

乡村旅游社区居民主观幸福感变迁机理 ——聚焦发展期到巩固期的幸福拐点

李燕琴, 施佳伟, 罗湘阳

(中央民族大学管理学院, 北京 100081)

摘要: 主观幸福感是居民生活质量的重要表征, 探究旅游地“幸福拐点”的形成机理可为旅游助推乡村振兴提供科学依据。论文基于社会表征理论与唤醒激活理论, 分别选取处于旅游发展期(内蒙古额尔古纳市恩和村)和巩固期(额尔古纳市室韦村)的两个相似村落开展同时性横断设计, 运用模糊集定性比较分析法(fsQCA)考察价值观与旅游感知价值对居民主观幸福感的影响组态路径。研究发现: ① 居民主观幸福感受感知价值与价值观的共同影响, 其既源于外在旅游影响刺激, 也受居民内在社会表征系统调节; ② 旅游发展期和巩固期居民主观幸福感前因条件存在差异, 感知价值驱动因素由“经济+传统文化生活”向“经济+外向社会关系”转变, 水平集体主义价值观作用在经营大户中有所减弱; ③ “幸福拐点”的产生源于第Ⅰ阶段居民“物质+独立自我”的价值追求对主观幸福感作用有所减弱, 而第Ⅱ阶段“非物质+互依自我”的价值追求未被充分唤醒和支撑。研究认为打造文化价值共振核、拓展价值共创圈、提升旅游价值功能和遵循现代化价值转型规律是乡村旅游治理中超越“幸福拐点”的有效途径。

关键词: 感知价值; 价值观; 主观幸福感; 旅游地生命周期; 幸福拐点

乡村旅游是乡村振兴战略的重要抓手。2019年以来, 文化和旅游部会同国家发展和改革委员会先后推出4批共计1399个全国乡村旅游重点村, 它们成为助力全面推进乡村振兴、满足人民美好生活需要的重要力量^[1]。但以旅游发展推进乡村振兴与现代化进程并非一路坦途。研究发现, 从旅游地生命周期的参与期到发展期, 居民生活满意度和生活质量不断提高, 而进入巩固期则有回落趋势^[2-3], 中国的相关案例研究也证实了上述结论^[3]; 从发展期到巩固期, 居民主观幸福感不升甚至反降^[4], 出现了“幸福拐点”现象。如何超越幸福拐点以更好地推进乡村现代化进程、确保实现乡村居民美好生活? 有必要深入考察其产生机理以便提出有效的破解之道。

近年来, 关于主观幸福感的复杂形成机制研究受到重视^[5], 主观幸福感由认知主观幸福感(生活满

意度)和情感主观幸福感(快乐)两部分构成^[6], 研究亦可从两个方向展开。目前, 关于居民生活满意度的研究多从旅游影响感知角度构建模型, 而从Deery等^[7]提出的“社区旅游社会影响感知层次”看, 作为旅游发展终极目标的生活满意度位于感知核心, 而旅游影响(拥挤、垃圾等)作为表层现象则位于感知最外层。主观幸福感的研究应回到其本身的结构进行探讨, 至少应回到与其最接近的居民价值观层次, 需通过对居民价值观和内在特征更深入的研究来解释“为什么”某些影响对某些居民来说比其他影响更重要^[7]。习近平总书记也曾指出, “价值观念在一定社会的文化中是起中轴作用的”^[8]。但限于理论局限, 目前仅有部分研究将价值观纳入概念模型^[9-10]。

旅游发展期最后, 快速、常不受控制的变化使得负面影响超越正面影响^[11], 易引发各种矛盾, 因

收稿日期: 2023-01-16; 修订日期: 2023-03-07。

基金项目: 国家自然科学基金项目(41871145); 中央民族大学交叉研究专项(2021JCXK10)。[Foundation: National Natural Science Foundation of China, No. 41871145; Cross-research Project of Minzu University of China, No. 2021JCXK10.]

第一作者简介: 李燕琴(1971—), 女, 河北香河人, 教授, 博士生导师, 研究方向为民族旅游、乡村旅游、可持续旅游。

E-mail: liyanqin@muc.edu.cn

引用格式: 李燕琴, 施佳伟, 罗湘阳. 乡村旅游社区居民主观幸福感变迁机理: 聚焦发展期到巩固期的幸福拐点 [J]. 地理科学进展, 2023, 42(8): 1514-1526. [Li Yanqin, Shi Jiawei, Luo Xiangyang. Mechanism of change in residents' subjective well-being in rural tourism communities: The turning point of happiness from the development stage to the consolidation stage. Progress in Geography, 2023, 42(8): 1514-1526.] DOI: 10.18306/dlkxjz.2023.08.006

此从发展期到巩固期的临界线是旅游地发展的关键时期。而要将时间作为影响居民主观幸福感的独立变量推断因果关系,纵贯研究优于横剖研究^[2]。中国著名社会学家吴文藻先生早在20世纪30年代就提出,社区研究应超越“横断的、一时的、局部的、静态的”事实描述,“要说明事实内涵的意义,解释事变发生的原因”,反映“纵贯的、连续的、全形的、动态的”社会生活^[12]。但因操作难度大,目前少有研究采用纵向方法^[13]。

基于上述分析,本文拟通过在同一时间选择处于旅游地生命周期发展期(内蒙古额尔古纳市恩和村)和巩固期(额尔古纳市室韦村)的2个相似社区进行同时性横断设计研究,采用以案例研究为导向的集合研究法^[14]——模糊集定性比较分析法(fsQCA)来考察从发展期到巩固期居民的价值观与旅游感知价值对其主观幸福感的影响组态发生了哪些变化,由此不仅从外在旅游影响角度,也从居民内在社会表征系统角度,双向探究巩固期“幸福拐点”出现的可能机理。新视角可更好地洞悉主观幸福感变迁机理,从而为旅游业助推乡村振兴、实现中国式现代化提供有效的政策工具。

1 研究回顾与模型构建

1.1 乡村旅游社区的幸福拐点:从发展期到巩固期

从发展期到巩固期,乡村旅游社区居民主观幸福感出现拐点。以往关于旅游社区幸福拐点产生原因多基于刺激反应理论和社会交换理论来解释,即负面影响感知超越正面影响感知(刺激)→居民成本感知超过获益感知(机体)→居民生活满意度下降(反应)。Butler^[11]认为,随着旅游业增长,相关影响也随之增加,发展阶段时负面影响超越正面影响,旅游目的地市场开始下滑。从居民感知视角看,初始阶段获益感知增长率最大,发展阶段结束时逐渐下降到最小速率;旅游业继续发展,居民成本感知随之增大;当发展经过拐点,进入临界区间时,成本感知超过获益感知,旅游地社会承载力将被超越^[15],居民生活满意度下降。

社会交换理论将人视作理性经济人,其模型前提是每一个从事经济活动的人都利己且完全理性^[16]。该理论简单聚焦于得失结果的假设,忽视了个体如何判断得失的内在机理,因此可能不是居民研究的最佳框架^[17]。对生命周期理论也因此存在质疑,即地

方独特性与人类主观能动性在模型中并未得到足够重视^[18]。而社会表征理论则重点关注“某一群体所共享的价值、观点及行为体系”^[19],因其对过程有更好的解释力,有助于理解个体态度如何形成,被认为可更好地了解居民对旅游的态度^[13,20]。

