing, Chen Ningying. An analysis of competitive state of red tourism cities: A case study of top six red tourism cities [J]. *Tourism Tribune*, 2008, 23(11):26-29. [张河清, 陈宁英. 红色旅游城市的市场竞争态势分析——以6大红色旅游城市为例[J]. *旅游学刊*, 2008,23(11):26-29.]
- [13] Yan Youbing, Fang Shimin, Shang Bin. An strategic ponder on Hunan red tourism development[J]. *Economic Geography*, 2007, 27(5):867-872. [阎友兵, 方世敏, 尚斌. 湖南红色旅游发展的战略思考[J]. *经济地理*, 2007,27(5):867-872.]
- [14] Chen Xiaochun, Wang Diyun. The subsequent development pushing forward the red tourism [J]. *Economic Geography*, 2009, 29(5):876-880. [陈小春, 王迪云. 推进红色旅游后续发展的战略思考[J]. *经济地理*, 2009,29(5):876-880.]
- [15] Yang Hong, Zou Jiahong, Zhu Huiying. Study on optimization strategy of red tourism in Hunan Province[J]. *Economic Geography*, 2010, 30(12):2109-2115. [杨洪, 邹家红, 朱湖英. 湖南省红色旅游优化升级研究[J]. *经济地理*, 2011,30(12):2109-2115.]
- [16] Yang Hong, Liu Yuqiao, Yuan Kaiguo, et al. A study on the tourism industry optimization and innovation at great men’s hometown: “Red Triangle” in Hunan Province[J]. *Human Geography*, 2011, 26(3):154-158. [杨洪, 刘玉桥, 袁开国, 等. 伟人故里“红三角”旅游产业优化研究[J]. *人文地理*, 2011,26(3):154-158.]
- [17] Li Y, Hu Z Y, Zhang C Z. Red tourism: Sustaining communist identity in a rapidly changing China[J]. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2010, 8(1-2):101-119.
- [18] Zhang Guangrui. Red tourism in global context[J]. *Tourism Science*, 2009, 22(5):1-6. [张广瑞. 全球视野下的“红色旅游”[J]. *旅游科学*, 2009, 22(5):1-6.]
- [19] Zuo Bing. Red tourism and communist party identity in China: An empirical study based on Jinggangshan Scenic Area[J]. *Tourism Tribune*, 2014, 29(9): 60-72. [左冰. 红色旅游与政党认同——基于井冈山景区的实证研究[J]. *旅游学刊*, 2014, 29(9): 60-72.]
- [20] Xiao Honggen. Dynamics of China tourism and challenges for destination marketing and management[J]. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2013, 2(1):1-3.
- [21] Pierre G. *Introduction to Semiotics*[M]. Huai Yu, trans. Chengdu: Sichuan People’s Publishing House, 1988:1-2. [G.皮埃尔. 符号学概论[M]. 怀宇, 译. 成都: 四川人民出版社, 1988:1-2.]
- [22] Olick J K. Collective memory: The two cultures[J]. *Sociological Theory*, 1999, 17(3):333-348.
- [23] Bartlett F, Burt C. Remembering: A study in experimental and social psychology [J]. *British Journal of Educational*

