

新型沉浸式互动体验、国家认同 与青年出游意愿

——以“红色剧本杀”为例

王 强¹,许丁夫^{2,3},杨庆媛¹

(1. 西南大学 地理科学学院,重庆 400715;2. 西南大学 经济管理学院,重庆 400715;
3. 西南大学 乡村振兴战略研究院,重庆 400715)

摘 要:红色旅游是赓续中国共产党人百年奋斗历程精神血脉的重要载体,具有鲜明的政治功能。“红色剧本杀”作为红色旅游的一种新兴业态,将红色叙事融入沉浸式互动,为传承中国共产党的精神血脉开辟了新颖的实践路径。为探究该模式对青年群体的影响,基于 SOR(Stimulus-Organism-Response)理论框架,探讨“红色剧本杀”沉浸式互动体验、国家认同与青年出游意愿之间的内在逻辑与作用机制。研究发现:第一,“红色剧本杀”沉浸式互动体验量表由剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验 4 个维度构成。第二,“红色剧本杀”沉浸式互动体验及其子维度对青年群体的国家认同具有显著正向影响,同时,这种增强的国家认同进一步激发了其红色旅游出游意愿。第三,国家认同在“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年群体红色旅游出游意愿的影响中起到中介作用。研究可为红色旅游的可持续发展提供学理支撑,也揭示了一种引导当代青年在深度参与中内化革命精神、培育国家情感的有效机制。

关键词:“红色剧本杀”;国家认同;出游意愿;红色旅游;新型沉浸式互动体验

中图分类号:F592.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2026)01-0190-12

一、引 言

近年来,中国线下娱乐行业的市场规模不断扩大,并逐渐成为国民经济的重要增长点之一。随着城乡居民消费结构的转型升级,青年群体在文化娱乐消费上的支出和线下娱乐业态的参与度都远高于其他人群^[1]。党的二十届四中全会提出“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”^[2],这推动了通过创新的沉浸式产品(新供给)满足消费者对高品质体验(新需求)的渴望。在此背景下,以密室、“剧本杀”、线下音乐节等为代表的线下娱乐产业逐渐兴起。“剧本杀”游戏自 2013 年引入中国之后,数年间市场规模破百亿,成为深受青年群体喜爱的娱乐活动之一。有关机构调研发现,74.73%的消费者玩过“剧本杀”,且接近一半的消费者每月玩 3~5 次^[3]。这不仅反映了青年群体对新颖娱乐方式的需求,也预示着线下娱乐产业具有巨大的市场潜力和广阔的发展空间。

作者简介:王强,西南大学地理科学学院,博士后。

通讯作者:杨庆媛,西南大学地理科学学院,教授,博士生导师。

基金项目:中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“推进中国农业转移人口市民化的制度保障和路径选择”(SWU2509301),项目负责人:王强。

红色旅游作为中国特色的旅游形式,被赋予深化爱国主义教育、传承红色基因的核心使命^[4]。因此,党和政府多次提出,要大力发展红色旅游,增强国家认同感,为构筑中华民族共有精神家园发挥积极作用。然而,传统红色旅游业态较为单一,体验感与互动性较弱,对青年群体的吸引力日渐式微^[4]。新兴的“红色剧本杀”提供了新范式,其将历史叙事转化为个体可亲历的沉浸式剧本,促使玩家从被动知识的接收者,转变为主动的情感建构者,在娱乐体验中完成价值观念的内在形塑^[5]。目前,这种形式对增强文化自信与民族认同的潜在价值受到学界与业界的关注,但其具体的作用路径尚缺乏实证支撑。因此,本研究的核心问题在于:“红色剧本杀”沉浸式互动体验能否有效提升青年的国家认同,并以此为中介,最终影响青年群体红色旅游出游意愿? 研究结果不仅在学理上阐明“红色剧本杀”为传统红色旅游叙事注入新动能的机制,也为行业模式创新提供实践指引。

随着“剧本杀”的兴起,国内外学者开展了相关的研究。国外学者的研究主要聚焦于“剧本杀”游戏的起源、功能等方面^[6-7]。“剧本杀”游戏作为一种文化实践,国外学者不仅追溯其社会文化源流^[8],也考察了其在教育场域中的促进作用^[9]。国内学者的研究主要聚焦于“剧本杀”的文本特征、功能特点、行业发展及应用等方面^[10-11]。在文本特征与功能特点方面,诸多研究发现,“剧本杀”巧妙地将主流叙事嵌入青年亚文化,在沉浸式体验的场域中,让玩家能够克服社交焦虑、深度互动,实现情感连接与话语表达^[1,12]。在行业发展与应用研究方面,“剧本杀”与红色文化深度融合,将真实客观的革命历史通过沉浸式互动体验的剧本呈现出来,在此过程实现了从宏大的“历史叙事”到沉浸式“历史故事”的转变^[13]。这不仅为革命历史的赓续传承提供了可行途径,也为青年群体的思政教育提供了沉浸式体验的生动课堂^[5]。然而,目前学界缺乏一套“红色剧本杀”沉浸式互动体验的成熟量表,这也导致鲜有研究深入剖析“红色剧本杀”沉浸式互动体验如何影响青年群体出游意愿,以及背后存在怎样的作用机制。

