

恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响研究

——基于扎根理论的探索

曾洁, 王玲*

东华大学旭日工商管理学院, 上海

收稿日期: 2023年10月16日; 录用日期: 2023年11月1日; 发布日期: 2024年3月18日

摘要

随着城市化进程的加快, 大众幸福感问题受到人们的关注。本文通过扎根理论定性分析方法, 基于网络文本资料和访谈资料对乡村旅游者恢复性体验的维度进行归纳, 总结出了恢复性体验通过目的地信任影响乡村旅游者幸福感的影响机制。此次研究加深了对乡村旅游者这一客群内心需求的了解。研究结果可以为政府部门和旅游目的地在乡村旅游的环境设计、氛围营造以及体验活动设置等方面提供参考建议, 以提升乡村旅游者的旅游体验, 达到提升其幸福感的目的, 增强乡村旅游目的地的核心竞争力。

关键词

扎根理论, 恢复性体验, 旅游者幸福感, 目的地信任, 影响机制

A Study on the Impact of Restorative Experience on the Happiness of Rural Tourists

—Exploration Based on Grounded Theory

Jie Zeng, Ling Wang*

Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai

Received: Oct. 16th, 2023; accepted: Nov. 1st, 2023; published: Mar. 18th, 2024

Abstract

With the acceleration of urbanization, the issue of public happiness has attracted people's atten-

*通讯作者。

文章引用: 曾洁, 王玲. 恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响研究[J]. 世界经济探索, 2024, 13(1): 40-47.

DOI: 10.12677/wer.2024.131005

tion. This article uses grounded theory qualitative analysis methods to summarize the dimensions of rural tourists' restorative experience based on online text materials and interview data, and summarizes the impact mechanism of restorative experience on rural tourists' happiness through destination trust. This study has deepened our understanding of the inner needs of rural tourists as a group. The research results can provide reference suggestions for government departments and tourism destinations in rural tourism environment design, atmosphere creation, and experience activity settings, in order to enhance the tourism experience of rural tourists, achieve the goal of enhancing their sense of happiness, and enhance the core competitiveness of rural tourism destinations.

Keywords

Grounded Theory, Restorative Experience, Tourist Happiness, Destination Trust, Impact Mechanism

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

城市化进程的加快, 就业和生活压力不断增大, 人民幸福感显著下降。长久地处于这种环境之中, 不仅不利于工作和学习效率的提升, 而且会对个体的身心健康产生不利的影响。旅游度假是现代入放松身心的重要休闲方式之一。具有心理恢复效用的自然环境能够减少旅游者的心理压力, 改善情绪及注意力, 提高心理健康程度和生活质量。而具有心理恢复效用的环境被称为恢复性环境, 也即能够使人们从压力中恢复、重新获得能够满足日常生活需要能力的环境[1]。恢复性体现了游客与自然地的联结, 是自然地环境和人的认知、情感与行为共同作用的结果。通过旅游来获得身心健康的恢复已经成为了一大市场需求, 旅游的恢复性功能也成为了旅游者做出目的地选择的一大重要因素。乡村旅游的疗愈功能日益受到大众的关注。与其他类型的旅游相比, 乡村旅游具有自身独特的优势。其悠闲的生活方式、特色的乡村民宿、迷人的乡村风光、健康绿色的有机食物、清新的空气、传统的乡土文化以及有趣的乡野活动, 在给游客带来新奇与美好体验的同时, 也能够起到很好的解压和逃逸的作用。作为一种大众的休闲方式, 乡村旅游在缓解压力、放松心情、逃离惯常环境、实现自我恢复方面发挥着重要作用, 也成为了很多人进行自我恢复与疗愈的不二之选。