社会表征理论视域下,价值观和感知价值是居民主观幸福感的重要前因。在社会表征的“中心—边缘”结构中,位于中心系统的价值观尤其被关注^[19],其次是位于边缘的感知价值。感知价值不仅是独立自我的个体反应,还体现了互依自我的社会文化反应。如果说社会交换理论遵循的是“刺激—个体—反应”的认知逻辑,而在社会表征理论视角下,刺激到达个体之前首先会受到社会表征的调节,即“刺激—社会表征—个体—反应”,所以对价值观和感知价值如何影响个体主观幸福感的关注有助于破解其内在的机理。因此提出如下命题:

命题1:旅游社区居民主观幸福感受旅游感知价值和居民价值观的共同影响。

1.2 居民价值观与旅游感知价值

态度和行为是价值观和感知价值共同作用的结果^[21],价值观可影响个体感知价值,而感知价值可发挥价值观探测器的功能。价值观是一种生活指导原则^[22],是个体做出评价性判断的基础^[23]。心理学家常用个人主义与集体主义这一价值观框架,Triandis^[24]将其与Hofstede^[25]提出的权力距离概念相结合又做了水平与垂直的划分,形成基于“个人—集体”“水平—垂直”的双维度价值观分析框架。个人主义社会强调个体的自我管理,而在集体主义社会中人们更乐于融入强大而有凝聚力的群体当中;“水平”则意味着群体内成员身份平等,而“垂直”意味着认可群体内成员具有等级的社会身份^[24]。中国文化历来被视作注重人与人之间、群体之间和谐关系的集体主义文化^[26],因此,个人主义与水平集体主义、垂直集体主义组成的价值观三分法,不失为更适合中国情境的实用方案。

顾客感知价值研究兴起于20世纪90年代的营销领域^[27],社会交换理论视域下感知价值被认为是一种基于利益与成本权衡的价值判断^[28],而社会表征视域下感知价值指顾客对产品或服务多维属性达到其目标和意图的综合效用评价^[29]。旅游影响感知与感知价值关系密切,Kim等^[30]发现旅游的经济、社会、文化、环境影响可预测居民的物质、社区、情感、健康安全幸福感的价值感知,而Uysal等^[2]据

此做了物质和非物质(社区、情感、健康安全)生活领域价值的划分。与“个人—集体”这一价值观框架相对应的是独立自我和互依自我构念,这2种框架被大多数跨文化心理学家互换使用^[31]。关于中国人自我的研究也发现了个人导向和社会导向(类似于独立自我和互依自我)共存的证据^[32]。所以,感知价值也可做独立和互依自我价值的划分,前者如个人层面的经济价值(收入、工作机会)、文化价值(生活方式、旅游情感,侧重具体而微的文化生活价值),后者如依存关系中产生的社会价值(人人关系,侧重软环境)、功能价值(人地关系,侧重硬环境)。由此,图1从“物质—非物质”“独立自我—互依自我”两个维度构建了居民旅游感知价值十字分析框架。

1.3 唤醒激活理论与模型构建

唤醒激活理论也被称作最佳唤醒水平理论,是探究刺激和认知关系的重要理论^[33]。“唤醒”指人体总的生理性和心理性激活程度,是个体对刺激做出的反应。研究表明,唤醒水平会影响主观幸福感^[34],Warr^[35]认为唤醒水平和愉快一起构成了工作幸福感,因此,居民主观幸福感可以被看作个体唤醒水平的表征。唤醒理论有三大原理:一是人们偏好最佳唤醒水平,刺激水平和偏好之间的关系为倒U形曲线;二是简化原理,即重复进行刺激会使唤醒水平降低;三是富有经验的个体偏好复杂的刺激,经验会帮助个体更好地组织刺激^[36]。据该理论推测,巩固期居民主观幸福感未随旅游发展同步增长的可能原因是:发展期居民在个体价值偏好刺激下,达到最佳唤醒水平,即最高水平主观幸福感;之后,居民发展期偏好价值虽然进一步增长,但重复刺激会使唤醒水平进入临界范围,甚至降低;富有经验的居民于是开始寻求更复杂的刺激并有效组织这些刺激,即寻求更多元价值以实现对美好生活需求

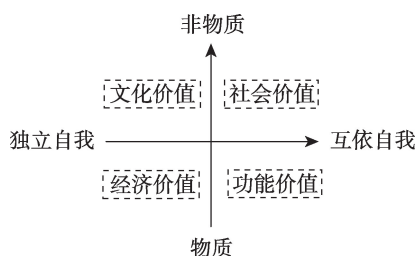


图1 居民旅游感知价值十字分析框架

Fig.1 An analytical framework of residents' perceived value of tourism

的满足。因此,可假设从发展期到巩固期居民价值偏好发生了较大变化,进而提出命题2并构建概念模型(图2):

命题2:从发展期到巩固期,旅游社区居民高主观幸福感的前因条件发生较大变化。

2 研究设计、研究区域及方法

2.1 研究设计

人类学功能学派大师布朗^[37]主张考察社区变迁最理想的方法是在若干年间持续关注一个乡村,或选择若干受到相同因素影响但影响程度不同的社区进行研究。前者需要长时间跟踪,难度更大,目前的纵贯研究以后者为主,即在同一时段选择处于旅游地生命周期不同阶段的多个社区进行比较研究^[3,30,38],这属于同时性横断设计(simultaneous cross-sectional design),是追踪研究的一种。本文拟以同时性横断设计考察从发展期到巩固期感知价值和价值观影响居民主观幸福感的阶段性特征。定性比较分析技术能够基于个案特征,并深入探究前因条件组合关系及其影响机制,在乡村旅游研究中逐渐得到应用^[39]。本文以fsQCA方法探究感知价值与价值观的联合效应和互动关系^[40],揭示不同阶段感知价值与价值观的因果组态变化趋势,从而透视居民主观幸福感变迁的内在机理。

2.2 研究区概况

选取同处于内蒙古自治区额尔古纳市的恩和村、室韦村作为案例地(图3)。室韦村地处呼伦贝尔草原,毗邻中俄边界,俄罗斯风情浓郁,自2004年启动俄罗斯民俗游项目、2005年被评为“中国十佳魅力名镇”以来,旅游业逐渐发展起来。恩和村与室韦村相距约70 km,同样拥有浓郁的俄罗斯风情,旅

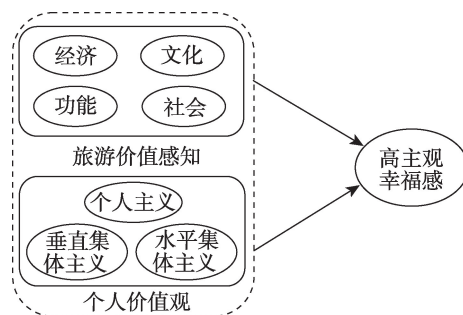


图2 概念模型

Fig.2 Conceptual model



注：本图基于自然资源部标准地图服务系统网站下载的审图号GS(2019)1822号的标准地图绘制，底图无修改。

图3 研究区区位

Fig.3 Location of the study areas

游发展稍晚。

参考Diedrich等^[15]对旅游生命周期研究的结果,选择旅游资源、旅游市场、接待设施以及发展模式作为衡量标准^[41](表1),并结合本团队的已有研究成果^[42],判定恩和村处于发展阶段,室韦村处于巩固阶段。相比恩和村,室韦村旅游开发时间较早,市场规模更大、接待床位更多,除传统的自然景观与民族风情旅游资源外,已出现特色休闲景观,外来资本进一步增加并开始占据主导地位。