基于此,本研究以上海为案例地,首先采用扎根理论对“红色剧本杀”沉浸式体验的构成维度予以识别与提炼,并以此为基础构建测量量表。其次,基于收集的问卷,采用结构方程模型,剖析“红色剧本杀”沉浸式互动体验、青年群体国家认同与出游意愿三者间的影响路径。本研究可能的边际贡献在于:第一,扩展了SOR理论的应用范围。目前关于“红色剧本杀”沉浸式互动体验与青少年出游意愿之间关联的研究仍处于初步探索阶段,尚未完全揭开其内在机制的“黑箱”。本研究采用SOR理论,探究“红色剧本杀”作为外部环境的刺激,如何通过作用于游戏玩家内在的国家认同这一机体状态,最终影响青年群体出游的行为反应,不仅为理解青年旅游行为提供了新的视角和理论支持,也为探究以体验经济为核心的新兴业态如何吸引青年群体的文娱消费提供实践支撑。第二,丰富了扎根理论的应用领域。本研究采用扎根理论构建“红色剧本杀”沉浸式互动体验的理论模型与成熟量表,有效破解了“红色剧本杀”核心概念不明、关键范畴不清的问题,挖掘出青年群体依托“剧本杀”红色文化元素内核达成游戏体验以崇尚爱国主义、增进国家认同、强化思政教育功能的深层逻辑,丰富了扎根理论在红色旅游领域的应用。

二、研究假设

刺激—机体—反应理论(Stimulus-Organism-Response, SOR)是由Mehrabian等提出的^[14],意在剖析外部环境刺激对个体消费行为的影响^[15]。刺激变量(S)被定义为影响个体内部状态改变的外部环境因素,通常被理解为对个体产生影响的刺激因素;机体变量(O)指在外部刺激与个体后续行为之间进行干预的内部过程;反应变量(R)是指个体的亲近或回避行为^[16]。

SOR理论近年来已经被学者广泛应用于旅游领域^[15-17],何云梦等基于SOR理论,从文旅消费动机、文旅消费体验、文旅消费满意度和文旅消费忠诚度等维度,深入分析了文旅消费驱动机制^[15]。Kim等基于扩展的SOR理论,对虚拟旅游消费者的行为意愿进行了研究^[18]。基于此,本研究认为SOR理论适用于“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年玩家红色旅游出游意愿的影响研究。首先,

“红色剧本杀”作为一种沉浸式互动体验游戏,其中的剧本、游戏主持人和游戏空间在视觉、听觉上对游戏玩家产生刺激,从而使其产生情绪变化。其次,国家认同既是一种感知,也是一种心理唤起,对游戏玩家产生影响。最后,游戏玩家对这种刺激的反馈最终体现为出游意愿。

(一)“红色剧本杀”沉浸式互动体验与国家认同

在旅游沉浸式体验过程中,文化和历史以一种无形构建的形式为游客所感知。游客会产生一种敬畏感,从而增强他们的国家认同感^[19]。而“红色剧本杀”沉浸式互动体验将红色文化融入沉浸式体验中,让青年群体在剧本角色中感受革命时期山河破碎、国家动荡的悲怆心情,使其深切体会到历史厚重感,从而对家国大义有深刻领悟。因此可以说,“红色剧本杀”是青年群体接受思政教育、学习百年党史、传承红色精神的重要载体和平台^[20]。在游戏玩家从拿到剧本角色,研读剧本角色,再到融入剧本角色的过程中,“红色剧本杀”激发了基于社会现实的难忘体验,唤醒了人们对重大历史事件的记忆,构建了特殊的社会认同体系^[5]。“红色剧本杀”多维互动的场景强化了观众的情绪投入,能够激发游戏玩家的民族情感和政治热情,使其产生敬畏情绪,增强民族认同感,甚至会推动游戏玩家产生一些国家认同的行为。基于此,本研究提出假设 H1:

H1:青年群体在“红色剧本杀”沉浸式互动体验中产生强烈的国家认同意识。

H1a:剧本质量对国家认同具有显著正向影响。

H1b:游戏主持人能力对国家认同具有显著正向影响。

H1c:游戏空间对国家认同具有显著正向影响。

H1d:玩家沉浸式体验对国家认同具有显著正向影响。

(二)国家认同与青年群体红色旅游出游意愿

国家认同是个体对民族的联结感或地方依恋感的反应^[21]。旅游领域诸多研究证实了国家认同与行为意向之间存在相关性,Isa 等发现地方认同(依恋)会影响游客重游意愿^[22]。沈彩云等基于“认知—情感—意动”理论模型,发现民族认同显著影响游客重游意愿^[23]。从红色旅游的内驱力看,游客前往红色旅游目的地的多样化动机中,责任、接受爱国主义教育等动机一直处于重要地位,即游客既有的某种认同和情感归属是游客前往红色旅游目的地的动力^[19]。而“红色剧本杀”的核心内涵是红色文化精神、爱国主义精神的凝练,其不断向外界传达着对国家、对民族的深沉情感,这与青年群体的国家认同感相适应。基于此,提出假设 H2:

H2:国家认同对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响。

(三)“红色剧本杀”沉浸式互动体验与青年出游意愿

诸多研究表明,沉浸式体验会使体验者获得高度的愉悦感和充实感^[24],在体验结束后仍留下深刻印象,也会对游客出行意愿与行为产生影响^[25]。在“剧本杀”营造的逼真场景的沉浸式体验过程中,人与人、人与物、人与环境交互与互动^[5],身临其境的在地感和体验感被不断强化,进而增强了国家认同意识,而这种国家认同感与红色旅游内涵同频共振,由此青年群体被红色实景旅游吸引,产生出游意愿。此外,结合 SOR 理论,“红色剧本杀”作为一种沉浸式体验游戏,剧本内容、游戏主持人和游戏空间都能够在视觉、听觉上对游戏玩家产生刺激,从而使其产生情绪变化,本研究将这种情绪变化定义为国家认同感。国家认同感将增强青年群体对红色旅游目的地的出游意愿,即“红色剧本杀”这一外部刺激的结果最终体现为青年出游意愿。基于此,提出假设 H3 和 H4:

H3:“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响。

H3a:剧本质量对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响。

H3b:游戏主持人能力对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响。

H3c:游戏空间对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响。

H3d:玩家沉浸式体验对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响。

H4:国家认同在“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年群体红色旅游出游意愿的影响中起到中介

