

李猛, 乌铁红, 钟林生. 旅游“网红村”居民的怀旧、集体记忆与地方认同的特征及互动关系——以内蒙古呼和浩特市恼包村为例 [J]. 地理科学, 2022, 42(10): 1799-1806. [Li Meng, Wu Tiehong, Zhong Linsheng. Characteristics and interaction of nostalgia, collective memory and place identity among residents of online popular-tourism village: A case of Naobao Villiage of Hohhot, Inner Mongolia. Scientia Geographica Sinica, 2022, 42(10): 1799-1806.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.2022.10.012

旅游“网红村”居民的怀旧、集体记忆与 地方认同的特征及互动关系 ——以内蒙古呼和浩特市恼包村为例

李猛^{1,2}, 乌铁红³, 钟林生¹

(1. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101; 2. 中国科学院大学资源与环境学院,
北京 100049; 3. 内蒙古大学历史与旅游文化学院, 内蒙古 呼和浩特 010020)

摘要: 以内蒙古呼和浩特市旅游“网红村”——恼包村为例, 通过实验法和问卷调查法, 探讨了旅游网红村居民的怀旧、集体记忆与地方认同 3 种情感的特征。运用结构方程模型, 验证了在旅游效应作用下, 3 种情感之间内在的互动机理。研究显示, 在非本地旅游景观融入地方旅游社区的情境下, 居民依然非常认同当前的景观与建筑, 并对旅游发展保持积极态度; 怀旧、集体记忆如果失去了物质载体, 会在文化载体上集中表现; 旅游景观的嬗变没有隔断居民对从前村落的集体记忆, 但旅游景观优化带来的旅游效应削弱了居民的怀旧情感; 居民的怀旧与集体记忆呈显著的正向相关关系, 居民的集体记忆显著影响地方认同, 旅游发展效应对集体记忆与地方认同有显著的正向影响。

关键词: 旅游“网红村”; 怀旧; 集体记忆; 地方认同

中图分类号: K901.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2022)10-1799-08

随着“乡村振兴”战略的实施、乡村向城镇化的转型以及乡村旅游产业的飞速发展, 不同的景观文化在乡村发展过程中不断碰撞、融合, 接踵而至的是乡村文化景观意象的融合以及地方景观文化的嬗变, 而乡村内部物质景观与非物质景观的多重变化会引起居民的行为方式和认知心理的改变^[1]。社区居民对于乡村景观演变感知的研究是近年国际语境中的热点议题, 景观变化的现象、影响因素、评价与管理应用等受到了广泛关注, 例如相关研究涉及当地利益相关群体对景观变化的感知与评价^[2], 以及居民对长时间景观变化的感知及其意义建构等^[3]。国内的相关研究略显单薄, 居民对景观演变的感知很少被纳入乡村旅游地的规划发展中进行考虑。且社会各界对于乡村景观演变的认知往往有明确的价值判断: 由于旅游资源的易损和不恰当的开发方式,

部分村落的自然和人文风貌在旅游开发中遭受破坏性冲击, 传统村落开发广泛存在着功利化、模板化倾向。在粗放式的乡村旅游景观开发以及传统文化景观保护的思潮背景下, 社会各界纷纷发出声音, 要求保留“本土”景观文化^[4]。但出人意料的是, 很多“景观异变”的乡村旅游地不但没有走向没落, 反而化身“网红村”, 成为乡村旅游发展中的翘楚。

“网红村”指在移动媒体时代, 因为拥有突出的村落风貌、空间环境或建筑设计而被广泛关注从而迅速走红的村庄^[5]。在发展质量较高的旅游网红村中, 伴随着社区景观环境的优化、旅游活动带来的景观经济价值变现以及社会文化的更新等一系列的变化, 网红村居民对于景观环境的演变往往秉持着积极的态度, 而对于地方传统景观的变化以及非本土景观的植入未产生消极的情绪。这一社会现象与

收稿日期: 2021-12-28; **修订日期:** 2022-03-11

基金项目: 国家社会科学基金项目(20BMZ131)、内蒙古自然科学基金项目(2019MS04019)资助。[Foundation: National Social Science Foundation of China (20BMZ131), Natural Science Foundation of Inner Mongolia (2019MS04019).]