本文聚焦于乡村旅游者, 探究其恢复性体验对幸福感的影响, 希望能够对相关领域的研究起到一定的扩充作用。

2. 文献综述

2.1. 旅游幸福感

旅游幸福感的研究主要集中在旅游幸福感的维度划分、旅游幸福感的测量等方面。

关于旅游幸福感维度的研究一共有三大类, 单维、双维和多维。在单维模型中, 生活质量是学者最先关注的维度, 旅游主观幸福感的概念也是由此脱胎而来[2]。旅游幸福感的双维结构承袭了心理学对主观幸福的认知—情感双向评价而来。Kim H 等人(2015)将旅游幸福感划分为生活满意度和情感状态, 通过对徒步旅行者进行调查来探讨旅游动机和旅游幸福感的关系[3]。旅游者幸福感的多维模型构建对于开辟

相关研究思路具有重要意义。Filep 等人(2010)在借鉴心理学相关成果的基础上, 融入旅游行为特质, 进行模型创新, 构建了涵括积极情感、投入和意义在内的多维度旅游者幸福感模型[4], 对后来的研究起到了一定的启示作用。

现有研究中关于旅游幸福感的测量大多是直接搬用心理学者开发的量表。关于主观幸福感的测量多是生活质量和心理意义方面的测量。在生活质量的测量方面, 目前应用最广泛的是 Diener 等(2008)开发的 SWLS 量表[5]。在心理意义的测量方面, Bradburn (1963)编制了情感平衡量表, 该量表共有 10 个题项, 用语测试积极情感和消极情感[6]。

2.2. 恢复性体验

国外关于恢复性体验的研究主要集中在恢复性体验的结构维度与测量, 以及不同环境的恢复性体验效果研究。

“恢复性”这一概念最早由 Kaplan 提出, 他总结出了个体对恢复性环境感知的四个特征: 迷人、远离、程度和兼容性[7]。随后, Sonnentag 和 Fritz 结合精力恢复理论和资源保护理论, 提出了恢复性体验的四个维度, 即心理疏离、放松体验、掌控体验和控制体验[8]。

关于恢复性环境的测量, 最早的研究是 Kaplan 夫妇基于恢复性环境理论提出的恢复性环境质量评估(简称 PRS), 该量表是从迷人、远离、程度和兼容性这四个维度出发来对恢复性环境进行评价[9]。PRS 量表是目前恢复性体验研究应用最广泛的量表, 很多学者在该量表的基础上进行了改编。

一些学者对不同环境进行对比研究, 来分析不同环境带给个体的恢复性体验效果的高低。Agnes (2003)以实验的方法发现人们更喜欢自然环境而不是人造环境, 观看自然环境比观看人造环境更能改善情绪, 并略微提高注意力[10]。Berto (2005)则以湖泊, 河流, 海洋, 丘陵, 树林, 果园, 森林, 城市河畔, 城市街道, 工业区, 住房, 门廊, 城区和摩天大楼为场景, 对比在自然环境和城市环境中个体的恢复性体验差异, 结果表明当研究对象感到压力较大时, 在自然环境中的注意力会更快得到恢复[11]。

3. 研究方法与数据来源

本文按照扎根理论的逻辑进行研究。扎根理论作为一种研究路径或者方法, 已经在社会科学等各领域得到广泛的应用。扎根理论遵循自下而上的研究过程, 其目的是通过对资料的分析 and 提炼来形成理论, 而非简单对理论和现象进行简单解释。本次研究采用程序化扎根理论方法进行模型构建。程序化扎根理论的基本思路是资料收集、资料分析、理论构建、饱和度检验与结论得出, 其中对资料进行编码是研究的核心过程。程序化扎根的编码分为三级, 包括开放性编码、主轴编码和选择性编码。研究者通过对资料和编码的不断分析与比较, 提炼出逻辑关系和理论模型。

本次研究数据资料包括了“网络文本”和“访谈资料”两种, 以求更加全面而准确地获取到研究所需的数据资料。

经过对比和筛选, 本次研究结合网站的影响和信息的丰富度, 选取了马蜂窝和穷游网两大网络平台作为游记文本搜集的来源。以“乡村旅游治愈”、“乡村旅游放松”、“乡村旅游解压”等作为主要关键词, 搜索了 2015 年到 2023 年这一时间段的游记, 共搜索到 75 篇游记。随后对游记进行筛选, 得到 32 篇完整、详实的相关文章, 获得可分析资料 63,774 字。