作用。

H4a: 国家认同在剧本质量对青年群体红色旅游出游意愿的影响中起到中介作用。

H4b: 国家认同在游戏主持人能力对青年群体红色旅游出游意愿的影响中起到中介作用。

H4c: 国家认同在游戏空间对青年群体红色旅游出游意愿的影响中起到中介作用。

H4d: 国家认同在玩家沉浸式体验对青年群体红色旅游出游意愿的影响中起到中介作用。

综合上述研究假设,本研究提出“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年群体红色旅游出游意愿影响的理论框架(见图 1):

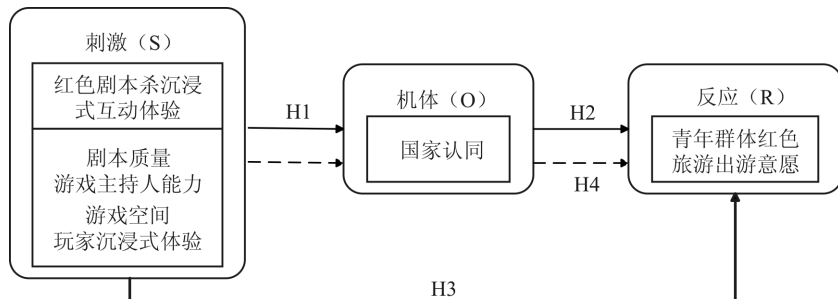


图 1 青年群体红色旅游出游意愿理论框架

三、研究设计

(一) 研究方法与数据来源

1. 研究方法

结构方程模型(Structural Equation Model, SEM)是基于变量间的协方差所构建的多变量统计模型,整合因素分析(Factor Analysis)和路径分析(Path Analysis)两种方法,实现测量与分析的结合,既可依据变量间的协方差矩阵探析自变量间的真实关系,也可同时处理多个因变量进行多因分析^[26]。因此,本研究采用 SEM 模型探究“红色剧本杀”沉浸式互动体验、国家认同与青年出游意愿之间的内在关联。

SEM 包括可度量的观察变量和无法直接度量的潜在变量^[26],由测量模型和结构模型构成,式(1)~(2)主要分析潜在变量与观察变量之间的共变关系,式(3)主要分析潜在变量间的因果关系。

$$X = \Lambda_x \xi + \delta \quad (1)$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon \quad (2)$$

$$\eta = B\eta + \Gamma\xi + \mu \quad (3)$$

其中, ξ 为外生潜在变量, η 为内在潜在变量, X 、 Y 分别表示 ξ 、 η 观察变量, Λ_x 为外生观察变量 X 与外生潜在变量 ξ 之间的关系, Λ_y 为内在观察变量 Y 与内在潜在变量 η 之间的关系, B 为内在潜在变量之间的影响系数, Γ 为外生潜在变量 ξ 对内在潜在变量 η 的影响系数, δ 、 ϵ 分别为 ξ 和 η 的观察误差, μ 为残差项,反映 η 未能被模型解释的部分。

2. 数据来源

(1) 深度访谈资料。

为了开发“红色剧本杀”沉浸式互动体验量表,研究团队于 2023 年 6 月 19—25 日对“红色剧本杀”游戏玩家进行深度访谈。在上海市的线下“红色剧本杀”实景场地,研究团队以随机偶遇的方式进行访谈,力求了解玩家的动机、“红色剧本杀”的发展历史以及个体对“红色剧本杀”的深入思考,有助于在“红色剧本杀”情境中捕捉玩家真实的情感和反应。同时,考虑到“红色剧本杀”玩家群体的异质性,访谈对象来源于不同年龄层、不同学历和不同政治面貌,初步保证访谈结果的有效性,由此获得 28 个有效访谈样本。本研究将 28 位受访者的访谈录音转录、整理成规范的访谈稿。经过统计可知,28 位访谈对象的访谈总时长为 1 740 min 左右,平均每位访谈对象的访谈时间在 62 min 左右。受访

者的人口统计学特征如下:男女比例均衡,分别为15人与13人;年龄跨度合理,出生于1985年、1990年、1995年、2000年的分别为3、10、11和4人;受教育程度存在差异,专科及以下5人、本科及以上学历23人;政治面貌良好,中共党员16人、共青团员及群众12人。在对28位“红色剧本杀”玩家进行访谈之后,本研究继续对另外5位玩家进行深度访谈以备理论饱和度检验。

(2) 问卷调研数据。

鉴于红色旅游的教育目标,青年人构成了红色旅游的主体,且随着居民消费结构转型升级,“红色剧本杀”等线下新娱乐业态的受众群体也主要集中于青年群体^[1]。2022年中国“剧本杀”玩家基本画像显示,从年龄看,48.9%的受访者玩家26~30岁;从学历看,超过6成“剧本杀”玩家学历为大学本科,学历为研究生及以上的玩家占比6.9%;从区域来看,29.5%的“剧本杀”玩家位于华东地区,且40.9%的玩家位于一线城市^①。基于此,本研究将青年群体作为研究对象。此外,上海具有深厚的红色文化底蕴,以及丰富的红色旅游资源,其中已被认定的红色旅游资源共612处,包括中共一大、二大、四大会址等国家5A级景区。因此,研究团队于2023年7月22日至8月21日,以线上与线下相结合的形式面向上海的青年群体展开正式调研。一是线上问卷发放。旅游景区等实景“剧本杀”推理馆通常会组建微信群和客户进行互动,因此研究团队通过一些同学和朋友在上海市的“红色剧本杀”游戏玩家群中发放调研问卷。二是线下问卷发放。《刀鞘》《小山重叠金明灭》《伪装者》《建国大业》《谍影重重》《沪上曙光》《黎明破晓前》《兵临城下》《觉醒》等“红色剧本杀”在上海旅游景点展开,研究团队在旅游景点向体验过“红色剧本杀”的青年群体进行线下问卷调研。线上共收集523份问卷,无效问卷18份;线下共收集367份问卷,无效问卷3份。有效问卷共为869份,有效率97.64%,样本数量远大于问卷题项的10倍,满足实证分析要求。