恩和、室韦村地理位置相邻,行政区划上曾属同一乡镇;社会文化、旅游资源相似,人口统计特征相近;旅游业皆为村中支柱产业且客流量基本相当,适宜采取同时性横断设计;同时恩和、室韦村旅

游发展时间存在先后、发展速度存在快慢,且两地当前处于不同的旅游发展阶段,空间距离上也相距约70 km,满足社区独立的基本条件,可以采用独立样本 t 检验分析方法。

2.3 数据收集

2021年6—7月在恩和、室韦村进行了2个星期的调研。课题组成员具有问卷调查经验,并再次接受培训,可熟练使用面对面调查技术确保受访者正确完成问卷。调研对象选择18~70岁、在社区连续居住3年及以上的居民为样本,采用便利抽样,通过入户调研和在社区广场、交通节点等人员聚集处随机采访等方式进行“一对一”调查。每份调查问卷的平均作答时间约为30 min,共收集564份问卷,除去填写不完整及明显未认真填答的问卷后,有效问卷489份,占比86.7%。调研过程中课题组成员每天会以调研日志的方式记录见闻,同期还对村委会有关工作人员及村民进行了访谈,作为本研究补充材料,以便更好地理解数据分析结果。另外,本团队10余年来长期跟踪恩和、室韦村并开展了多次调研,熟悉2个村落的旅游发展历程。

2.4 变量测量和信效度检验

问卷变量测量题项源于该领域相关研究和前期访谈(表2),问卷包括4个部分:①主观幸福感测量参考了第7轮世界价值观调查(WVS)中国地区问卷相关题项^[43];②感知价值在现有文献研究基础上^[30,44-46],基于图1的感知价值分析框架考察居民经济、文化、功能、社会4大维度的价值感知,居民对每一题项既回答“同意”程度,也回答“在意”程度,采用5点李克特量表,用1~5表示“非常不同意/非常不重要”到“非常同意/非常重要”,最后通过Andereck等^[45]所使用的方法将每个维度的感知价值赋值为1~20;③价值观测量在现有量表^[47]基础上根据

表1 案例社区基本特征

Tab.1 Basic characteristics of the case communities

特征	恩和村:发展期	室韦村:巩固期
旅游资源	原生态自然景观(如天然草场及河畔景观)、传统民族风情(如巴斯克节、俄罗斯民俗馆、俄罗斯民俗体验活动)	原生态自然景观(如天然草场及河畔景观)、传统民族风情(如巴斯克节),出现特色休闲景观(如界河大舞台、文化休闲广场)
旅游市场	受室韦村旅游发展的带动,2006年开始家庭游试点;2018、2019年接待人次稳定在每年70万左右,2020年受疫情影响降至36万	2004年试点家庭游,2005年被CCTV评为“中国十大魅力名镇”,知名度快速增加;2018年和2019年接待人次稳定在每年100万左右,2020年受疫情影响降至40万
接待设施	床位3700张	床位6698张
发展模式	主体为“政府主导+居民自发”,企业引入相比室韦村较晚较少,外来投资开始增加并逐渐控制供给	主体为“政府主导+居民自发”,企业引入相比恩和村更早更多,外来资本进一步增加并占据主导地位

注:数据于2021年获取自恩和村与室韦村村委会。

表2 居民感知价值、价值观与主观幸福感比较

Tab.2 Comparison of the samples' perceived value, values, and subjective well-being

维度	测量题项	测量题项得分均值 <i>M</i>		<i>t</i> 检验	
		恩和村(<i>n</i> =247)	室韦村(<i>n</i> =242)	<i>t</i> 值	<i>P</i> 值
经济价值感知	收入、工作机会、经济地位	12.055	12.117	-0.175	0.861
文化价值感知	业余生活、文化生活、文化自豪感	11.961	12.955	-2.977	0.003 [*]
功能价值感知	居住环境、安全状况、基础设施	15.306	14.388	3.268	0.001 [*]
社会价值感知	家人关系、村民关系、主客关系	12.845	12.061	2.664	0.008 [*]
垂直集体主义	如果我的家人获得嘉奖,我会感到光荣; 我会为了家庭/集体的利益而努力	4.700	4.649	1.296	0.195
水平集体主义	对我来说,与朋友共享时光是快乐的; 与他人合作会让我感觉很好	3.804	3.981	-2.598	0.010 [*]
个人主义	能完成他人实现不了的目标,我为自己而自豪; 对我来说,表现得比别人好是重要的	3.753	3.961	-2.735	0.006 [*]
主观幸福感	快乐、生活满意、掌控感、 家庭收入满意度、经济地位	3.679	3.654	0.443	0.658

注:*表示在5%水平差异显著。

案例地情境简化,采用水平集体主义、垂直集体主义和个人主义三维分析框架;④人口统计信息。

采用SPSS 24.0软件对问卷进行信效度检验。信度方面,问卷总体Cronbach's α 系数为0.701,除价值观外,其余所有维度的Cronbach's α 系数均高于0.5,符合社会科学研究的可接受临界值。由于价值观各维度仅包含2个题项,采用Spearman-Brown系数作为信度指标^[48],所有价值观维度在0.01级别(双尾)的相关性显著,表明价值观维度的测量题项具有较好的信度。组合信度方面,所有维度CR值均超过0.7,能够较为一致地解释问卷设计的维度。效度方面,问卷用于正式调研前经过3位旅游领域专家评估、补充,并通过预调研进行筛选,具有良好的内容效度;问卷KMO值为0.731,Bartlett球体检

验显著性水平 <0.001 ,适宜开展因子分析,且在探索性因子分析中各维度题项因子载荷接近或大于0.5,表明具有较好的聚敛效度。

3 结果与分析

3.1 人口统计学特征分析

恩和、室韦村受访者人口统计特征与额尔古纳市第七次人口普查数据^[49]基本相符(表3),男女比例大体相当;年龄以35~54岁居民为主,年轻人(18~24岁)占比较小;教育程度偏低,以中学学历居多。两村受访者中俄罗斯族均占有较高比例,与总体人口中的俄罗斯族占比相符;从事旅游业的受访者比例较高,同时兼顾未参与旅游者,以更好地体现旅游

表3 样本人口统计学特征

Tab.3 Demographic characteristics of the samples

变量	类别	恩和村 (频数)	室韦村 (频数)	变量	类别	恩和村 (频数)	室韦村 (频数)
性别	男	130	114	教育程度	小学及以下学历	53	32
	女	117	128		初中学历	102	106
年龄	18~24岁	4	9		高中及大专学历	70	86
	25~34岁	31	40	是否参与旅游 经营与服务	本科及以上	22	18
	35~54岁	104	118		个人或家人参与	168	185
	55~64岁	72	54	家庭年收入	未参与或已放弃	79	57
	65岁及以上	36	21		低于5万元	86	90
民族	俄罗斯族	78	55		5万~20万元	143	132
	汉族	134	162		高于20万元	18	20
	其他	35	25				

社区特征。受新冠疫情影响,恩和、室韦村的家庭年收入集中在5万~20万元区间,占比分别为57.9%和54.5%;与恩河村相比,室韦村家庭年收入低于5万元和高于20万元的样本略多,贫富差距略大。