- Psychology*, 1933,3(2):187-192.
- [24] Ding Donghua. Yesterday once more, construction mechanism of archives in social memory[J]. *Archives Science Study*, 2014, (5): 29-34. [丁华东. 昔日重现:论档案建构社会记忆的机制[J]. 档案学研究,2014, (5):29-34.]
- [25] Zhang Peiguo. Oral history, social memory and rural social research: Interpretation of civil action files[J]. *Journal of Historical Science*, 2004, (12): 14-15. [张佩国. 口述史、社会记忆与乡村社会研究——浅谈民事诉讼档案的解读[J]. 史学月刊,2004, (12): 14-15.]
- [26] Chen Ning. Social memory: A perspective to address the dilemma of social identity problem[J]. *Theory Monthly*, 2014, (7): 167-171. [陈宁. 社会记忆:破解社会认同困境的理论视角与分析路径[J]. 理论月刊,2014,(7):167-171.]
- [27] Liu Qiang. Social memory and Taiwan people's national identity [J]. *Journal of Jiangsu Institute of Socialism*, 2011, (2): 60-63; 80. [刘强. 社会记忆与台湾民众的国族认同[J]. 江苏省社会主义学院学报, 2011, (2): 60-63; 80.]
- [28] Chen Xinlin. Social memory and identification of ethnic groups [J]. *Journal of Guizhou University for Nationalities:Philosophy and Social Sciences*, 2010, (3): 112-116. [陈心林. 社会记忆与族群认同——潭溪社区的实证研究[J]. 贵州民族学院学报(哲学社会科学版), 2010, (3): 112-116.]
- [29] Wu Zhengbiao, Ban Youke. Ritual, myth and social remembrance: A cultural investigation on the funeral ritual of Miao Nationality in Guankou Community of Big Four Community Village in Ziyun Miao and Buyi Nationality[J]. *Guizhou Ethnic Studies*, 2010, (6): 48-52. [吴正彪, 班由科. 仪式、神话与社会记忆——紫云自治县四大寨乡关口寨苗族丧葬文化调查[J]. 贵州民族研究, 2010, (6): 48-52.]
- [30] Shi Fei, Mao Mengru, Tang Wenye, et al. the construction process and mechanism research of collective memory and symbolic space in the perspective of ritual activity: A case study of celebration ceremony in anniversary of Nanjing University [J]. *Human Geography*, 2015, (1): 56-63; 97. [侍非, 毛梦如, 唐文跃, 等. 仪式活动视角下的集体记忆和象征空间的建构过程及其机制研究——以南京大学校庆典礼为例[J]. 人文地理, 2015, (1): 56-63; 97.]
- [31] Zhang Jinhe. Social memory and creative tourism planning [J]. *Tourism Tribune*, 2014, 29(5): 12-13. [章锦河. 社会记忆与旅游规划的创意[J]. 旅游学刊, 2014, 29(5): 12-13.]
- [32] Cheng Hao, Zhang Jinhe. The analysis of tourism development on social memory: A case study of coal memory of Huainan[J]. *Yunnan Geographic Environment Research*, 2012, (1):86-91. [程豪, 章锦河. 社会记忆的旅游开发分析——以淮南煤炭记忆为例[J]. 云南地理环境研究, 2012, (1):86-91.]
- [33] Lennon J, Foley M. *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*[M]. London: Continuum, 2000: 1-12; 99-128.
- [34] Mosse G L. *Fallen Soldiers: Reshaping the Memory of the World Wars*[M]. Oxford: Oxford University Press, 1990:6-7.
- [35] Walter T. Dark tourism: Mediating between the dead and the living [A] // Sharpley R, Stone P R. *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*[C]. Bristol: Channel View Publications, 2009: 39-55.
- [36] Stone P R. Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation[J]. *Annals of Tourism Research*, 2012,39(3):1565-1587.
- [37] Lau R W. Tourist sights as semiotic signs: A critical commentary [J]. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(2): 711-714.
- [38] Jin Taijun, Yao Hu. National identity: A structural analysis from the perspective of globalization[J]. *Social Sciences in China*, 2014, (6): 4-23; 206. [金太军, 姚虎. 国家认同:全球化视野下的结构性分析[J]. 中国社会科学, 2014,(6): 4-23; 206.]
- [39] Shils E. *Tradition*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 2006: 36.
- [40] Olick J K, Levy D. Collective memory and cultural constraint: Holocaust myth and rationality in German politics[J]. *American Sociological Review*, 1997, 62(6): 921-936.
- [41] Stets J E, Burke P J. Identity theory and social identity theory[J]. *Social Psychology Quarterly*, 2000, 6(3): 224-237.
- [42] Jacoby R. *Social Amnesia: A Critique of Contemporary Psychology*[M]. Piscataway, NJ: Transaction Publishers, 1975:4.
- [43] Winter J M. *Remembering War: The Great War between Memory and History in the Twentieth Century*[M]. New Haven: Yale University Press, 2006:18.
- [44] Lau R W. Semiotics, objectivism & tourism: An anti-critique[J]. *Annals of Tourism Research*, 2014, 44: 283-284.
- [45] MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* [M]. Berkeley: University of California Press, 1999:65;117.
- [46] Graburn N. Tourism: The sacred journey [A] // Smith V. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*[C]. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1977:21-36.
- [47] Xu K. Types of red tourists in China: Evidence from Shaoshan [J]. *Annals of Tourism Research*, 2015, 51: 57-59.
- [48] Lin Longfei, Tang Fengling. On the development of tourist source market of red-tourism: A case of Shaoshan[J]. *Journal of Xiangtan University: Philosophy and Social Sciences*, 2006, 30 (5): 85-89. [林龙飞, 唐峰陵. 红色旅游客源市场开发探析——以韶山为例[J]. 湘潭大学学报: 哲学社会科学版, 2006,30(5): 85-89.]
- [49] Tuan Y F. Geopietty: A theme in man's attachment to nature and to place[A] //Wright J K. *Geographies of the Mind: Essays in Historical Geosophy in Honor of John Kirtland Wright* [C]. Oxford: Oxford University Press, 1976: 11-39.
- [50] Cutler S Q, Carmichael B A. The dimensions of the tourist experience[A] //Morgan M, Lugosi P, Ritchie J B. *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives* [C]. Bristol: Channel View Publications, 2010:3-26.
- [51] Tong Shaomao. A study on the safety of red tourism resources [J]. *Tourism Forum*, 2010, 3(6):696-699. [童绍茂. 关于红色旅游资源的安全性研究[J]. 旅游论坛, 2010, 3(6):696-699.]
- [52] Ministry of Civil Affairs of the People's Republic of China. *Methods for Public Ceremony to Commemorate Martyrs*[Z]. Beijing: Ministry of Civil Affairs of the People's Republic of China, 2014. [中华人民共和国民政部. 烈士公祭办法[Z]. 北京: 中华人民共和国民政部, 2014.]
- [53] Baudrillard J. *Symbolic Exchange and Death*[M]. London: Sage, 1993:58.