作者简介: 李猛(1997-), 男, 蒙古族, 内蒙古呼和浩特人, 博士研究生, 研究方向为旅游地理与国家公园。E-mail: limeng202@mails.ucas.ac.cn

通讯作者: 乌铁红。E-mail: tiehongwu@126.com

我们一贯秉持的“保持原状”和“修旧如旧”的乡村旅游资源规划和开发思想形成鲜明冲突。这引起我们的反思:乡村景观的演替与变迁是否会触发居民的怀旧情感以及集体记忆?怀旧与集体记忆是否会影响居民的地方认同?居民的怀旧、集体记忆与地方认同在地域文化景观剧变以及旅游效应涌现的背景下会呈现怎样的变化?3种情感的空间载体是什么?3种情感存在着怎样的互动关系?

文章以内蒙古呼和浩特市旅游“网红村”——恼包村为例,探究北方民族地区的乡村旅游地在植入江南园林景观的情境下,“网红村”居民的情感特征。通过构建旅游“网红村”居民的怀旧、集体记忆与地方认同情感模型,揭示非本地旅游景观融入地方旅游社区的背景下,社区主体意愿与情感寄托的内在联系。从而提出了需要辩证地看待乡村旅游景观的演变,不应该全盘否定乡村景观文化嬗变的观点。为乡村振兴战略下乡村旅游业的发展模式以及乡村旅游景观的更新和重构提供了理论借鉴,也为文化地理学视角下“人-景-地”的互动关系提供了新的研究思路。

1 研究区域与研究设计

1.1 研究区域

恼包村位于内蒙古呼和浩特市东北部,始建于清康熙年间,由山西垦荒移民迁到此地定居形成村落,以晋蒙文化的交融为基本地方文化特色。随着乡村振兴战略蓬勃发展,恼包新村摒弃了传统的乡村风貌,引入了江南水乡类型的文化旅游景观以及欧式与中式风格相结合的观赏性建筑。恼包村旅游空间环境剧变,并迅速成为线上社交平台以及网络媒体的关注焦点,在快速吸引了大量网络关注和旅

游客流的过程中,这座“塞上江南”成为真正意义上的旅游网红村,恼包村也因此被授予首批全国乡村旅游重点村等多项荣誉称号。

1.2 设计思路与研究路径

本研究通过实验法和问卷调查法搜集数据。实验法采用景观赋分实验,通过居民对居住环境的可视化场景赋分来实现,从而探索居民的怀旧、集体记忆、地方认同的强度与空间载体,为问卷指标设计、假设的提出、结构方程模型的构建提供了基础,并验证原始假设与结构方程模型的可靠性,再依据前人研究成果以及实验调研结果,对问卷指标进行了架构与修正,同时提出了假设、构建结构方程模型(图1)。

1.3 景观赋分实验设计

感知主体(包括旅游者和居民)通常会拍摄最触动自己的场景,并上传到公共社交平台,拍摄最频繁的场景象征着目的地的代表性景观。景观赋分实验即通过搜集整理网络图片,进行聚类分析,选取具有代表性的场景图片,并借助于居民对场景图片的赋分,获取研究数据。

共搜集网络用户发布的恼包村打卡图片628张。删除重复、与恼包村无关等低质量图片后,对具有研究价值的469张图片,依据恼包村的规划分区,选取具有代表性的图像资料,依据主体画面场景、图片中心思想进行初次编码和二次编码,分析得出9个感知场景(图2)。

从怀旧、集体记忆、地方认同这3个主题提出3个题项,每个题项邀请居民选出1~3个场景,每选出1个场景,对应场景图片赋1分。为了便于居民对问题要义的理解,设计问题的提出次序如下:①请您指出1~3个您最认同、最喜欢的场景(地方