调查样本中,性别比例较为均衡,男性(52.13%)稍多于女性(47.87%);年龄以19~25岁(38.67%)玩家居多,26~30岁(31.30%)次之;受教育程度方面,本科学历(57.54%)最多;月收入方面,4 001~8 000元(44.08%)较多,2 000元及以下(21.17%)次之(见表1)。

表1 问卷调查样本的人口统计特征

人口学特征		样本人数/人	比例/%	人口学特征		样本人数/人	比例/%
性别	男	453	52.13	受教育程度	高中或大专	158	18.18
	女	416	47.87		本科	500	57.54
年龄	18岁及以下	108	12.43		硕士及以上	211	24.28
	19~25岁	336	38.67	月收入	2 000元及以下	184	21.17
	26~30岁	272	31.30		2 001~4 000元	158	18.18
31岁及以上	153	17.60	4 001~8 000元		383	44.08	
政治面貌	中共党员	551	63.41	8 001~15 000元	127	14.62	
	非中共党员	318	36.59	15 001元及以上	17	1.95	

(二) 变量及量表设计

1. “红色剧本杀”沉浸式互动体验

本研究采用扎根理论开发“红色剧本杀”沉浸式互动体验测量表,最终从剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验4个维度衡量“红色剧本杀”沉浸式互动体验(见表2)。

2. 国家认同

2014年中央民族工作会议上,习近平总书记指出:“让各族人民增强对伟大祖国的认同、对中华民族的认同。”^[27]国民对本民族和本国的语言和文化、传统和边界等方面可以自觉地接受和认可的一种认知自觉即为国家认同^[28],其包含个体因共享历史文化传统、习俗规范和集体记忆而转化成的归

① 数据来源于艾媒咨询在2022年7月25日发布的《2022—2023年中国剧本杀行业发展现状及消费行为调研分析报告》(<https://www.iimedia.cn/c400/87147.html>)。

属感,也包括对国家制度、治理理念的认同感与自豪感。国家认同量表已经比较成熟,本研究借鉴相关研究^[23,29-30],从认同感、自豪感和归属感等方面选择7个题项来衡量国家认同(见表2)。

表2 国家认同测量题项

维度	题项
国家认同	我尊重我们国家的政治制度
	作为中国人我感到很自豪
	我对中国取得的成就感到自豪
	我认为中国比其他国家更好
	我认为我是中国的一分子
	中国人身份对我来说很重要
	别人批评中国时就像在批评我自己

3. 红色旅游出游意愿

诸多学者对游客出游意愿进行了测度,本研究借鉴出游意愿相关研究^[17,31-32],选择3个题项对青年出游意愿进行测量(见表3)。

表3 出游意愿测量题项

维度	题项
红色旅游出游意愿	体验过“红色剧本杀”后,我会想去类似红色旅游景区游玩
	体验过“红色剧本杀”后,我计划去类似的红色旅游景区游玩
	未来我会到红色旅游景区游玩

四、实证结果分析

(一)“红色剧本杀”沉浸式互动体验量表开发

1. 扎根理论编码过程

作为质性研究方法之一,扎根理论可以通过层层编码和不断抽象、建构和发展理论^[33],识别现象背后的内部逻辑与过程机制,适用于本研究的研究问题与情境。通过研究者与受访者的积极互动和充分对话获得深度资料之后,依据扎根理论的三级编码框架对访谈资料进行编码,建构“红色剧本杀沉浸式互动体验具身”理论模型。

首先,对访谈资料进行开放式编码。利用 Nvivo 软件,综合使用了“逐句编码”“逐行编码”“逐段编码”等方式,根据数据本身的特征,确保初始概念自然涌现,最终得到34个初始概念和23个初始范畴。其次,通过主轴编码分析,总结出“红色剧本杀”沉浸式互动体验的4个主范畴和11个副范畴(见表4)。最终,通过选择式编码提出“红色剧本杀沉浸式互动体验具身建构”这一核心范畴(见图2)。

表4 主范畴编码

主范畴	副范畴	初始范畴
剧本质量	剧本内容	剧本语言结构
		剧本故事情节
游戏主持人能力	剧本角色	剧本角色设定
		剧本角色互动性
	游戏主持人表演能力	游戏主持人叙事能力
		游戏主持人演绎能力
	游戏主持人导演能力	游戏主持人场面调度能力
		游戏主持人控制现场能力
		游戏主持人二次创作能力
游戏空间	游戏主持人编剧能力	游戏主持人完善剧本能力
		历史细节场景重现
	游戏场景营造	现场历史氛围营造
		陈设道具
	游戏扮假作真	贯穿道具
戏用道具		
游戏卫生环境		
游戏环境	倡导文明行为	

主范畴	副范畴	初始范畴
玩家沉浸式体验	感官沉浸	时间扭曲
	情感沉浸	注意力集中
	精神沉浸	情感共鸣
		骄傲自豪
	自我扩展	
		主动发现

2. 量表开发

目前,国内学者对“剧本杀”游戏的特征、剧本质量进行了评价分析。徐川等认为高质量的剧本让玩家全身心地投入,获得的沉浸感更强,有助于“剧本杀”行业保持长久活力^[11]。周玖宏等强调了“剧本杀”主持人作为“剧本杀”中必不可少的人物,兼具多重身份,综合实力较强的主持人是玩家获得沉浸式体验的关键^[34]。吕金松将线下“剧本杀”和线上“剧本杀”进行了对比,发现物质实体的游戏空间带给玩家的沉浸式体验感更强^[35]。“红色剧本杀”沉浸式互动体验的测量并没有成熟的量表,本研究在质性分析的基础上严格依据以下步骤生成“红色剧本杀”沉浸式互动体验的初始题项。首先根据范畴与对应范畴,结合原始语句表述形成初始题项。其次,邀请2名旅游市场营销领域教授、3名博士生和4名硕士生对题项进行评估,最终得到16个初始题项(见表5)。