本次研究所用的数据还包括了深度访谈资料, 调研时间为 2023 年 4 月到 5 月。为了满足研究需要, 访谈对象确定为一年内有过乡村旅游经历的人员。访谈对象的选取, 既有由随机抽样结果产生的陌生访谈者, 也有由“滚雪球”方式接触到的熟悉访谈者。访谈对象基本资料如表 1 所示。访谈以电话语音或者面对面交流的方式进行, 每人访谈时间大约为 20 到 30 分钟。最终对 10 人进行了访谈, 获取到访谈资料 24,423 字。

Table 1. Basic information of interviewees**表 1.** 访谈对象基本信息

编号	性别	年龄	婚姻状况	地区	学历	职业
C1	女	22	未婚	上海	研究生	学生
C2	男	23	未婚	河南	本科	人事
C3	女	25	已婚	山西	大专	教师
C4	男	19	未婚	浙江	本科	学生
C5	女	22	未婚	南京	本科	学生
C6	男	27	未婚	安徽	硕士	学生
C7	女	35	已婚	河北	本科	人事
C8	女	24	未婚	山东	本科	自由设计
C9	男	47	已婚	上海	本科	个体经营
C10	女	31	未婚	上海	硕士	教师

经过对数据进行筛选和处理后, 共形成 42 份相关数据, 共计 8.8 万余字。保留了 2 篇访谈资料用于理论饱和度检验。

4. 数据编码与模型构建

4.1. 开放式编码

本文主要借助 Nvivo 软件对资料进行编码。按照扎根理论的步骤, 首先对资料进行开放性编码。开放性编码即对原始资料进行逐句阅读, 把复杂无序的句子抽象化和概念化, 提炼出具有代表性的范畴和概念, 包括了概念化和范畴化两部分。将原始资料分解成一个个独立的事件或者念头, 并且用简单易懂的名词对它们进行概括, 从而形成初始概念。通过对原始资料的不停对比分析, 最终形成了 115 个初始概念。初始概念能够直观反映原始数据, 但是由于有些概念具有相似性, 无法体现逻辑关系。因此在理清初始概念的逻辑和意义后, 要将相关概念聚拢在同一类属下, 并且进行抽象化命名, 这也就是范畴化的过程。通过对初始概念的分析与归纳, 本次研究得到了 30 个范畴, 结果如表 2 所示。

Table 2. Initial concepts and categories**表 2.** 初始概念和范畴

初始范畴	初始概念
A1 身体远离	a1 远离城市; a2 远离人群; a3 远离污染; a4 远离喧嚣; a5 远离拥挤交通
A2 心理脱离	a6 远离繁杂思绪; a7 远离纷扰; a8 远离浮躁; a9 远离工作; a10 远离忧愁
A3 能量补偿	a11 呼吸新鲜空气; a12 视力改善; a13 元气恢复; a14 自我充电
A4 情感补偿	a15 共度美好时光; a16 怀旧; a17 回到童年; a18 回忆唤醒; a19 弥补遗憾
A5 生活环境补偿	a20 景色罕见; a21 体验新鲜事物; a22 与日常环境不同
A6 身心放松	a23 放肆; a24 放飞感; a25 惬意; a26 释放天性; a27 舒适; a28 舒心; a29 无拘无束; a30 自在
A7 压力释放	a31 解压; a32 消除压力; a33 压力减少
A8 控制力感知	a34 活动控制; a35 时间控制; a36 自我意志;
.....