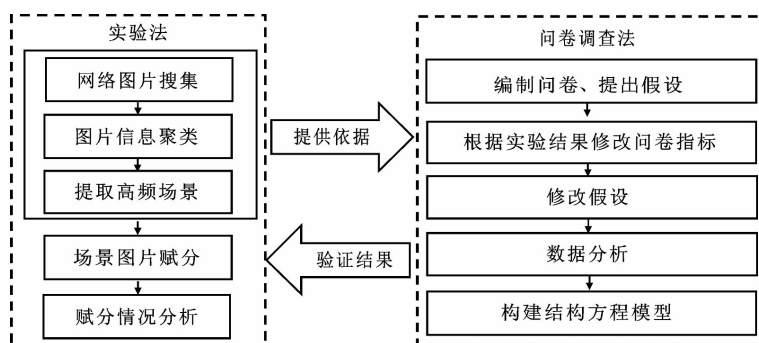


图1 设计思路与研究路径

Fig.1 Design idea and research path



图2 实验场景

Fig.2 Experimental scene

认同)。②请您指出 1~3 个能让您联想到从前的恼包村的场景(集体记忆)。③哪些场景会使您很怀念过去?不超过 3 个(怀旧)。

1.4 问卷设计与分析方法

基于景观赋分实验的结果分析及怀旧、集体记忆、地方认同的相关研究,构建调查问卷。问卷由 5 部分组成,①测量怀旧,划分为体验怀旧、社会化怀旧 2 个一级维度,景观怀旧、情感怀旧、社会怀旧、历史怀旧 4 个二级维度^[6,7],共 8 个衡量指标;②测量地方认同,划分为景观环境认同、社会环境认同、历史认同、区别性、依恋、承诺 6 个维度^[8],共 15 个衡量指标;③测量集体记忆,划分为物质记忆、非物质记忆 2 个一级维度,地方记忆、景观记忆、社会文化记忆、情感记忆 4 个二级维度^[9,10],共 9 个衡量指标;④从经济、社会、文化 3 方面衡量旅游效应;⑤调查受访居民基本人口统计信息以及在案例地居住时间。

问卷于 2020 年 4 月 13~18 日对呼和浩特恼包村居民发放,共发放问卷 350 份,整理后共收集有效问卷 319 份,有效率 91.14%。采用 SPSS 25.0 与 AMOS 22 软件对问卷数据进行分析。首先对问

卷数据进行信度效度分析、正态分布检验分析,然后进行验证性因子分析,进行模型适配度检验、SEM 假设路径的检验与修正,最后根据 SEM 路径系数,得出假设检验的结果分析。

1.5 研究假设

1) 怀旧与集体记忆。“怀旧”(Nostalgia)是人对过去事物的依恋,如对年少时接触的人、地、事的依恋^[11]。怀旧的研究经历了生理学、心理学、地理学、旅游学等多个研究阶段。Lowenthal 从地理学的视角提出了“怀旧”^[12],Boym 从在空间的角度阐释了怀旧,并提出怀旧是空间的^[13]。国内对怀旧的研究始终都是以高速的城镇化为背景的,是对城镇化的质量和速度的深刻反思^[14]。怀旧的积极情绪与消极情绪穿梭在怀旧空间的过去和未来之间,成为怀旧主体与时空的情感纽带,为怀旧与地方间的情感分析提供依据。

集体记忆(Collective Memory)又称群体记忆,是用来描述那些群体共同形成和共享的记忆^[15],属于相对于个体记忆而言的集体情感范畴,是记忆主体同时穿梭在现在和过去两个时态中的情感聚焦,是一种服务于当下需要的社会建构^[16]。集体记忆依

附于地点,而景观就是地点的标志,记录与传承着地方的历史记忆与文化信号,是集体文化和集体记忆的重要载体和研究对象。在“旅游潮”和“记忆转向”兴起的背景下,集体记忆与旅游地理的研究出现了交集^[17]。

怀旧蕴含着“乡愁”意义,故其与记忆的关系经常被置于“家”的视角下讨论。作为一个想象的起点和归宿点,“家”成为一个时间上的符号,暗示着对想象的和无法实现的过去的渴望^[18]。集体记忆经常会被空间唤醒,但这个空间远远超越了“家”的尺度,而怀旧会唤起人心中“家”的本意,社区的景观变化直接导致了居民感知中“家”的时空变化,为怀旧和集体记忆研究提供了良好的客观条件。在自身居住环境和成长经历产生记忆断裂的情境下,主体的怀旧和集体记忆的的正向相关关系会更加鲜明地凸显出来^[19]。基于此提出假设:H1:旅游地居民的怀旧与集体记忆存在正向相关关系。

2) 怀旧、集体记忆与地方认同。地方认同(Place Identity)表现的是“人-地”关系中,人类主体在与客观世界频繁互动的过程中,产生的一种强烈的情感作用。作为人文地理学的核心概念之一,地方认同的构建以“地方”为基础,强调对地方的主观性审视^[20]。地方认同是对某个地方作为社会角色自我感知的一部分的认知^[21],地方认同的研究视角由“自我”转向“社会角色”。地方认同的个体的社会属性不断得到强化,地方认同被认为是个体对于某一地方在心理情感层面上所产生的依恋感和归属感^[22]。同时,伴随着新的乡村旅游研究热点的涌现,地方认同与旅游研究结合也愈加密切^[23]。