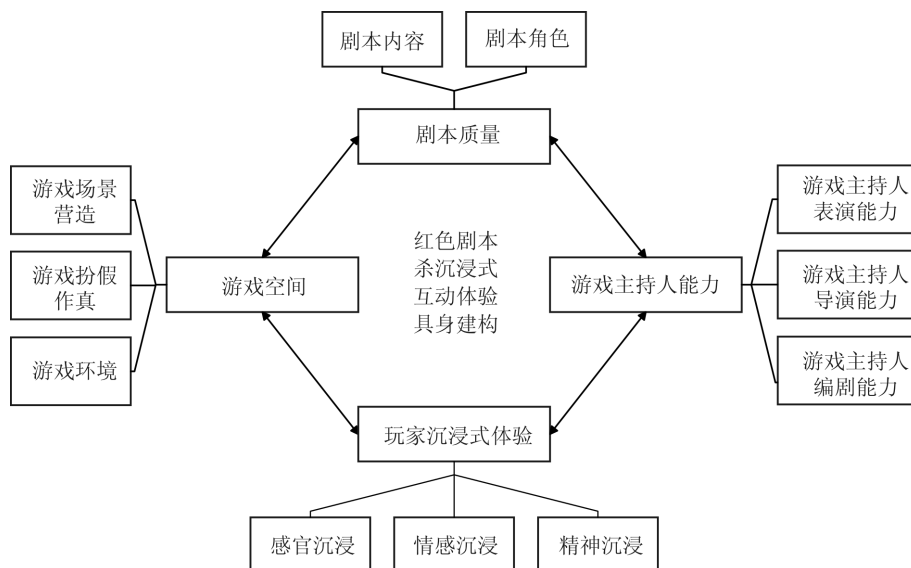


图2 “红色剧本杀”沉浸式互动体验具身建构

表5 “红色剧本杀”沉浸式互动体验的初始题项

维度	题项
剧本质量	剧本语言结构、故事情节逻辑的缜密程度 剧本情节设定、角色设定的合理性 剧本内容准确,贴合红色革命历史 剧本互动性、体验感很强
游戏主持人能力	游戏主持人叙事清晰有条理 游戏主持人演绎到位,让玩家迅速进入角色 游戏主持人控场能力强,临场反应迅速 游戏主持人二次创作和剧本完善能力较强
游戏空间	场景布置符合剧本设定 陈设道具、服装道具准备齐全 游戏环境良好(干净卫生、禁止不文明行为)
玩家沉浸式体验	在参与游戏过程中玩家注意力很集中,沉浸在游戏世界中 在参与游戏过程中时间过得很快,会忘记时间 在参与游戏过程中历史故事让玩家产生共鸣 在参与游戏过程中历史故事让玩家骄傲自豪 在参与游戏过程中玩家拓宽了自己的视野,感觉自己精神焕发

注:题项测度均采用五级李克特量表进行打分,其中1到5表示非常不赞同、比较不赞同、一般、赞同、非常赞同,下同。

(二)信度分析与验证性因子分析

本研究借助 SPSS 26.0 软件,对调查问卷中各测量变量和问卷量表整体信度进行分析。调查问卷量表的整体 *Cronbach's α* 系数为 0.937,剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间、玩家沉浸式体验、国家认同和出游意愿的 *Cronbach's α* 系数分别为 0.893、0.889、0.894、0.895、0.893、0.896,均超过了 0.800 的水平,具有较高的内部一致性,表明问卷设计具有良好的信度。

在进行验证性因子分析之前,对数据的验证性因子分析适用性进行评估。结果表明,*KMO* 值为 0.943,*Bartlett* 的球形检验显著($\chi^2=6\ 854.321, df=342, p<0.001$),说明研究数据适合开展验证性因子分析。其次,本研究对各测量变量的量表进行验证性因子分析,得出模型拟合优度、聚合效度和区分效度的检验结果。其中模型拟合指标中, $\chi^2/df=1.721, p<0.001, RMSEA=0.053, GFI=0.936, CFI=0.956, NFI=0.945, RFI=0.924, IFI=0.963, TLI=0.957$,这些指标数值均在指标要求合理范围内。因此,该模型具有较好的适配度。聚合效度分析结果显示,各变量平均方差提取 *AVE* 值均大于 0.700,组合信度 *CR* 值均大于 0.900,各变量均达到了测量标准^[36],说明量表聚合效度良好。本研究通过比较 *Pearson* 相关系数的绝对值与 *AVE* 平方根值的大小来判定区分效度,各变量的 *AVE* 平方根值均大于变量间相关系数,说明各变量之间具有良好的区分效度(见表 6)。

表 6 区分效度检验

维度	剧本质量	游戏主持人能力	游戏空间	玩家沉浸式体验	国家认同	红色旅游出游意愿
剧本质量	0.835					
游戏主持人能力	0.437	0.827				
游戏空间	0.651	0.562	0.851			
玩家沉浸式体验	0.623	0.503	0.412	0.843		
国家认同	0.712	0.457	0.427	0.411	0.853	
红色旅游出游意愿	0.643	0.406	0.412	0.454	0.561	0.862

(三)主效应检验

本研究以青年群体红色旅游出游意愿为被解释变量,“红色剧本杀”沉浸式互动体验和国家认同为解释变量构建结构方程模型,检验假设 H1、H2、H3 是否成立。如表 7 所示,“红色剧本杀”沉浸式互动体验对国家认同具有显著正向影响,其标准化路径系数为 0.774,验证了假设 H1 成立。“红色剧本杀”沉浸式互动体验和国家认同均正向影响青年群体红色旅游出游意愿,其标准化路径系数分别为 0.991 和 0.576,验证了假设 H2 和 H3 均成立。