4.2. 主轴式编码

开放式编码得到的各个范畴是相互独立的, 范畴之间的逻辑关系无法体现。主轴编码就是要在开放性编码的基础上, 对所得范畴进行进一步的整合和总结, 从而更高级别的合并, 得到主范畴。

本次研究根据开放性编码得到的 30 个范畴进行再次提炼和重新归纳, 得到了远离体验、补偿体验、放松体验、控制体验、净化体验、情感信任、商业信任、情绪幸福、心理幸福和社会幸福这 10 个主范畴。各主范畴与下位范畴的逻辑关系、范畴内涵和理论依据如表 3 所示。

Table 3. Spindle encoding result
表 3. 主轴编码结果

主范畴	对应的开放性编码提取的范畴	范畴的内涵
AA1 远离体验	A1 身体远离; A2 心理脱离	旅游者在乡村旅游地获得的身体和心理逃离原世界的体验。
AA2 补偿体验	A3 能量补偿; A4 情感补偿; A5 生活环境补偿	旅游者在乡村旅游地获得的弥补自身生理与心理匮乏的体验。
AA3 放松体验	A6 身心放松; A7 压力释放	旅游者在乡村旅游地获得的解压和放松自我的体验。
AA4 控制体验	A8 控制力感知	旅游者在乡村旅游中获得的自我掌控的体验
AA5 净化体验	A9 内心修复; A10 心态转变; A11 杂念清除	旅游者在乡村旅游地获得的心灵的净化与转变。
AA6 情感信任	A12 归属感; A13 亲切感; A14 温暖感	旅游者在自身情感方面对乡村旅游目的地的感知度与信任度
AA7 商业信任	A15 产品可靠; A16 服务良好; A17 价格实在; A18 口碑保证	旅游者对乡村旅游地商业资源的感知度与信任度
AA8 情绪幸福	A19 沉浸感; A20 获得感; A21 满足感; A22 趣味感; A23 新奇感; A24 仪式感; A25 愉悦感	旅游者在乡村旅游活动中获得的所体验到的积极的、开心的生理情绪。
AA9 心理幸福	A26 良好人际关系; A27 自我沉淀; A28 自我成长	旅游者在乡村旅游活动中感受到的比较稳定的认知和情感体验, 更加注重个人潜能的实现。
AA10 社会幸福	A29 家国情怀; A30 报效社会	旅游者在乡村旅游活动中体验到的关注人的社会属性的幸福感。

4.3. 选择式编码

经过开放式编码和主轴编码两个阶段的分析后, 进行选择式编码的分析。选择性编码就是探究主轴编码之间的关系, 以“故事线”形式串联起各编码之间的关系。范畴之间的联系可以由这个“故事”串联起来, “故事”需要具有连贯性, 甚至这个“故事”也可以成为某个理论[12]。

前文通过开放性编码和主轴编码提炼出 10 个范畴。本研究的核心范畴为“恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响机理”, 结合本次研究的核心范畴对主范畴继续进行整合, 最终抽象出可以概括主范畴的 3 个维度: 恢复性体验、目的地信任和旅游者幸福感。恢复性体验包括了远离体验、补偿体验、放松体验、控制体验和净化体验, 是游客与旅游地交互作用的结果, 是旅游者在整个乡村旅游活动中所经历的可以使其从压力中恢复、增加新能量的各种体验。目的地信任包括了情感信任和商业信任, 是游客对旅游地的整体感知状况, 表现为游客对旅游地的确定性和信任度。旅游者幸福感包括了情绪幸福、心理幸福和社会幸福, 是乡村旅游者在旅游过程中体会到的美好感觉和深度认知, 涉及到情感、智力和精神等

多面。

在此基础上, 本文的故事线可以表述为: 在乡村旅游活动中, 异地性和陌生性使得游客远离常住生活地和压力, 接触到不同的环境, 挤压已久的出游欲望得到满足, 身体机能得到补偿。社交网络的陌生性使得游客可以放心做自己, 全身心投入到旅游活动中去, 旅游过程中自主性也大大增强。乡村旅游的美景、舒缓的节奏和朴实的村民, 也能够帮助游客摒弃杂念, 获得心灵的净化与升华。而这种在出行中体会到的身心恢复的体验, 使得游客对于整个目的地信任度也发生变化, 对于旅游地产品和服务等的信任度逐渐加深, 同时与目的地的情感联结也逐渐加强。随着信任度的加强, 游客能够完全寄情于山水之中, 享受旅游带来的快乐, 极大加强自身的积极情绪。旅游的社会性和人际交往也使得游客获得了自我满足和价值实现, 达到心理幸福的状态。在祖国的大好河山徜徉, 游客油然而生自豪感与骄傲感, 感受着乡村的发展变化与祖国的强大进步, 并生发出报效社会的壮志。