地方的再现来源于地方文化记忆,这种怀旧性的记忆与地方认同建构存在内在联系^[24]。如果感知主体对怀旧的“真实地方”和“构想地方”重合度高,会表现出对怀旧场所较高的认同感。Ardakani 认为怀旧记忆是集体记忆的重要组成,是地方可持续保护的重要驱动力^[25]。怀旧记忆被唤起,可以引发地方认同,增强地方依恋。集体记忆被唤起时,能够引发地方认同,集体记忆是地方认同的来源与影响因素^[26]。基于此提出假设:H2:旅游地居民的怀旧对地方认同具有显著的正向影响;H3:旅游地居民的集体记忆对地方认同具有显著的正向影响。

3) 集体记忆、地方认同与旅游发展效应。旅游发展对于集体记忆与地方认同的影响是通过景观环境的变化而体现的。景观被记忆所储藏,物质文化

景观则是记忆与地方之间结构性联系最强的纽带^[27]。地方景观风貌的变化、一系列旅游效应的出现,改变了地方的空间结构,激发起了旅游地居民的集体记忆。记忆场所会由于旅游活动造成景观变化,从而与地方建立起新的联系,进而对集体记忆产生更积极的影响^[28]。而地方认同方面,在“地方移置”的情境下,由于地方环境发生变化而导致了人与地方间的关系受到威胁,地方认同就会暴露其内隐性,从而显现出来^[9],人们对于地方意义的情感和依附会因为环境的改变而更加强烈。此外,旅游发展的经济效益也是影响地方认同的关键因素,居民会选择旅游发展中对自身有利的内容来构建地方认同。当旅游地居民感知到旅游带来的收益时,地方依恋将得到强化^[29]。在旅游效应出现的同时,居民的集体记忆与地方认同的情感倾向被放大。基于此提出假设:H4:旅游发展效应会激发起旅游地居民的集体记忆;H5:旅游发展效应会激发起旅游地居民的地方认同。

2 数据分析与结果

2.1 实验结果分析

“地方认同”题项的回答率(91.54%)明显的高于“怀旧”(77.43%)与“集体记忆”(71.16%),且77.35%的参与者选择了3个场景,而“怀旧”“集体记忆”维度的参与者绝大多数仅选择了1个场景。说明案例地的景观风貌发生了巨大变化,切断了居民集体记忆与怀旧的空间承载基础,而居民的地方认同程度较高,说明当前景观的优质性。通过对实验数据的分析发现:

1) 在“怀旧”维度下,场景g(节庆活动场景)是样本赋分的极高值,为191分,占比超过60%。其余各场景图片均保持较低赋分水平,其中场景e(符号造型)是样本赋分的最低值。表明节庆活动场景是承载案例地居民怀旧情感的核心场景,符号造型、景观等场景难以触发起居民的怀旧情绪。

2) 在“集体记忆”维度下,场景g(节庆活动场景)同样是样本赋分的极高值,为169分,占比超过55%。其中场景e(符号造型)同样是样本赋分的最低值。表明节庆活动场景同样是承载案例地居民集体记忆的核心场景,而新建成的景观、场景很难触发起居民的集体记忆。

3) 通过“地方认同”维度的赋分情况分析,可以验证图片本身的观赏性对实验的干扰性。在“地方

认同”维度下, 场景 c(人造风景景观)的认同程度最高, 为 167 分, 占比仅为 21%。场景 b(专项旅游活动)的赋分最低。值得一提的是, 地方认同维度各场景赋分相对均衡, 场景 g(节庆活动场景)的赋分程度偏低, 故并非因场景 g 有独特观赏性而提升了其在怀旧和集体记忆维度的场景选择率。

结果表明, 虽然居民对于当前全新环境、景观的怀旧情感和集体记忆程度偏低, 但依然非常认同当前的景观。故验证了研究开展与模型构建的前提和现实背景。

2.2 问卷样本的检验分析

对问卷数据进行正态分布检验, 剔除异常项 1 项。然后, 进行数据信度与效度的检验, 32 个测量题项的 Cronbach's α 值为 0.921(>0.7), 表明量表信度较好。用最大方差法进行因子轴旋转, 因子荷载均高于 0.5, Kaiser-Meyer-Olkin(检验统计量)值为 0.869(>0.7), Bartlett's 球形度检验近似卡方值为 4539.765($P=0.000$), 表明样本数据的结构效度较好。