3.2 居民感知价值与价值观比较

采用独立样本*t*检验判断恩和、室韦两村居民的感知价值与价值观是否存在显著差异(表2)。结果发现,相比于恩和村,室韦村居民的主观幸福感较低,但差异并不显著,原因可能是恩和村已进入发展期晚期,加之疫情影响使两村差距收窄。除经济价值感知外,恩和、室韦村居民的社会、文化、功能价值感知差异均显著,恩和村居民的社会、功能价值感知高于室韦村,文化价值感知则低于室韦村。具体看,室韦村的家人关系、村民关系价值感知在减弱、主客关系价值感知在增强,开始呈现外向型社会特征;室韦村居住环境在改善,而旅游业快速发展带来安全状况恶化、基础设施压力增大;同时,旅游业使室韦村居民的业余生活和文化生活更加丰富多彩,传统与现代交融的生活方式使居民文化价值感知有所增强。

价值观层面,两村居民均最为秉持重视家庭的垂直集体主义价值观,总体差距不大($M_{恩和村}=4.700$, $M_{室韦村}=4.649$, $P=0.195$),但“我会为了家庭/集体的利益而努力”方面有明显降低($M_{恩和村}=4.745$; $M_{室韦村}=4.595$)。从情感共鸣增强而志愿行为弱化角度看,垂直集体主义价值观已出现弱化特征。重视朋友与合作的水平集体主义价值观有明显增加($M_{恩和村}=3.804$, $M_{室韦村}=3.981$, $P=0.010$),结合两村社会关系层面的变化,水平集体主义价值观已逐渐从村民间互动与合作向主客间互动与合作转化。恩和村居民大多仍采取传统家庭经营方式,而在室韦村房屋转租现象更为普遍,更多外来经营者参与到旅游发展中,与本地居民发生多种形式的合作。个人主义价值观在室韦村居民中也日渐凸显($M_{恩和村}=3.753$, $M_{室韦村}=3.961$, $P=0.006$),以往研究认为个人主义价值观畅行是现代化的一个重要标志^[50],本文数据分析结果也支持该结论。

3.3 fsQCA 分析

采用fsQCA 3.0软件分析感知价值和价值观对居民主观幸福感的组合影响,过程遵循“模糊集校准—必要条件分析—充分条件分析—稳健性检验”的规范步骤。隶属分数合理与否会直接对条件组态结果产生影响,本文运用直接校准法确定隶属度,相

较于凭经验赋值的间接校准法更常用和正规^[51]。并结合合理性原则及数据分布特征,将各条件度量的最大值、最小值、均值设置为“完全隶属”“完全不隶属”“交叉点”3个锚点^[40],最后应用软件提供的Calibrate算法进行模糊集校准。

3.3.1 单个条件的必要性分析

同主流fsQCA操作步骤一致,本文首先检验是否单个条件(包括其非状态)能够成为高主观幸福感的必要条件。若单个条件的一致性数值大于0.9,表明它是导致结果发生的必要条件,在fsQCA充分性分析时需单独考虑其作用。对影响居民主观幸福感的4类感知价值和3类价值观条件进行必要性分析,结果显示,所有条件的一致性水平均不高于0.9(表4),没有条件是构成高主观幸福感的必要条件,需进一步考察条件的组合作用。

3.3.2 条件组态的充分性分析

根据fsQCA对充分条件的判断方法,采用原始覆盖度与一致性反映样本案例对条件组态的显著性和解释力^[52],唯一覆盖度表示单个组态对结果的净解释力。充分条件的筛选依据惯例将原始一致性设置为>0.8、PRI一致性设置为>0.7^[53],以保证组态条件组合与研究结果一致性。核心条件是指在简单解及中间解中均存在的条件,本文以核心条件作为组态分析和归纳的基础,分析结果显示,所有组态的总体解一致性及覆盖度均符合标准(表5)。

表4 必要性条件分析
Tab.4 Necessary condition analysis

前因条件	恩和村(发展期)		室韦村(巩固期)	
	一致性	覆盖度	一致性	覆盖度
经济价值感知	0.780	0.782	0.782	0.793
~经济价值感知	0.618	0.757	0.631	0.740
功能价值感知	0.768	0.746	0.800	0.796
~功能价值感知	0.613	0.783	0.621	0.745
社会价值感知	0.724	0.808	0.783	0.818
~社会价值感知	0.672	0.733	0.672	0.763
文化价值感知	0.793	0.835	0.767	0.780
~文化价值感知	0.646	0.749	0.642	0.750
垂直集体主义	0.847	0.653	0.798	0.663
~垂直集体主义	0.407	0.791	0.487	0.767
水平集体主义	0.758	0.751	0.779	0.740
~水平集体主义	0.617	0.768	0.628	0.800
个人主义	0.786	0.760	0.786	0.713
~个人主义	0.617	0.791	0.584	0.793

注:~表示逻辑运算的“非”。

表5 高主观幸福感的前因组态比较

Tab.5 Comparison of causal configurations for the above-average subjective well-being

组态	恩和村					室韦村				
	E1a	E1b	E2a	E2b	E3	S1a	S1b	S2a	S2b	S3
经济价值感知	●	●	●	●		●	●	●	●	
文化价值感知	●	●	●	●	●	×	·	·	·	·
功能价值感知	●	●		×	●	●	●			●
社会价值感知	●	●	·	×	●	●	●	●	●	●
垂直集体主义	·		·	·	·		·	·		⊗
水平集体主义	●	●	●	●	●			●	●	●
个人主义		·	·		·	·	×		·	
一致性	0.962	0.960	0.965	0.957	0.956	0.954	0.952	0.917	0.935	0.949
原始覆盖度	0.429	0.413	0.424	0.352	0.427	0.421	0.371	0.513	0.506	0.300
唯一覆盖度	0.019	0.015	0.008	0.044	0.029	0.052	0.006	0.010	0.011	0.023
整体解的一致性			0.944					0.917		
整体解的覆盖度			0.544					0.633		

注：“●”表示核心条件存在，“·”表示辅助条件存在，“⊗”表示核心条件不存在，“×”表示辅助条件不存在，空白表示条件可有可无^[37]；E1a等表示恩和村组态所属的子组态类别，S1a等表示室韦村组态所属的子组态类别。

处于旅游业发展阶段的恩和村,高主观幸福感居民多为本地居民,秉持水平集体主义价值倾向,享受与他人合作,垂直集体主义和个人主义价值观则多起辅助作用;感知价值方面,独立自我角度的经济与文化价值感知发挥了主要作用。居民高主观幸福感形成呈现3类因果组合解释路径:① E1 含 E1a、E1b 子组态,E1 组态居民可感知到经济、功能、社会、文化多维旅游发展价值,故命名为“综合价值感知型”。E1a、E1b 原始覆盖度分别为 0.429 和 0.413,表明因果路径可解释约 42.9%和 41.3%的高主观幸福感居民样本;唯一覆盖度分别为 0.019 和 0.015,即有 1.9%和 1.5%的高主观幸福感居民仅能被该路径解释。具体案例分析看,E1 组态居民多为收入稳定、年龄偏大的旅游从业者或非旅游从业者(如农牧场工人),具有随遇而安和旁观者特点,如外面有更好工作机会,他们也可能选择离开,多不期望子女继续从事旅游业,代表了恩和村相对保守、低旅游业参与度居民的幸福感知形成路径。② E2 含 E2a、E2b 子组态,E2 组态居民可感知到独立自我范畴的经济、文化价值,忽视或不在意功能、社会价值,故命名为“独立自我价值感知型”。E2a、E2b 因果路径分别可解释约 42.4%和 35.2%的高主观幸福感居民样本,0.8%和 4.4%的高主观幸福感居民仅能被该路径解释。E2 组态居民较 E1 年轻,多自己经营旅游业且旅游收入在家庭收入中占比较高,他们地方依恋程度较高,愿意让子女继续从事旅游业,