为了进一步验证假设 H1a、H1b、H1c、H1d 是否成立,本研究以国家认同为被解释变量,“红色剧本杀”沉浸式互动体验的一阶潜变量剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验为解释变量构建结构方程模型。结果显示,剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验均正向影响青年群体的国家认同,其标准化路径系数分别为 0.171、0.222、0.192、0.189,验证了假设 H1a、H1b、H1c 和 H1d 成立(见表 7)。

为了验证假设 H3a、H3b、H3c、H3d 是否成立,本研究以青年群体红色旅游出游意愿为被解释变量,“红色剧本杀”沉浸式互动体验的一阶潜变量剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验为解释变量构建结构方程模型。剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验均正向影响青年群体红色旅游出游意愿,其标准化路径系数分别为 0.281、0.211、0.232、0.267,且剧本质量对青年群体红色旅游出游意愿的影响最大,验证了假设 H3a、H3b、H3c 和 H3d 成立(见表 7)。

表7 主效应的路径系数和检验结果

路径	标准化回归系数	S.E.	C.R.	p	假设结果
“红色剧本杀”沉浸式互动体验→国家认同	0.774	0.096	9.521	***	H1 成立
剧本质量→国家认同	0.171	0.054	3.665	***	H1a 成立
游戏主持人能力→国家认同	0.222	0.063	4.225	***	H1b 成立
游戏空间→国家认同	0.192	0.059	3.723	***	H1c 成立
玩家沉浸式体验→国家认同	0.189	0.056	3.702	***	H1d 成立
国家认同→青年群体红色旅游出游意愿	0.576	0.074	7.234	***	H2 成立
“红色剧本杀”沉浸式互动体验→青年群体红色旅游出游意愿	0.991	0.097	9.872	***	H3 成立
剧本质量→青年群体红色旅游出游意愿	0.281	0.071	3.031	***	H3a 成立
游戏主持人能力→青年群体红色旅游出游意愿	0.211	0.065	3.162	***	H3b 成立
游戏空间→青年群体红色旅游出游意愿	0.232	0.067	3.114	***	H3c 成立
玩家沉浸式体验→青年群体红色旅游出游意愿	0.267	0.070	3.201	***	H3d 成立

“红色剧本杀”游戏的主要受众人群是青年群体,这部分人群一般为在校学生或者初入职场的年轻人,他们具有相对富裕的空闲时间和一定的经济基础。“红色剧本杀”沉浸式互动体验能够对青年群体红色旅游出游意愿产生积极影响,说明可以抓住“红色剧本杀”游戏的迅猛发展势头,吸引大量青年参与红色旅游,不仅有助于推动红色旅游发展,带动本地经济发展,而且有利于加强青年群体意识形态建设。从“红色剧本杀”沉浸式互动体验各细分维度对青年群体红色旅游出游意愿的影响强度来看,“红色剧本杀”剧本质量和玩家沉浸式体验的影响较大。因此,为了提升剧本质量和玩家沉浸式体验感,应从根本上吸引游戏玩家,引起玩家的情感共鸣,以达到推动“红色剧本杀”青年玩家参加红色旅游的目的。

(四)国家认同的中介效应检验

本研究进一步检验了国家认同在“红色剧本杀”沉浸式互动体验与青年群体红色旅游出游意愿之间的中介作用。为此,本研究构建了以“红色剧本杀”沉浸式互动体验的一阶潜变量剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验为解释变量,国家认同为中介变量,青年群体红色旅游出游意愿为被解释变量的结构方程模型,采用 Bootstrap 法,将样本抽样 5 000 次检验国家认同的中介效应(见表 8)。结果显示,在 95%置信区间中未包含 0,说明国家认同的中介效应显著,且在剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验与青年群体红色旅游出游意愿之间的中介效应分别为 0.116、0.112、0.105 和 0.125。此外,在控制国家认同这一变量后,“红色剧本杀”的一阶潜变量剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验对青年群体红色旅游出游意愿的影响仍是显著的(不包含 0),直接效应分别为 0.165、0.099、0.127 和 0.142,说明国家认同发挥了部分中介作用。由此可知,国家认同在“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年群体红色旅游出游意愿的影响中发挥中介作用,验证了假设 H4、H4a、H4b、H4c、H4d 成立。

表8 国家认同的中介效应检验

假设路径	效应值	S.E.	95%置信区间				中介类型	直接效应与间接效应的效果量
			上限	下限	p 值	显著性		
剧本质量→国家认同→青年群体红色旅游出游意愿	0.116	0.049	0.326	0.518	0.000	是	部分中介 直接:0.165(58.72%) 间接:0.116(41.28%)	
游戏主持人能力→国家认同→青年群体红色旅游出游意愿	0.112	0.053	0.346	0.721	0.000	是	部分中介 直接:0.099(46.92%) 间接:0.112(53.08%)	
游戏空间→国家认同→青年群体红色旅游出游意愿	0.105	0.602	0.324	0.602	0.000	是	部分中介 直接:0.127(54.74%) 间接:0.105(45.26%)	
玩家沉浸式体验→国家认同→青年群体红色旅游出游意愿	0.125	0.051	0.335	0.602	0.000	是	部分中介 直接:0.142(53.18%) 间接:0.125(46.82%)	

五、结论与启示

(一)主要结论

本研究创新性地将“红色剧本杀沉浸式互动体验—国家认同—青年群体红色旅游出游意愿”置于SOR理论框架下,运用扎根理论和结构方程模型,在“红色剧本杀”沉浸式互动体验具身建构的基础上,深入探究了“红色剧本杀”沉浸式互动体验、国家认同与青年群体红色旅游出游意愿的相互关系与影响路径,结论如下:

第一,构建出“红色剧本杀”沉浸式互动体验的结构维度和测度模型。目前国内外学者普遍聚焦于“剧本杀”游戏的特征、剧本质量的研究,“红色剧本杀”沉浸式互动体验尚未形成科学统一的成熟量表。本研究基于对上海市线下“红色剧本杀”营业场所的实地调研,运用扎根理论,探索“红色剧本杀”沉浸式互动体验具身建构理论模型。该模型包括剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验4个主范畴,剧本内容、剧本角色、游戏主持人表演能力、游戏主持人导演能力、游戏主持人编剧能力、游戏场景营造、游戏扮假作真、游戏环境、感官沉浸、情感沉浸和精神沉浸11个副范畴,以及“红色剧本杀沉浸式互动体验具身建构”这一核心范畴。

第二,本研究验证了“红色剧本杀”沉浸式互动体验为二阶因子模型,“红色剧本杀”沉浸式互动体验的二级构成维度包括剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验。剧本质量、游戏主持人能力、游戏空间和玩家沉浸式体验均会影响青年群体红色旅游出游意愿,其中剧本质量对青年群体红色旅游出游意愿的影响更大。“红色剧本杀”沉浸式互动体验对青年群体红色旅游出游意愿具有显著正向影响,即青年群体越沉浸式参与到“红色剧本杀”游戏中,越会增强其红色出游意愿。

第三,国家认同在“红色剧本杀”沉浸式互动体验与青年群体红色旅游出游意愿的关系中起到中介作用。主效应检验各路径均显著,在证明“红色剧本杀沉浸式互动体验对国家认同”“国家认同对青年群体红色旅游出游意愿”具有显著正向影响的基础上,本研究进一步证实了“红色剧本杀”沉浸式互动体验通过激发青年玩家的国家认同意识间接影响其出游意愿,在“红色剧本杀”沉浸式互动体验过程中,青少年在外界刺激下所产生的国家认同感越强烈,其出游意愿越强。

(二)政策启示

基于上述研究结论,本研究提出如下政策启示:

第一,结合当地红色旅游资源,打造优质特色剧本。研究表明“红色剧本杀”最为核心的要素是剧本质量,优质的剧本不仅能够直接激发青年群体的出游意愿,也能够加强其国家认同感,进而增强其出游意愿。因此,需要充分调动编剧积极性,深入挖掘红色历史题材内涵,结合VR、XR等技术手段,创作出既符合历史事实又具创新性的剧本。如上海市依托火爆的《觉醒年代》《伪装者》《建国大业》等红色题材剧目,推出高品质的“红色剧本杀”游戏,让青年群体可以身临其境,感受那段硝烟弥漫、具有浓厚革命情怀的岁月,提升思政教育的时效性。另外,目前“红色剧本杀”数量不断增多,但剧本质量参差不齐,且存在严重的同质化问题。因此,应针对不同地区的红色旅游资源,打造具有地域特色的优质剧本,以增强玩家的沉浸感和代入感。

第二,“红色剧本杀”的持续发展离不开专业人才培养,特别需要提升游戏主持人和管理团队的专业化水平。游戏主持人在剧本杀中兼具多重身份,对“剧本杀”玩家的思想建设、游戏体验具有重要的影响。但目前行业中的游戏主持人质量参差不齐,并未出台相关的标准与规范来约束。因此,行业主管部门可与市场领军者联手,建立一套权威的从业规范与能力评估标准,并建立与之配套的资格认证体系,以此引导并激励游戏主持人的专业化成长。另外,管理团队的专业素养直接影响“剧本杀”的整体水准。因此,应当鼓励搭建实操性强的培训平台和项目孵化基地,让团队成员在具体的开

发运营实践中,不断提升内容把控、艺术呈现和运营管理等能力,确保创意能够转化为受市场欢迎的精品“剧本杀”。

第三,“红色剧本杀”应与传统红色文旅资源形成深度共生关系。具体而言,一方面,通过将“剧本杀”游戏场景嵌入到革命纪念馆、历史博物馆、影视基地等物理空间,将静态展陈升级为深度参与的“活态叙事场域”,从而为青年群体提供前所未有的在地化历史沉浸感。如《觉醒年代》“剧本杀”在上海鲁迅纪念馆开设,让每一位玩家在暗号破译与时空跃迁中,感受文字背后的滚烫心跳,接续那代青年未竟的理想。另一方面,通过举办全国性或区域性的红色主题节事活动,如红色文化嘉年华、红色非遗游园会等,凝聚青年线上社群,潜移默化地培育青年群体的国家认同,最终将线上社群转化为线下红色文旅消费群体,促成文化遗产与旅游资源变现的双重目标。

本研究仍存在一些不足:首先,仅选取上海市作为调研区域,而实际上不同地区的经济发展水平及文化底蕴存在较大差异,其“红色剧本杀”的剧本质量、游戏主持人能力及游戏空间均会受到较大的影响,未来需要尽可能选取不同红色旅游资源密集地区开展调研,丰富研究内容。其次,青年群体出游意愿的触发因素众多,“红色剧本杀”能够对青年群体产生强大的外部刺激进而增强其红色旅游出游意愿,但该过程也受到政治素养、家庭教育等因素的影响,未来可对相关因素的调节效应展开分析。

参考文献:

- [1] 胡玉宁. 剧本杀:青年浸入游戏叙事的认知图式及其文化嵌入[J]. 中国青年研究,2022(9):18-26.
- [2] 中国政府网. 中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议公报[EB/OL]. (2025-10-23)[2026-01-21]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202510/content_7045444.htm.
- [3] 艾媒咨询. 2025年中国剧本杀市场消费行为调查数据[EB/OL]. (2025-05-09)[2026-01-21]. <https://www.iimedia.cn/c400/105615.html>.
- [4] Zhao S N, Timothy D J. Governance of red tourism in China: perspectives on power and guanxi[J]. *Tourism Management*, 2015(46):489-500.
- [5] 袁荷春. “红色剧本杀”的青年文化特征及其思想政治教育运用[J]. 青少年学刊,2021(6):17-21.
- [6] Rosselet J G, Stauffer S D. Using group role-playing games with gifted children and adolescents: a psychosocial intervention model[J]. *International Journal of Play Therapy*, 2013(4):173-192.
- [7] Vorobyeva O V. Constructing of group identity during live-action role playing games[J]. *Anthropology & Archeology of Eurasia*, 2015(1):68-80.
- [8] Bowman S L. Role-playing: an ethnographic exploration[M]. Dallas: The University of Texas at Dallas, 2008: 8-9.
- [9] Burenkova O M, Arkhipova I V, Semenov S A, et al. Motivation within role-playing as a means to intensify college students' educational activity[J]. *International Education Studies*, 2015(6):211-216.
- [10] 刘森林. “游戏的人”:青年的剧本杀游戏狂欢及其形成机制[J]. 中国青年研究,2023(7):85-92.
- [11] 徐川,李飞翔. 剧本杀青年角色体验的动力机制、情感逻辑与伦理审思[J]. 中国青年研究,2022(9):5-11,26.
- [12] 燕道成,刘世博. 青年文化视域下“剧本杀”的兴起与发展趋势[J]. 当代青年研究,2021(6):64-70,114.
- [13] 桂艳平. 革命历史的新型叙事:交互式电影、文学剧本与沉浸体验探究[J]. 电影评介,2022(14):36-39.
- [14] Mehrabian A, Russell J A. An approach to environmental psychology[M]. Cambridge: The MIT Press, 1974: 7-8.
- [15] 何云梦,徐菲菲,刺利青,等. 基于S-O-R理论的文旅消费驱动机制研究[J]. 旅游科学,2023(1):116-132.
- [16] Chen G H, So K K F, Hu X Y, et al. Travel for affection: a stimulus-organism-response model of honeymoon tourism experiences [J]. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 2022(6):1187-1219.
- [17] 王立磊,郭子琪,胥兴安. 用户生成广告情境下旅游消费者出游意愿的框架效应[J]. 旅游学刊,2023(11):55-67.
- [18] Kim M J, Lee C K, Jung T. Exploring consumer behavior in virtual reality tourism using an extended stimulus-organism-response model[J]. *Journal of Travel Research*, 2020(1):69-89.
- [19] Wang J W, Sun J, Wang G Q, et al. Red tourism in China: emotional experiences, national identity and behavioural intentions[J]. *Tourism Review*, 2023(4):1037-1059.

- [20] 陈实,王颖. 数字化时代红色文化传播新载体——以“剧本杀”为例[J]. 学习与探索,2023(3):174-181.
- [21] Agyeiwaah E,Pratt S,Iaquinto B L,et al. Social identity positively impacts sustainable behaviors of backpackers[J]. Tourism Geographies,2023(1):1-22.
- [22] Isa S M,Ariyanto H H,Kiumarsi S. The effect of place attachment on visitors' revisit intentions:evidence from Batam[J]. Tourism Geographies,2019(1):51-82.
- [23] 沈彩云,王恩旭,刘俊,等. 民族认同感越强烈的旅游者越愿意重游吗? ——以侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆为例[J]. 旅游学刊,2021(4):83-95.
- [24] 马聪玲,滕菲菲,李翎维. 沉浸式文化旅游空间形成要素及路径研究——基于价值共创理论与扎根理论分析[J]. 重庆社会科学,2025(6):87-103.
- [25] Nikkhah F,Kiani Feizabadi Z,Najjarzadeh M. The effect of tourism experience on memories,satisfaction and behavioural intentions of tourists visiting Shiraz city[J]. Urban Tourism,2021(1):83-97.
- [26] 吴明隆. 结构方程模型:AMOS的操作与应用[M]. 重庆:重庆大学出版社,2009:1-2.
- [27] 中央民族工作会议暨国务院第六次全国民族团结进步表彰大会在北京举行[N]. 人民日报,2014-09-30(1).
- [28] 俞可平. 论全球化与国家主权[J]. 马克思主义与现实,2004(1):4-21.
- [29] 李春玲,刘森林. 国家认同的影响因素及其代际特征差异——基于2013年中国社会状况调查数据[J]. 中国社会科学,2018(4):132-150.
- [30] 许长青,袁雨卉. 跨境学生的国家认同及其影响因素:基于2022年粤港澳大湾区样本数据的实证分析[J]. 中国人民大学教育学报,2023(6):128-149.
- [31] 华成钢,白长虹,韦鸣秋. 移动互联网时代旅游信息服务体验对出游决策的影响研究[J]. 旅游学刊,2019(11):51-65.
- [32] 肖宁,杨金华,徐元诏,等. 网红博主与网红场景对出游意愿和口碑推荐的影响[J]. 人文地理,2024(1):184-192.
- [33] 张彤,韦鸣秋,龙潜颖. 流动性视角下大众旅游者第一居所意义——基于扎根理论的探索性研究[J]. 人文地理,2023(5):172-179.
- [34] 周玖宏,王艳. 创造·掌控·演绎:论剧本杀主持人多重角色的建构[J]. 电影文学,2022(13):47-51.
- [35] 吕金松. 时间、空间与身体:线下剧本杀的物质性与具身性研究[D]. 北京:中央民族大学,2022:1-4.
- [36] Hair J F,Black W E C,Babin B J,et al. Multivariate data analysis:a global perspective[M]. New Jersey:Pearson Prentice Hall,2010:709-710.

责任编辑 江娟丽

网 址:<http://xbbjb.swu.edu.cn>