2.3 模型检验

对样本的模型适配度进行拟合度检验。根据表 1 结果显示, 模型整体适配、可接受。

2.4 模型结果

潜变量间路径系数显示怀旧、集体记忆、地方认同与旅游效应间相互作用与互动关系(表 2)。

基于模型验证结果, 其中 4 个假设得到验证。怀旧与集体记忆的路径系数为 0.624($P=0.000$), 在 0.001 水平显著, H1 成立。怀旧对地方认同的路径系数为 0.114($P=0.183$), 未达到显著水平, 故不接受 H2。集体记忆对地方认同的路径系数为 0.481($P=0.000$), 在 0.001 水平显著, H3 成立。旅游效应对集体记忆的路径系数为 0.322($P=0.000$), 在 0.001 水平显著, H4 成立。旅游效应对地方认同的路径系数为 0.212($P<0.01$), 在 0.05 水平显著, H5 成立。

此外, 数据分析发现: 社会怀旧、社会文化记忆、社会环境认同及旅游社会效应的因子负荷均是其所属领域的最高值, 分别为: 0.86、0.83、0.83、0.69, 对潜变量与调节变量的影响最强, 说明社会维度在居民的怀旧、地方认同、集体记忆和旅游效应的感知中作用显著。景观怀旧、历史记忆、景观记忆、历史认同的因子负荷相对偏低, 分别为: 0.56、0.67、0.73、0.64, 对潜变量与调节变量的影响较弱, 说明景观和历史维度在居民的怀旧、地方认同、集体记忆中作用不显著(图 3)。

3 结论与讨论

3.1 结论

本文以呼和浩特旅游“网红村”——恼包村为研究对象, 在非本地景观融入地方社区的背景下, 运

表 1 模型拟合指标

Table 1 Model fitting indexes

指标	绝对拟合指数				简约拟合指数		相对拟合指数		
	CMIN/DF	GFI	AGFI	RMR	PGFI	PNFI	CFI	NFI	IFI
标准	≤ 5	>0.8	>0.8	<0.05	>0.5	>0.5	>0.8	>0.8	>0.8
模型	3.791	0.839	0.782	0.038	0.619	0.796	0.839	0.796	0.841

注: CMIN/DF 为卡方自由度比; GFI 为拟合度指数; AGFI 为调整后拟合度指数; RMR 为残差均方和平方根; PGFI 为简约拟合指数; PNFI 为简约规范适配指标; CFI 为比较适配指数; NFI 为规范拟合指数; IFI 为增量适合度指数。

表 2 模型路径系数估计

Table 2 Path coefficient estimation of the model

作用路径	非标准化估计	S.E	C.R.	标准化估计	P
怀旧 $\leftrightarrow$ 集体记忆	0.239	0.036	6.622	0.624	***
地方认同 $\leftarrow$ 怀旧	0.110	0.083	1.333	0.114	0.183
地方认同 $\leftarrow$ 集体记忆	0.353	0.073	4.871	0.481	***
集体记忆 $\leftarrow$ 旅游效应	0.579	0.147	3.933	0.322	***
地方认同 $\leftarrow$ 旅游效应	0.280	0.105	2.674	0.212	0.007

注: S.E 为标准误差; C.R. 为临界比值; *** 为 $P<0.001$ 水平下显著相关; $\leftarrow$ 为变量间的作用路径; $\leftrightarrow$ 为变量间的相互作用关系。