代表了恩和村积极参与旅游业发展居民的幸福感知形成路径。③ E3 组态居民不太在意经济价值,可感知到旅游发展带来的文化、社会等非物质价值及功能价值提升对生活的影响,故命名为“非物质价值感知型”。E3 因果路径可解释约 42.7%的高主观幸福感居民样本,2.9%的高主观幸福感居民仅能被该路径解释。E3 组态居民年龄偏大、教育程度较高、俄罗斯族占比高,全部为本地户籍,愿意长期留在村中,地方依恋程度高。他们虽然多为旅游自营业主但旅游收入在家庭收入中占比不高,但愿意让子女继续从事旅游业比例最高,代表了恩和村少数文化传承者的幸福感知形成路径。总的来看,处于发展阶段的恩和村居民通过获取更高的综合价值、实现自我价值、激发社会文化自豪感而获得了更高的主观幸福感。

处于旅游业巩固阶段的室韦村,高主观幸福感居民仍以本地人为主,但非本地居民开始增多。价值观影响呈现多元化特征,多秉持水平集体主义价值观,但其内涵已从村民间合作共赢向主客合作共赢转变;S3 组态出现非垂直集体主义为核心条件的现象。感知价值方面,经济价值感知仍发挥主要作用,社会价值感知作用在强化,文化价值从传统向交融文化价值转变,居民整体感知有所增强,但对幸福感作用有所减弱。居民高主观幸福感形成呈现 3 类因果组合解释路径:① S1 含 S1a、S1b 子组态,S1 组态居民可感知到物质范畴的经济、功能及

社会价值,特别是主客互动的社会价值。S1组态居民参与旅游业时间较长、经营规模较大,故命名为“物质价值感知I型(大户)”。S1a、S1b因果路径分别可解释约42.1%和37.1%的高主观幸福感居民样本,5.2%和0.6%的高主观幸福感居民仅能被该路径解释。S1组态居民家庭参与旅游业较早、经营得相对较好,旅游收入在家庭收入中占比较高,年纪较轻,愿意让子女继续从事旅游业比例较高。一方面,S1组态居民有了足够的经济积累,可离开室韦村继续生活;另一方面,室韦村作为他们脱贫致富的家乡,若旅游业发展环境好,也愿意留下来,因此他们对未来是否会留在村里表现出最大的不确定性。物质价值带来的满足感是S1组态居民幸福感的源头,传统文化、“家”感知对他们的滋养在减弱,过度商业化带来的疲惫感开始显现,有居民表示“经营旅游这些年的记忆深刻,因为太累了”。② S2含S2a、S2b子组态,S2组态居民可感知到经济、社会价值,秉持水平集体主义价值观,希望在合作共赢中发展,相比S1组态居民较晚参与旅游发展,规模也较小,故命名为“物质价值感知II型(中小户)”,代表了室韦村多数旅游自营业主的幸福感形成路径。S2a、S2b因果路径分别可解释约51.3%和50.6%的高主观幸福感居民样本,1.0%和1.1%的高主观幸福感居民仅能被该路径解释。他们认可旅游业带来的积极影响,认为“室韦村整体在向好的方向发展,生活满意度较高”,加之年龄较大,多愿意继续生活在室韦村;但同时他们也感受到多年奋力经营带来的疲惫感,有人表示“不喜欢现在室韦村的生活方式,觉得太累了”,所以多不愿意子女继续从事旅游业,希望子女在外边寻找更好的发展机会。③ S3组态居民可感知到互依自我范畴的功能、社会价值,较在意文化价值,不太在意经济价值,故命名为“互依自我价值感知型”。S3因果路径可解释约30.0%的高主观幸福感居民样本,2.3%的高主观幸福感居民仅能被该路径解释。S3组态居民年龄较轻、教育程度较高,非本地户籍占比高,全部为非俄罗斯族,多秉持非垂直集体主义价值观,地方依恋程度不高;他们多从事小规模旅游经营或有稳定收入的工作,旅游收入在家庭收入中占比不高,可享受旅游经营本身的体验,3类组态中最愿意子女继续从事旅游业。总的看,处于旅游业巩固阶段的室韦村居民主要通过物质价值获取获得更高的主观幸福感,少部分外来及本地居民通过适度经

营、合作共赢的模式提升了幸福感。

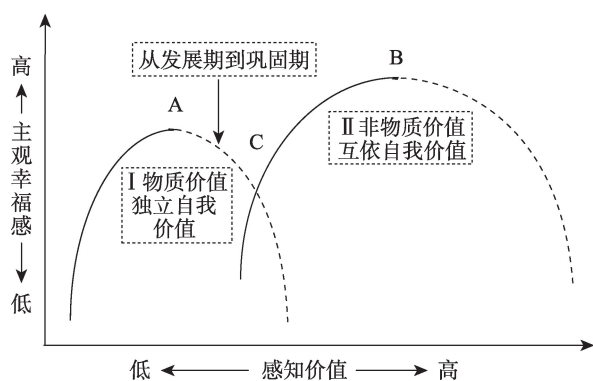
3.3.3 稳健性检验

借鉴相关范例^[54],采用调整一致性阈值和案例频数进行稳健性检验。首先,将原始一致性阈值由0.8提高到0.9,变化前后条件组态保持一致。其次,在保证纳入分析的案例数超过50%的前提下,将案例频数阈值从2提高至3,条件组态的辅助及核心条件基本不变,且各组态及整体解的一致性和覆盖度也未发生显著变化。因此,判定研究结果具有较好的稳健性。

3.4 命题验证与理论解释

综上所述,旅游感知价值与价值观作为核心条件,在恩和、室韦村的主观幸福感所有组态中均有体现,表明它们皆受感知价值和价值观的共同影响,命题1得到验证,证实居民主观幸福感的变化既来自于个体外部环境影响,也来自于内部社会表征系统作用。从发展期到巩固期,经济价值、强调合作的水平集体主义始终是居民高主观幸福感组态的核心条件。在发展期的恩和村,独立自我范畴的经济、文化价值是居民高主观幸福感的重要条件;伴随旅游发展,巩固期的室韦村由封闭的传统乡村走向开放的旅游乡村,内与外、传统与现代交融的文化使居民拥有更高的文化价值感知,但文化因素对高主观幸福感的作用已减弱为辅助条件,取而代之的是更高主客关系价值感知带来的社会感知价值。从发展期到巩固期,从“经济+文化”到“经济+社会”组态的转变,物质价值感知发挥更重要的作用,社会关系外向型特征日益突出,旅游社区居民高主观幸福感的前因条件发生较大变化,命题2得到验证。