Red Tourism and Social Memory

XU Keshuai

(School of Tourism and Urban Management, Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang 330032, China)

Abstract: “Red tourism” is a unique phenomenon in modern-day Chinese tourism. The Chinese government has promoted development of this approach since 2004 with the aim of inspiring patriotism among the Chinese public, especially among the younger generations, and boosting economic development in areas that served as traditional revolutionary bases. In 2011, the government increased the number of red tourism destinations/sites; places where major Chinese historical events from 1840 to the present occurred. In the context of this change, I provide a new definition of red tourism in the present paper. I assert that the term refers to the social phenomenon or activities in which people visit destinations where the most important events transpired during modern Chinese history (1840-present). These events demonstrate the Chinese people’s pursuit of the great dream of building a prosperous and powerful country, notably led by the Communist Party of China (CPC) since 1921. Based on this definition, I integrate the concept of sign systems developed by Pierre and theories on the construction process of social memory advanced by Western researchers, formulating a conceptual framework for a sign system for red destinations. The system’s message (signifier) includes the spaces and areas of red destinations, tangible monuments such as archives, memorials, and martyrs’ burial sites, and intangible forms such as songs, legends, and oral history relating to the major events in modern Chinese history. The system’s referent (signified) refers to the major events demonstrating the dream of building a prosperous and powerful country, and the spiritual values of these events. Relying on red destinations, the sender (government) transmits the message to the receivers (tourists) through the mechanism of selection, articulation, and rehearsal of red signs (coding and media).

I also examine the role of red tourism in the construction of social memory, from three perspectives. To effectively perform the social function of red tourism, I consider that the values of red memory should have three dimensions. First, at the micro level, they should give the individual a sense of belonging and ontological security. At the meso level, they should promote social solidarity and cohesion. Finally, at the macro level, they should advocate globally desirable values, including opposition to war along with promotion of peace, justice, freedom, sacrifice, and rationality, for the purpose of exchanging common basic values with other societies, especially Western ones. To achieve this objective, all those participating in red tourism should maintain its sacred nature. The government should follow the principles of “less is better, high quality, vivid and profound,” and apply careful planning to manage visitors’ experiences and manage the actual performance of the tourism approach. Visitors should seek to build a positive emotional connection with the country through visiting red destinations. Finally, I suggest that more research should focus on the social construction of red tourism. This will help to broaden its theoretical and practical space.

Keywords: red tourism; social memory; identity; sign systems; sacred

[责任编辑:吴巧红;责任校对:刘 鲁]