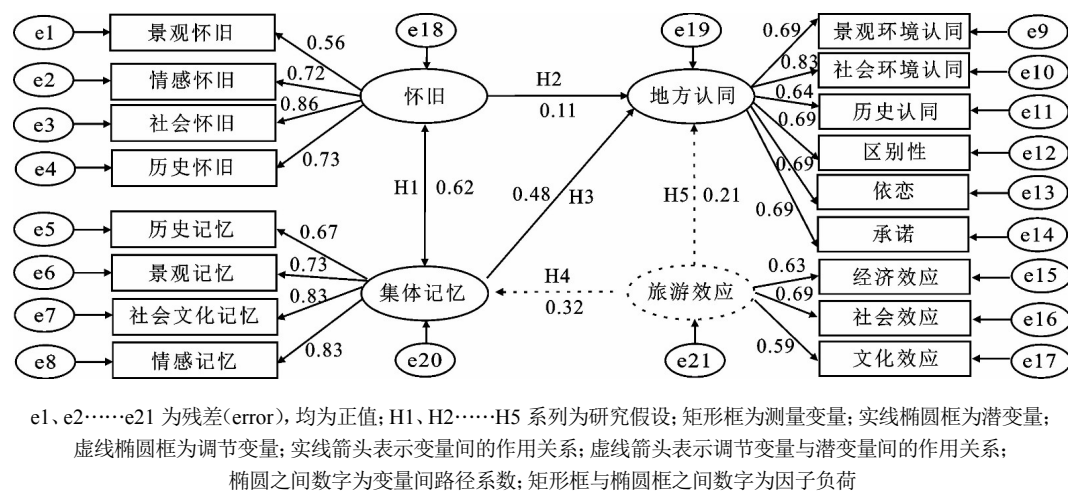


图3 怀旧、集体记忆、地方认同关系模型

Fig.3 Relationship model of nostalgia, collective memory and place identity

用实验和问卷调查等方法对旅游“网红村”居民的怀旧、集体记忆、地方认同3个维度及其内在联系进行分析，得出以下结论：

1) 旅游“网红村”——恼包村的景观风貌虽然没有延续本土化、地方化特征，但居民依然非常认同当前的景观与建筑，并对旅游发展保持积极态度。居民怀旧情感、集体记忆的强度较低，但未影响居民整体的地方认同强度。这也反映出乡村旅游景观吸纳非本地景观文化的乡村旅游发展方式也具有其存在依据和发展优势，对乡村文化景观的优化路径应秉持更加开放、包容和辩证的发展态度。

2) 居民的怀旧、集体记忆如果失去了物质载体，会在文化载体上集中表现。乡村性是乡村旅游的核心吸引力，除实体景观外，非实体的乡村景观也对怀旧、集体记忆有着重要的影响。在居民对“怀旧”场景和“集体记忆”场景的赋分过程中发现：情感和记忆在失去空间和物质载体的背景下，地方节庆活动等文化遗产的非物质载体对居民怀旧、集体记忆的传承有重要作用。

3) 旅游景观的嬗变没有隔断居民对从前村落的集体记忆，反而成为唤醒居民集体记忆的客观条件。旅游景观优化带来的一系列经济、社会、文化效应削弱了居民的怀旧情感。旅游“网红村”居民并非“集体失忆”，而是在面对更优质的景观环境以及积极的旅游发展效应时弱化自身的怀旧情感。

4) 在非本地旅游景观植入地方旅游社区的背景下，居民的怀旧、集体记忆和地方认同在旅游发展效应下的互动关系为：居民的怀旧与集体记忆呈

显著的正向相关关系；居民的集体记忆显著影响地方认同；旅游发展效应作为影响居民对生活环境感知的关键因素，对集体记忆与地方认同都有显著的正向影响。且居民的怀旧、地方认同和集体记忆情感特征主要通过社会维度集中反映，景观维度和历史维度对其影响较弱，这也揭示出乡村居民情感和记忆主要依附在社会感知维度。

3.2 讨论

恼包村的乡村旅游发展模式具有代表性，但并非不具普适性。其代表性主要表现在：①“景观文化的融合”并非“景观的复制”，恼包村的江南水乡景观风格是依据地方地理与市场需求特征而创设，并非简单、粗略地复制而使“千村一面”。②恼包村的原始景观文化不浓郁、景观质量不高，故在新景观植入后带来是更具有吸引力的景观文化与景观观赏价值时，不会激发居民的抵触情绪。③新的景观植入，带来的是积极、显著的旅游效应，与案例地曾经落后的社会水平形成鲜明对比，故可以激发原住民强烈的认同感。从旅游景观的变迁过程来看，特定旅游形式的兴起和繁荣总是与特定时期的社会结构和变迁存在某种关联，旅游景观的变迁、景观文化的融合也是社会实践发展自然衍生的结果。乡村景观文化创新也是乡村振兴以及乡村旅游业高质量发展的必经之路。

挖掘案例地发展的内在文化脉络发现：乡村旅游景观的重构与更新其实是地域文化融合与发展的表征。民族地区乡村旅游发展要保持地域文化特征的同时，一些特色鲜明的非本地景观文化融入地方

的案例是否可以理解为是景观文化多样化的体现? 或者文化交流与交融在景观文化上的体现? 保护传统景观文化是我们的义务, 但同时也肩负创造更优秀的景观文化和推进景观文化发展的责任, 敢于让景观文化“相互交流”, 也许才是“文化自信”的主流价值观。乡村旅游发展模式, “非本地旅游景观”究竟可以扮演怎样的角色, 还需时间和实践的反复审视与检验。

参考文献(References):