伴随旅游发展,居民首先被唤醒的是第I层次的“独立自我+物质”价值感知追求(图4),相关价值实现会带来主观幸福感提升;到巩固期“独立自我+物质”价值追求的重复刺激会使主观幸福感进入临界范围A,甚至降低到C,这就可以从个体价值感知角度来解释为什么从发展期到巩固期旅游业在不断发展,而居民主观幸福感不升甚至反降。同时,也发现发展期和巩固期都有部分富有经验、物质条件较好的居民开始寻求更复杂的刺激并有效组织这些刺激,即寻求更多元价值以实现对生活的美好满足,如E3组态代表了更看重传统文化价值的内向型居民,S3组态代表了可享受现代旅游关系价值的外向型居民,他们开始追求非物质价值与



注:实线、虚线分别表示居民主观幸福感的上升、下降状态。

图4 居民旅游感知价值演变框架

Fig.4 Evolution of residents' perceived value of tourism

互依自我价值。在新的内在需求刺激下,外部发展如能更好满足居民第II层次的“互依自我+非物质”价值需求,居民主观幸福感也就有可能跃升到更高层次的B。

4 结论与政策启示

4.1 研究结论

本文聚焦旅游发展期到巩固期这一居民主观幸福感的拐点时刻,选取处于分别处于发展期(恩和村)和巩固期(室韦村)的2个相似村落,采用fsQ-CA法分析了价值观与旅游感知价值对居民主观幸福感的影响组态变化规律,系统探究了巩固期“幸福拐点”的形成机理。主要结论如下:

(1) 旅游感知价值与价值观对发展期和巩固期居民的主观幸福感皆有重要影响。证实了居民主观幸福感变迁既源于外在旅游影响刺激,又受到居民内在社会表征系统作用调节进而形成多样化的幸福寻求路径。

(2) 从旅游发展期到巩固期居民高主观幸福感的前因条件发生较大变化,重视互助合作的水平集体主义价值观对居民主观幸福感的重要支撑作用有所减弱。由发展期“经济+传统文化生活”组态主轴向巩固期“经济+外向社会关系”主轴转变,经济价值感知始终发挥了重要作用,发展期传统生活方式是居民幸福的重要源泉,而巩固期主客关系与居民幸福关系则更为密切。

(3) 提出感知价值十字分析框架,并通过fsQ-CA法对案例地的分析揭示出从发展期到巩固期常常出现“幸福拐点”现象的内在机理,即第I阶段居民“物质+独立自我”价值追求对主观幸福感作用减

弱,而第II阶段“非物质+互依自我”价值追求未被充分唤醒和支撑。

4.2 政策启示

在旅游业助推乡村现代化进程中,如何超越幸福拐点更好地实现乡村居民对美好生活的向往,其核心是要及时唤醒居民对第II层次“非物质+互依自我”价值的追求,使更多居民如E3和S3组态居民那样以更为多元而丰富的要素支撑主观幸福感由发展期向巩固期平稳过渡。基于上述思考并结合研究结果,提出以下政策建议:

(1) 打造文化价值共振核,以点带面吸引居民参与并使居民体验到文化保护的幸福价值。本文发现,文化价值感知是发展期居民高主观幸福感的核心条件,同时伴随旅游发展,从发展期到巩固期居民文化价值感知明显提升。因此,在乡村文旅融合的过程中不仅要关注游客要什么,更要关注居民要什么,“要强化非遗融入生产生活”^[55],以具体而微、可亲可感、独具特色的地方文化生活型态滋养主人与客人。文化价值共振核可以是重要的文化传承人或新乡贤、传统文化节庆活动、非遗数字化共享平台等多样化的形式,无论是以人、活动还是数字技术为载体,共同特征是要能够散发出强烈的地方文化价值主张,吸引有共同记忆和共同偏好者融入文化价值共振圈,推动文化的创造性转化、创新性发展、有机活化传承。

(2) 拓展价值共创朋友圈,平稳实现内向型社会关系向外向型社会关系的过渡。从发展期到巩固期,居民高主观幸福感的前因条件发生较大变化,社会价值感知成为重要的核心条件。人与人之间的关系在很大程度上决定了社会中个体的生活质量^[56]。从发展期到巩固期,居民社会关系从传统家庭、村民关系向现代社会更为多元的关系过渡,传统关系弱化的同时,新型关系的物质化倾向会降低居民的幸福感知。因此,要建立机制促进村民、主客、商民、政民等多元主体,以乡村旅游可持续发展为共同的愿景展开多维的互助合作,使居民感受到互助相依带来的幸福价值。

(3) 提升社区旅游功能价值,在基础设施、公共保障、营商环境等方面提供更优平台。破解“幸福拐点”现象的关键在于实现居民由追求物质价值向非物质价值的转变。因此,旅游业快速发展进程中需要充分发展公共服务,使居民减少运营的后顾之忧,从而减弱由不安全感带来的对物质价值的过度

追求,从而有能量寻求更高层次的幸福价值。如室韦村S1组态大户多可通过自行发电供水解决停电停水困局,而S2组态中小户只能依赖公共服务,功能价值提升、公共服务保障更有利于提升他们的幸福感。

(4) 遵循价值观现代化转型基本规律,有序重塑居民价值观,明确新阶段幸福的新意义。本文发现,从发展期到巩固期,垂直集体主义价值观有所削弱,而水平集体主义价值观和个人主义价值观有所提升。现代化既带来人的自主性、独立性,同时资本介入也使人的关系发生异化^[57]。值得注意的是,S1组态大户个人主义价值观提升的同时其水平集体主义价值观有所减弱,外来户籍占比较大的S3组态居民垂直集体主义价值观也较弱。因此,有必要引导居民更多关注互依自我价值实现对幸福的意义,通过适当的制度安排使旅游大户在回馈社区中感受到更高层次的幸福,同时以更为开放包容的态度接纳新乡民,以共创共享的社区氛围提升集体认同。

参考文献(References)