基于本文的故事线, 绘制了恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响机理图, 如图 1 所示。

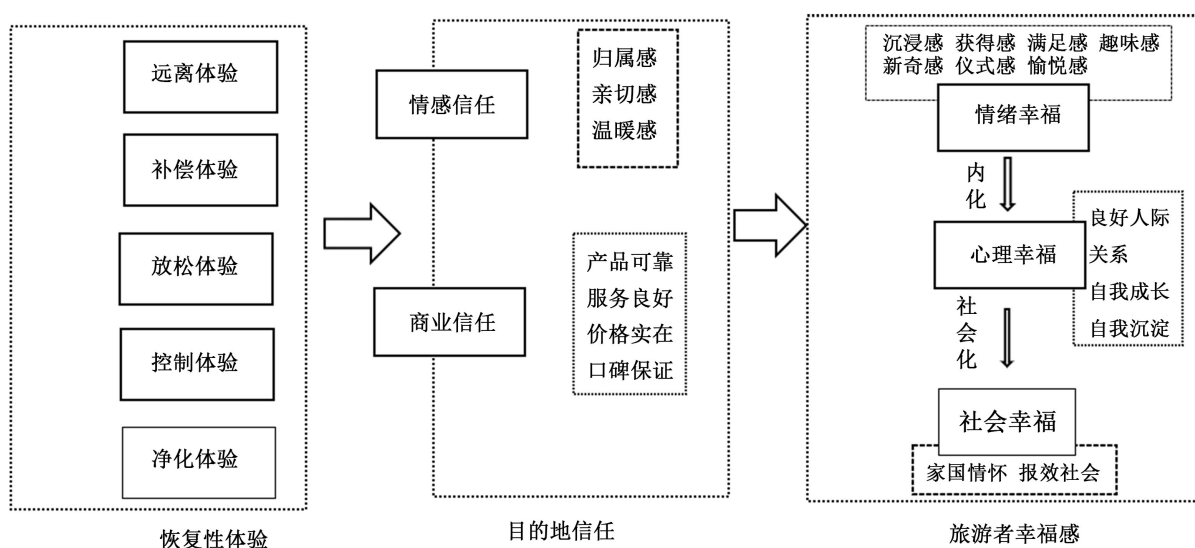


Figure 1. The influence mechanism of restorative experience on the happiness of rural tourists

图 1. 恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响机制

4.4. 理论饱和度检验

通过对访谈样本进行编码, 发现并没有出现新的均未发现新的范畴类属, 也没有发现范畴不符的情况。所以, 可以认为本次研究形成的理论模型在一定程度上是饱和的。

5. 结论与展望

5.1. 研究结论

本研究在扎根理论分析的基础上, 对研究资料进行开放式编码、主轴式编码和选择性编码, 并通过与以往研究不断比较, 得出了以下结论。

1) 乡村旅游者恢复性体验是一个多维度概念

已往关于恢复性体验的维度构成多是拿来主义, 关于特定情境下游客恢复性体验维度的研究则更少。本研究以乡村旅游者作为研究对象, 探讨了乡村旅游者恢复性体验的结构维度, 对于恢复性体验的研究起到一定的补充作用。本研究在扎根理论分析的基础上, 对研究资料进行开放式编码、主轴式编码和选