- [1] 刘阳, 赵振斌, 李小永. 基于PPGIS的乡村旅游社区景观价值变化研究——以丽江束河古镇为例[J]. 地理科学, 2021, 41(2): 328-339. [Liu Yang, Zhao Zhenbin, Li Xiaoyong. Landscape value in rural community based on PPGIS: A case study on Shuhe Old Town of Lijiang. *Scientia Geographica Sinica*, 2021, 41(2): 328-339.]
- [2] Vila S J, Rodriguez R, Varga D et al. Stakeholder perceptions of landscape changes in the Mediterranean Mountains of the North-Eastern Iberian Peninsula[J]. *Land Degradation & Development*, 2015, 27(5): 1354-1365.
- [3] Westling E L, Surridg B W J, Sharol et al. Making sense of landscape change: Long-term perceptions among local residents following river restoration[J]. *Journal of Hydrology*, 2014, 519: 2613-2623.
- [4] 刘沛林. 新型城镇化建设中“留住乡愁”的理论与实践探索[J]. 地理研究, 2015, 34(7): 1205-1212. [Liu Peilin. The theory and practice exploration of "remembering nostalgia" in the construction of new urbanization. *Geographical Research*, 2015, 34(7): 1205-1212.]
- [5] 孙文秀, 武前波, 陈前虎, 等. 基于景观社会理论的浙江乡村振兴研究——以富阳“网红村”建设为例[J]. 城乡规划, 2020(4): 88-96. [Sun Wenxiu, Wu Qianbo, Chen Qianhu et al. Rural revitalization research in Zhejiang Province based on society of the spectacle theory: A comparative study on three internet-famous villages. *Urban & Rural Planning*, 2020(4): 88-96.]
- [6] Batcho K I. Nostalgia: A psychological perspective[J]. *Perceptual and Motor Skills*, 1995, 80: 131-143.
- [7] 李蕾蕾. “乡愁”的理论化与乡土中国和城市中国的文化遗产保护[J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版), 2015, 13(4): 51-57. [Li Leilei. Theorizing “nostalgia” and its implications on cultural heritage preservation of rural and urban China. *Journal of Beijing Union University (Humanities and Social Sciences)*, 2015, 13(4): 51-57.]
- [8] 赵宏杰, 吴必虎. 基于休闲时空涉入的地方认同模型之研究[J]. 旅游学刊, 2017, 32(3): 95-106. [Zhao Hongjie, Wu Bihu. A study on place identity model based on the leisure temporal-spatial involvement. *Tourism Tribune*, 2017, 32(3): 95-106.]
- [9] 钱莉莉, 张捷, 郑春晖, 等. 灾难地居民集体记忆、地方认同、地方保护意愿关系研究——以汶川地震北川老县城为例[J]. 地理研究, 2019, 38(4): 988-1002. [Qian Lili, Zhang Jie, Zheng Chunhui et al. The relationships among post-disaster collective memory, place identity and place protection intention of local residents: A case study of Wenchuan earthquake ruined town of Beichuan. *Geographical Research*, 2019, 38(4): 988-1002.]
- [10] 孔翔, 卓方勇. 文化景观对建构地方集体记忆的影响——以徽州呈坎古村为例[J]. 地理科学, 2017, 37(1): 110-117. [Kong Xiang, Zhuo Fangyong. Roles of cultural landscapes in the construction of local collective memory: A case study of Chengkan Village. *Scientia Geographica Sinica*, 2017, 37(1): 110-117.]
- [11] Lasaleta J D, Sedikides C, Vohs K D. Nostalgia weakens the desire for money[J]. *Journal of Consumer Research*, 2014, 41(3): 713-729.
- [12] Lowenthal D. Past time, present place: Landscape and memory[J]. *Geographical Review*, 1975, 65(1): 1-36.
- [13] Boym S. The future of nostalgia[M]. New York: Basic Books, 2001: 1-404.
- [14] 王新歌, 陈田, 林明水, 等. 国内外乡愁相关研究进展及启示[J]. 人文地理, 2018, 33(5): 1-11. [Wang Xinge, Chen Tian, Lin Mingshui et al. Review of nostalgia research. *Human Geography*, 2018, 33(5): 1-11.]
- [15] Halbwachs M. On collective memory[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1992: 124-128.
- [16] 赵瑜, 范静涵. 怀旧影片中集体记忆的呈现与建构[J]. 当代电影, 2019(5): 112-115. [Zhao Yu, Fan Jinghan. Description and construction for the collective memories in nostalgia films. *Contemporary Cinema*, 2019(5): 112-115.]
- [17] Winter C. Tourism, social memory and the great war[J]. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36(4): 607-626.
- [18] Stewart S. On Longing: Narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection[J]. Durham, N C: Duke University Press, 1993: 23.
- [19] 张昱. 作为记忆媒介的博物馆: 对公共事件的叙事与传播[J]. 复旦学报(社会科学版), 2021, 63(3): 97-104. [Zhang Yu. Museum as a media of memory: The narratives and communication of public events. *Fudan Journal (Social Sciences Edition)*, 2021, 63(3): 97-104.]
- [20] Wright J K. Terrae incognitae: The place of imagination in geography[J]. *Annals of the Association of American Geographers*, 1947, 37(1): 1-15.
- [21] 唐文跃. 地方感研究进展及研究框架[J]. 旅游学刊, 2007, 22(11): 70-77. [Tang Wenyue. A study progress of sense of locality and research framework. *Tourism Tribune*, 2007, 22(11): 70-77.]
- [22] 赵宏杰, 吴必虎. 大陆赴台自由行游客地方认同与休闲效益关系研究[J]. 旅游学刊, 2013, 28(12): 54-63. [Zhao Hongjie, Wu Bihu. A study on the relationship between place identity and leisure benefits for individual visitors from Mainland China to Taiwan. *Tourism Tribune*, 2013, 28(12): 54-63.]
- [23] 杨立国, 刘沛林, 林琳. 传统村落景观基因在地方认同建构中的