- [1] 刘森. 以中国特色乡村旅游发展模式推进“中国式现代化”[N]. 中国文化报, 2022-12-14(1). [Liu Miao. Promoting "Chinese modernization" with Chinese characteristic rural tourism development mode. China Culture Daily, 2022-12-14(1).]
- [2] Uysal M, Sirgy M J, Woo E, et al. Quality of life (QOL) and well-being research in tourism [J]. *Tourism Management*, 2016, 53: 244-261.
- [3] 汪侠, 吴小根, 章锦河, 等. 贫困地区旅游开发居民满意度: 差异及其成因: 以桂林市的5个贫困村落为例 [J]. *旅游科学*, 2011, 25(3): 45-56. [Wang Xia, Wu Xiaogen, Zhang Jinhe, et al. Difference and causal mechanism of resident satisfaction with tourism development in poverty-stricken areas: A case study of 5 poor villages in Guilin. *Tourism Science*, 2011, 25(3): 45-56.]
- [4] Su L, Yang X, Swanson S R. The impact of spatial-temporal variation on tourist destination resident quality of life [J]. *Tourism Management*, 2022, 93: 104572. doi: 10.1016/j.tourman.2022.104572.
- [5] 马静, 刘冠秋, 饶婧雯. 地理环境与时空行为对主观幸福感的影响研究进展 [J]. *地理科学进展*, 2022, 41(4): 718-730. [Ma Jing, Liu Guanqiu, Rao Jingwen. Progress of research on the impact of geographical context and spatio-temporal behavior on subjective well-being. *Progress in Geography*, 2022, 41(4): 718-730.]
- [6] 吴明霞. 30年来西方关于主观幸福感的理论发展 [J]. *心理学动态*, 2000(4): 23-28. [Wu Mingxia. The development of Western theories on subjective well-being in the past 30 years. *Advances in Psychological Science*, 2000 (4): 23-28.]
- [7] Deery M, Jago L, Fredline L. Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda [J]. *Tourism Management*, 2012, 33(1): 64-73.
- [8] 中共中央文献研究室. 习近平关于社会主义文化建设论述摘编 [M]. 北京: 中央文献出版社, 2017. [Literature research office of the CPC central committee. Excerpts from Xi Jinping's discussion on socialist cultural construction. Beijing, China: Central Academic Press, 2017.]
- [9] Gursoy D, Kendall K W. Hosting mega events: Modeling locals' support [J]. *Annals of Tourism Research*, 2006, 33 (3): 603-623.
- [10] 李瑞, 吴殿廷, 殷红梅, 等. 民族村寨旅游地居民满意度影响机理模型与实证: 以社区、政府和企业力量导向模式的比较研究 [J]. *地理学报*, 2016, 71(8): 1416-1435. [Li Rui, Wu Dianting, Yin Hongmei, et al. Mechanism model and demonstration of residents' satisfaction in Guizhou ethnic tourism villages: A comparative study of community-driven, government-driven and enterprise-driven ethnic tourism villages. *Acta Geographica Sinica*, 2016, 71(8): 1416-1435.]
- [11] Butler R W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources [J]. *The Canadian Geographer*, 1980, 24(1): 5-12.
- [12] 吴文藻. 吴文藻人类学社会学研究文集 [M]. 北京: 民族出版社, 1990. [Wu Wenzao. Collected works on anthropological sociological research by Wu Wenzao. Beijing, China: The Ethnic Publishing House, 1990.]
- [13] Sharpley R. Host perceptions of tourism: A review of the research [J]. *Tourism Management*, 2014, 42: 37-49.
- [14] Ragin C C. The comparative method: Moving beyond qualitative and quantitative strategies [M]. Berkeley, USA: University of California Press, 1987.
- [15] Diedrich A, García-Buades E. Local perceptions of tourism as indicators of destination decline [J]. *Tourism Management*, 2009, 30(4): 512-521.
- [16] 韩国圣, 李辉. 国外旅游发展社区响应的理论模型述评 [J]. *资源科学*, 2016, 38(9): 1643-1652. [Han Guosheng, Li Hui. Community reactions to tourism development: A review of theoretical models. *Resources Science*, 2016, 38(9): 1643-1652.]
- [17] Andereck K L, Valentine K M, Knopf R C, et al. Residents' perceptions of community tourism impacts [J]. *Annals of Tourism Research*, 2005, 32(4): 1056-1076.

- [18] Agarwal S. Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle [J]. *Annals of Tourism Research*, 2002, 29(1): 25-55.
- [19] 赵蜜. 社会表征论: 发展脉络及其启示 [J]. *社会学研究*, 2017, 32(4): 218-241, 246. [Zhao Mi. Social representation theory: Theoretical development and its inspirations. *Sociological Studies*, 2017, 32(4): 218-241, 246.]
- [20] Látková P, Vogt C A. Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities [J]. *Journal of Travel Research*, 2012, 51(1): 50-67.
- [21] 余凤龙, 黄震方, 侯兵. 价值观与旅游消费行为关系研究进展与启示 [J]. *旅游学刊*, 2017, 32(2): 117-126. [Yu Fenglong, Huang Zhenfang, Hou Bing. Research progress and its enlightenment on relationship between values and tourism consumption behavior. *Tourism Tribune*, 2017, 32(2): 117-126.]
- [22] Schwartz S H, Bilsky W. Toward a universal psychological structure of human values [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1987, 53(3): 550-562.
- [23] Holbrook M. Customer value: A framework for analysis and research [J]. *Advances in Consumer Research*, 1996, 23(1): 138-142.
- [24] Triandis H C, Gelfand M J. Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1998, 74(1): 118-128.
- [25] Hofstede G. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations [M]. Thousand Oaks, USA: Sage Publications, 2001.
- [26] 颜静兰, 陈乐. 个体主义—集体主义文化维度透视: 中美流行歌曲的跨文化启示 [J]. *深圳大学学报(人文社会科学版)*, 2003, 20(6): 88-94. [Yan Jinglan, Chen Le. An analysis of individualism-collectivism's cultural dimension: An intercultural enlightenment by pop songs of China and U.S.A. *Journal of Shenzhen University (Humanities & Social Sciences)*, 2003, 20(6): 88-94.]
- [27] Prebensen N K, Xie J H. Efficacy of co-creation and mastering on perceived value and satisfaction in tourists' consumption [J]. *Tourism Management*, 2017, 60(6): 166-176.
- [28] Zeithaml V A. Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence [J]. *Journal of Marketing*, 1988, 52(3): 2-22.
- [29] Flint D J, Woodruff R B, Gardial S F. Customer value change in industrial marketing relationships: A call for new strategies and research [J]. *Industrial Marketing Management*, 1997, 26(2): 163-175.
- [30] Kim K, Uysal M, Sirgy M J. How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? [J]. *Tourism Management*, 2013, 36: 527-540.
- [31] 王茜, 苏彦捷. 文化框架的神话: 对个体主义/集体主义、独立/互依自我构念的思考 [J]. *北京大学学报(自然科学版)*, 2006(2): 159-167. [Wang Xi, Su Yanjie. Myth of the most frequently used cultural frames: A critical look at individualism/collectivism and independent/interdependent self-construals. *Acta Scientiarum Naturalium Universitatis Pekinensis*, 2006(2): 159-167.]
- [32] Yang K S. A theoretical and empirical analysis of the Chinese self from the perspective of social and individual orientation [J]. *Indigenous Psychological Research in Chinese Societies*, 2004, 22(12): 11-80.
- [33] Mellou E. Play theories: A contemporary review [J]. *Early Child Development and Care*, 1994, 102(1): 91-100.
- [34] 王佳艺, 胡安安. 主观工作幸福感研究述评 [J]. *外国经济与管理*, 2006, 28(8): 49-55. [Wang Jiayi, Hu An'an. A review of research on subjective well-being at work. *Foreign Economics & Management*, 2006, 28(8): 49-55.]
- [35] Warr P. The measurement of well-being and other aspects of mental health [J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 1990, 63(3): 193-210.
- [36] Rubin K H, Fein G, Vandenberg B. Play [M]// Rubin K H, Bukowski W M, Parker J G. *Handbook of Child Psychology*. New York, USA: Wiley, 1983.
- [37] 拉德克利夫·布朗. 对于中国乡村生活社会学调查的建议 [C]// 北京大学社会学人类学研究所. 社区与功能: 派克、布朗社会学文集及学记. 北京: 北京大学出版社, 2002. [Radcliff-Brown A R. Suggestions for the sociological survey of rural life in China // Institute of Sociology and Anthropology, Peking University. *Community and its function: Collected works and notes on sociology by Parker and Brown*. Beijing, China: Peking University Press, 2002.]
- [38] Lundberg E. The level of tourism development and resident attitudes: A comparative case study of coastal destinations [J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2015, 15(3): 266-294.
- [39] 张圆刚, 黄业坚, 余向洋. 乡村旅游政策变迁影响路径的组态视角研究: 基于黄山案例地的定性比较分析 [J]. *地理科学进展*, 2021, 40(3): 457-467. [Zhang Yuan-gang, Huang Yejian, Yu Xiangyang. Pathway of influence of rural tourism policy change from the perspective of configuration: Qualitative comparative analysis based on Huangshan case study. *Progress in Geography*, 2021, 40(3): 457-467.]
- [40] Ragin C C. Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond [M]. Chicago, USA: University of Chicago