择性编码, 并通过与以往研究不断比较, 得出乡村旅游体验价值的 5 个维度结构, 即乡村旅游者恢复性体验由远离体验、补偿体验、放松体验、控制体验和净化体验等 5 个维度构成。其中, 远离体验指旅游者在乡村旅游地获得的身体和心理逃离原世界的体验; 补偿体验指旅游者在乡村旅游地获得的弥补自身生理与心理匮乏的体验; 放松体验指旅游者在乡村旅游地获得的解压和放松自我的体验; 控制体验指旅游者在乡村旅游中获得的自我掌控的体验; 而净化体验指旅游者在乡村旅游地获得的心灵的净化与转变。此研究结果为后续研究提供了方向和基础。

2) 恢复性体验对乡村旅游者幸福感有着重要影响

在乡村旅游环境中, 游客逃离其日常生活环境, 仅享有游客这一身份, 这个过程游客可以尽情投入到旅游活动中去, 享受旅游的快乐, 体验乡村的新鲜事物, 获得身体和内心的补偿。同时, 旅游为游客提供了与他人建立社交联系的机会, 通过和他人的互动, 可实现自我的成长和社会联结的产生, 最终对游客的幸福感产生正向影响。

3) 目的地信任在恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响中起着重要作用

对于个体而言, 高质量的生活很大程度上来自于自身幸福感。在大众旅游时代, 大众可以通过旅游活动恢复由日常生活、工作带来的心理压力。而在整个旅游活动过程中, 与游客幸福感相关的是其对目的地的信任感。游客通过乡村旅游活动获得恢复性体验, 在这一过程中游客与目的地的人和物之间的联结也在不断加深, 对于目的地的信任感与依赖度也随之加强。当然游客对于乡村旅游地的信任也是一个不断变化的过程, 这种信任度是旅游地的无形资产, 需要旅游地去不断维护与加强, 这样才能更好提高游客的幸福感, 让游客真正体会到旅游的快乐。

5.2. 管理启示

1) 提高旅游目的地质量, 增强游客恢复性体验

旅游目的地建设过程中应该注重恢复性因子的塑造, 给旅游者提供多感官体验感知的直观方式, 从整体上实现旅游目的地环境的优化。

具体来说, 在乡村旅游地的环境优化中, 要注重突出恢复性因子, 包括自然、人文和环境的优化; 在活动开展上, 要开展丰富多彩的活动, 满足不同游客的需求; 在设施建设上, 要完善自身相关配套设施, 让游客可以更专注地投入到旅游活动中去, 尽情释放压力; 在特色打造上, 要突出乡村独有的魅力点, 保证游客能够体验到乡村的新鲜事物, 形成对游客特色的吸引力; 在文化打造方面, 要充分挖掘具有文化特色、地域特色和群体情感的环境元素, 如怀旧元素和民俗文化元素等。

2) 注重旅游目的地氛围的营造, 促进游客更好恢复

旅游目的地氛围对游客具有极强的感染力, 一个好的氛围对于游客的游玩体验起着重要的作用。

乡村旅游地居民与世无争、充满烟火气的氛围是很多游客所向往的生活状态。游客在日常生活环境中所体会到的利益与纷争在这里完全不存在, 这里有的只是简单而纯粹的快乐, 有的只是与自然和简单生活作伴的幸福。只有在这种纯粹的氛围中游客才能更好地去享受美景, 享受美食, 享受有趣的活动, 享受旅游中的一切美好, 才能够真正做到放下压力, 抛开烦恼, 尽情享受旅游的快乐。乡村旅游地要避免过度的商业化, 过度的逐利行为, 注重保持旅游地的本真和纯粹, 为游客留下一片美丽的桃花源。

3) 注重与游客的联结, 加深游客信任

目的地信任在恢复性体验对乡村旅游者幸福感的影响中起着重要作用, 是乡村旅游地建设不可忽略的因素。

乡村旅游地信任包括了商业信任和情感信任这两个方面。在商业信任方面, 旅游地要注重自身产品和服务质量的提高, 注重自身的商业信誉, 为游客提供良好的商业氛围与环境, 避免过度商业化。在情