- 作用效应: 以侗族村寨为例[J]. 地理科学, 2015, 35(5): 593-598. [Yang Ligu, Liu Peilin, Lin Lin. The effect of traditional village landscape genes in construction place identity: Taking the Dong Minority village as an example. *Scientia Geographica Sinica*, 2015, 35(5): 593-598.]
- [24] Agnew J. Regions on the mind does not equal regions of the mind[J]. *Progress in Human Geography*, 1999, 23(1): 91-96.
- [25] Ardakani M K, Oloonabadi S S A. Collective memory as an efficient agent in sustainable urban conservation[J]. *Procedia Engineering*, 2011, 21(3): 985-988.
- [26] 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. *Human Geography*, 2015, 30(6): 7-12.]
- [27] Steven Hoelscher, Derek H. Alderman, memory and place: Geographies of a critical relationship[J]. *Social & Cultural Geography*, 2004, 5(3): 347-353.
- [28] Gurler E E, Ozer B. The effects of public memorials on social memory and urban identity[J]. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2013, 82: 858-863.
- [29] 徐彤, 陈晔, 龙潜颖. 旅游感知与地方依恋对主-客价值共创的影响[J]. *商业研究*, 2020(7): 1-7. [Xu Tong, Chen Ye, Long Qianying. The influence of tourism perception and place attachment on co-creation of host-guest value. *Commercial Research*, 2020(7): 1-7.]

Characteristics and Interaction of Nostalgia, Collective Memory and Place Identity Among Residents of Online Populartourism Village: A Case of Naobao Villiage of Hohhot, Inner Mongolia

Li Meng^{1,2}, Wu Tiehong³, Zhong Linsheng¹

(1. *Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, Chinese Academy of Science, Beijing 100101, China;*
2. *College of Resources and Environment, University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China;* 3. *College of History and Tourism Culture, Inner Mongolia University, Hohhot 010020, Inner Mongolia, China*)

Abstract: The emotional sustenance of rural residents is an important reference for the development quality of rural revitalization and rural tourism in China. The evolution of tourism landscape also provides a new perspective for the study of rural residents' emotion and memory. Taking Huhhot Naobao village in Inner Mongolia as a case, this paper discusses the residents' nostalgic, collective memory and place identity by means of experiment and questionnaire survey. The structural equation model is used to verify the internal interaction mechanism among the nostalgia, collective memory and place identity of residents in the online populartourism village under the effect of tourism. In the context of the integration of non-indigenous tourism landscape into local tourism communities, the research shows that: Residents still identify with the current landscape and architecture strongly, and maintain a positive attitude towards tourism development; If nostalgia and collective memory lose their material carrier, they will be concentrated on the cultural carrier performance. The evolution of tourism landscape does not cut off residents' collective memory of former villages, but the tourism effect brought by tourism landscape optimization weakens residents' nostalgic feelings. Residents' nostalgia has a significant positive correlation with collective memory, residents' collective memory has a significant positive impact on place identity, and tourism development has a significant positive impact on collective memory and place identity. This paper provides a theoretical reference for the development model of rural tourism and the reconstruction of rural tourism landscape under the strategy of rural revitalization.

Key words: online populartourism village; nostalgia; collective memory; place identify