- Press, 2008.
- [41] 汪德根, 王金莲, 陈田, 等. 乡村居民旅游支持度影响模型及机理: 基于不同生命周期阶段的苏州乡村旅游地比较 [J]. 地理学报, 2011, 66(10): 1413-1426. [Wang Deng, Wang Jinlian, Chen Tian, et al. Influence model and mechanism of the rural residents for tourism support: A comparison of rural destinations of Suzhou in different life cycle stages. *Acta Geographica Sinica*, 2011, 66(10): 1413-1426.]
- [42] 李燕琴, 秦如雪, 于文浩. 主人满意还是客人满意? 旅游开发助推乡村振兴的主客价值协同机制 [J]. 西北民族研究, 2022(6): 143-155. [Li Yanqin, Qin Ruxue, Yu Wenhao. Is the host or the guest satisfied? The synergistic mechanism of host and guest values in promoting rural revitalization through tourism development. *Journal of Northwestern Ethnic Studies*, 2022(6): 143-155.]
- [43] World Values Survey. World values survey wave 7 (2017-2022) [EB/OL]. 2022 [2022-10-25]. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>.
- [44] Pan L, Xu X A, Lu L, et al. How cultural confidence affects local residents' well-being [J]. *The Service Industries Journal*, 2021, 41(9/10): 581-605.
- [45] Andereck K L, Nyaupane G P. Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents [J]. *Journal of Travel Research*, 2011, 50(3): 248-260.
- [46] Gursoy D, Jurowski C, Uysal M. Resident attitudes: A structural modeling approach [J]. *Annals of Tourism Research*, 2002, 29(1): 79-105.
- [47] 周玲玲. 网络使用对个人主义和集体主义的影响研究 [D]. 武汉: 华中师范大学, 2015. [Zhou Lingling. The effects of Internet using on collectivism and individualism. Wuhan, China: Central China Normal University, 2015.]
- [48] Eisinga R, Grotenhuis M T, Pelzer B. The reliability of a two-item scale: Pearson, Cronbach, or Spearman-Brown? [J]. *International Journal of Public Health*, 2013, 58(4): 637-642.
- [49] 额尔古纳市统计局. 额尔古纳市第七次全国人口普查公报 [EB/OL]. 2022-05-10 [2022-12-07]. <http://www.eegn.gov.cn/OpennessContent/show/269309.html>. [Statistics Bureau of Ergun City. Bulletin of seventh national population census of Ergun. 2022-05-10 [2022-12-07]. <http://www.eegn.gov.cn/OpennessContent/show/269309.html>.]
- [50] 尚会鹏. 论日本人自我认知的文化特点 [J]. 日本学刊, 2007(2): 95-108. [Shang Huipeng. On the cultural characteristics of Japanese self-cognition. *Japanese Studies*, 2007(2): 95-108.]
- [51] 张明, 杜运周. 组织与管理研究中QCA方法的应用: 定位、策略和方向 [J]. 管理学报, 2019, 16(9): 1312-1323. [Zhang Ming, Du Yunzhou. Qualitative comparative analysis (QCA) in management and organization research: Position, tactics, and directions. *Chinese Journal of Management*, 2019, 16(9): 1312-1323.]
- [52] Fiss P C. Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organization research [J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(2): 393-420.
- [53] Woodside A G. Moving beyond multiple regression analysis to algorithms: Calling for adoption of a paradigm shift from symmetric to asymmetric thinking in data analysis and crafting theory [J]. *Journal of Business Research*, 2013, 66(4): 463-472.
- [54] White L, Lockett A, Currie G, et al. Hybrid context, management practices and organizational performance: A configurational approach [J]. *Journal of Management Studies*, 2021, 58(3): 718-748.
- [55] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. “十四五”文化发展规划 [EB/OL]. 2022-08-16 [2022-12-07]. http://www.gov.cn/zhengce/2022-08/16/content_5705612.htm. [General Office of the CPC Central Committee, General Office of the State Council. Cultural development plan for the 14th Five-Year Plan period. 2022-08-16 [2022-12-07]. http://www.gov.cn/zhengce/2022-08/16/content_5705612.htm.]
- [56] He L. An integrated framework of tourism development and residents' quality of life in tourism destinations in transition in China: A case study of Yangshuo, Guangxi Province [D]. Melbourne, Australia: Victoria University, 2019.
- [57] 赵义良. 中国式现代化的本质意蕴与价值追求 [J]. 中国特色社会主义研究, 2022(1): 5-12, 2. [Zhao Yiliang. The essential implication and value pursuit of Chinese modernization. *Studies on Socialism with Chinese Characteristics*, 2022(1): 5-12, 2.]

Mechanism of change in residents' subjective well-being in rural tourism communities:

The turning point of happiness from the development stage to the consolidation stage

LI Yanqin, SHI Jiawei, LUO Xiangyang

(School of Management, Minzu University of China, Beijing 100081, China)

Abstract: Rural tourism development is an important force to promote the rural revitalization strategy and can realize people's aspiration for a better life and improve their quality of life. Subjective well-being is an important representation of residents' quality of life. This study aimed to explore the formation mechanism of the "turning point of happiness" phenomenon in tourism destinations, and thus provide a scientific guidance for tourism to boost the realization of rural revitalization strategy. Based on the social representations theory and arousal modulation theory, this study selected two villages in the development stage (Enhe Village, Ergun City, Inner Mongolia) and consolidation stage (Shiwei Village, Ergun City, Inner Mongolia) to apply a simultaneous cross-sectional design, and used the fsQCA method to investigate configuration paths of the impact of values and perceived value on residents' subjective well-being. Based on comparison, we found that: From the development stage to the consolidation stage, the subjective well-being of residents in the tourism community showed a downward trend. There were significant differences in the social, cultural, and functional value perceptions of residents in the two places, and there were also significant differences between individualism and horizontal collectivism. Each dimension of perceived value and the values were not the necessary condition for forming residents' high-level subjective well-being. In the development stage (Enhe), the perceived economic and cultural value and horizontal collectivism played a more prominent role in forming residents' high-level subjective well-being. In the consolidation stage (Shiwei), the role of perceived economic and social values and individualism in forming residents' high-level subjective well-being was more prominent. The results show that: 1) Residents' subjective well-being is influenced by both perceived value and values. It is not only stimulated by external tourism impact, but also regulated by residents' internal social representation system. 2) There were differences in the antecedents of residents' subjective well-being between the development stage and the consolidation stage. The driving factors of perceived value changed from "economy + traditional cultural life" to "economy + extroverted social relations", and the effects of horizontal collectivism values weakened in the large enterprises. 3) The "turning point of happiness" resulted from the weakened effect of "material + independent self" on residents' subjective well-being in the first stage, while the "non-material + interdependent self" has not been fully awakened and supported in the second stage. The research holds that creating cultural value resonance core, expanding value co-creation circle, enhancing tourism value function, and following modern value transformation patterns are effective ways to transcend the "turning point of happiness" in tourism village governance.

Keywords: perceived value; values; subjective well-being; tourism area life cycle; turning point of happiness