感信任方面, 乡村旅游地要注重与游客的互动, 消费社会下, 游客除了关注旅游商品或服务的质量, 更在意精神慰藉和心理认同。旅游地应考虑游客的情感体验, 提供符合游客情感需求的产品或服务, 让游客体会到旅游地的温暖感、亲切感与归属感。

4) 开发优质乡村体验旅游产品, 提高游客幸福感

乡村体验旅游地应关注影响旅游者旅游体验价值的环境、项目设计、活动构思等客观因素, 开发优质乡村体验旅游产品, 以提高旅游者的幸福感。随着乡村旅游的高速发展, “养心”、“养生”、“养老”等乡村体验旅游方式倍受旅游市场关注, 乡村生活方式、乡土文化、新鲜的空气、有机的食材、山涧清泉溪流等乡村要素, 成为乡村体验旅游者诉诸寻求的特色旅游资源。因此, 乡村体验旅游地应基于旅游市场需求以及对旅游资源及其特色的认知, 构建乡村旅游产品体系。

5.3. 研究不足与展望

本研究使用了定量研究的方法探索了恢复性体验与乡村旅游者幸福感的关系。但受到本人学术水平和研究时间的限制, 本次研究仍然有一定的局限性, 有待在未来加强。

1) 本研究以扎根研究为主要研究方法, 研究方法较为单一。未来可以综合多种研究视角和范式, 比如心理学研究中的情境实验、眼动实验等。

2) 本文通过扎根理论得出了恢复性体验对乡村旅游幸福感的影响机制。受本人研究水平和能力水平的限制, 关于恢复性体验、旅游者幸福感和目的地信任三者之间的关系可以进一步进行深入的探讨。是否能有新的变量可以引入, 也是值得思考的问题。

参考文献

- [1] 郭永锐, 张捷, 卢韶婧, 等. 旅游者恢复性环境感知的结构模型和感知差异[J]. 旅游学刊, 2014, 29(2): 93-102.
- [2] Holm, M.R., Lugosi, P., Croes, R.R., et al. (2017) Risk-Tourism, Risk-Taking and Subjective Well-Being: A Review and Synthesis. *Tourism Management*, **63**, 115-122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.004>
- [3] Kim, H., Lee, S., Uysal, M., et al. (2015) Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, **32**, S76-S96. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.997958>
- [4] Filep, S. and Deery, M. (2010) Towards a Picture of Tourists' Happiness. *Tourism Analysis*, **15**, 399-410. <https://doi.org/10.3727/108354210X12864727453061>
- [5] Deci, E.L. and Ryan, R.M. (2008) Hedonia, Eudaimonia, and Well-Being: An Introduction. *Journal of Happiness Studies*, **9**, 1-11. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9018-1>
- [6] Ryff, C.D. and Keyes, C.L.M. (1995) The Structure of Psychological Well-Being Revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, **69**, 719-727 <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.4.719>
- [7] 黄杰, 黄安民, 杨飞飞, 等. 旅游者恢复性环境感知与游后行为意向——影响机制和边界条件[J]. 旅游学刊, 2022, 37(2): 31-45.
- [8] Strauss-Blasche, G., Ekmekcioglu, C. and Marktl, W. (2000) Does Vacation Enable Recuperation? Changes in Well-Being Associated with Time away from Work. *Occupational Medicine*, **50**, 167-172. <https://doi.org/10.1093/occmed/50.3.167>
- [9] Kaplan, R. and Kaplan, S. (1989) *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*. Cambridge University Press, Cambridge.
- [10] van den Berg, A.E., Koole, S.L. and van der Wulp, N.Y. (2003) Environmental Preference and Restoration: (How) Are They Related? *Journal of Environmental Psychology*, **23**, 135-146. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(02\)00111-1](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(02)00111-1)
- [11] Berto, R. (2005) Exposure to Restorative Environments Helps Restore Attentional Capacity. *Journal of Environmental Psychology*, **25**, 249-259. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.07.001>
- [12] 刘卫梅. 旅游者恢复性体验研究[D]: [博士学位论文]. 厦门: 厦门大学, 2020.