

Research Paper

Framework of Theories and Models for Promoting A Sense of Well-Being in the Tourism Context: A Systematic Review

Leila Mirghadr¹ , Mehdi Basouli^{*2} , Manouchehr Jahanian³ 

¹ Ph.D. student in the field of Tourism Management, College Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran (L.mirghadr@stu.usc.ac.ir)

² Associate Professor, Tourism Management, College Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran (mehdi.basouli@gmail.com)

³ Assistant Professor, Tourism Management, College Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran (jahanian@usc.ac.ir)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



[10.22080/JTPD.2025.28467.3961](https://doi.org/10.22080/JTPD.2025.28467.3961)

Received:

November 18, 2024

Accepted:

March 15, 2025

Available online:

April 20, 2025

Keywords:

Tourists' well-being, promoting well-being, systematic review

Abstract

Context and Purpose: In recent decades, tourism studies have focused on well-being and prioritized the study of tourists' well-being to develop tourism and create pleasure and meaning. Therefore, to better understand well-being in tourism and improve tourist well-being, the aim of the present study is to identify theories and models for measuring and improving the sense of well-being in the context of tourism, as well as to identify their dimensions and components. **Design/methodology/approach:** This study is a descriptive-analytical type of research and qualitative-applied study. Based on the research objective, using the PRISMA model, 83 articles published in the field of tourism and well-being in Scopus databases were selected for systematic review. In order to examine the theories of well-being involved in tourism, the qualitative content analysis technique was used. **Findings** The most important theories and models include humanistic theories, psychological well-being, self-determination theory, social well-being, the flourishing model, authentic happiness, the PERMA model, DRAMMA, DRAMA, the integrated model of well-being tourism, and transformative experience. **Conclusion:** This study's findings identified the most important models and theories for measuring tourist well-being. PERMA and self-determination models are the most used by researchers. The DRAMA model is the newest model, proposed in 2022. Due to its comprehensiveness, it will be one of the most important topics and models for promoting well-being in tourism, which requires further study. **Originality/value:** Paying attention to the issue of well-being in the context of tourism and identifying theories and models for measuring tourist well-being is considered the innovation and originality of the present study because it seems that this issue has been considered for the first time in domestic sources. Also, based on the studies conducted, foreign sources have not directly addressed this issue. This study's findings can be important for future research to effectively organize the measurement and promotion of tourist well-being.

*Corresponding Author: Mehdi Basouli

Address: Tehran, Ashrafi Esfahani Highway, Qamushi Street, Science and Culture University.

Email: basouli@usc.ac.ir

Tel: 09131545090



Extended Abstract

1. Introduction

Despite the attention researchers have paid to the well-being issue in tourism in the last decade, no comprehensive research has examined models and theories of tourist well-being. This study aims to identify effective models and theories of tourist well-being. Based on this goal, using the Prisma model, 83 articles published in journals in the field of tourism were selected for systematic review. Specifically, this research answers the following questions:

1) What are the models and theories for measuring and promoting a sense of well-being in tourism?

2) What are the components and dimensions of the models and theories for measuring and promoting a tourist's sense of well-being?

2. Research Methodology

To achieve the objectives of the research, the articles on well-being in tourism have been reviewed based on the Prisma model. Related keywords were first identified to identify related articles. In the next step, Scopus was selected as the main database, the initial review was performed using keywords, and similar articles were deleted. In the end, 83 articles published in journals were selected for systematic review after reviewing them individually. Thematic analysis was used in order to identify common areas in studies related to models of well-being in tourism.

3. Research Findings

To identify the theories and models involved in tourists' well-being, the title, abstract, and keyword analysis methods were applied. The results show that the main theories include humanistic theories,

psychological well-being, self-determination theory, social well-being, the flourishing model, authentic happiness, PERMA, DRAMMA, DRAMA, the integrated model of well-being tourism, and transformative experience.

4. Conclusion

Well-being in tourism or well-being tourism is not considered a theory or branch of tourism, but undoubtedly, numerous theoretical backgrounds and models have influenced the formation of this concept and its planning. Considering the expansion of well-being research in tourism, the present study attempts to present a general picture of well-being theories and models in tourism through a systematic review method, thereby contributing to future research trends and streams. After determining the keywords in this field, Scopus was selected as the main database to identify theories and models of well-being in tourism. After extracting the articles, a final 83 articles were examined for systematic review. Based on the research findings, the most important theories and models influential in the field of well-being in tourism are psychological theories of idemonic well-being (including humanistic theories, psychological well-being, self-determination theory, social well-being), the model of authentic happiness, perma and flourishing, the drama model, the drama model, the integrated model of well-being tourism, and the transformative experience model, which were analyzed in this article. Over the years, various models and theories have effectively measured and promoted the sense of well-being of tourists in destinations. The results show that research on the relationship between an individual's tourism experiences and well-being is grounded in psychological

theories and produces results that can help improve the quality of various types of tourism services. Existing studies show that among the existing models, self-determination theory, permaculture, and hedonic and idemonic well-being have been used by many researchers in numerous studies on various types of tourism such as cultural tourism, nature tourism wellness, dark tourism, spiritual tourism, food tourism, senior tourism, and museum context.

Understanding models and theories for measuring and promoting a sense of well-being in tourism and understanding well-being tourism will lead to the growth of tourist well-being studies in Iran, identifying factors affecting the creation of a sense of well-being in tourists, recognizing the needs and expectations of tourists in destinations, and ultimately achieving lasting pleasures and meaning in life. It will improve the decision-making and planning process of administrators, managers, and marketers in the tourism field to create and promote a sense of well-being in tourists, host communities, and employees. It will also help researchers use appropriate and correct models to study tourist well-being in destinations.

Relying on research indexed in a database, limiting the type of document to

articles and the English language may affect the comprehensiveness of the data, and some relevant documents may be ignored. Selecting more criteria, such as different types of articles and book chapters, or using databases such as the Web of Science, can increase the comprehensiveness of the findings. This study extensively reviewed the research literature to enable data interpretation and accurate and complete information. However, due to the large number of studies in the field of well-being measurement, it was not possible to conduct a qualitative content analysis of all the studies. Future research could explore in more depth the models and theories of measuring and promoting well-being in tourism.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.



علمی پژوهشی

چارچوب نظریه‌ها و مدل‌های ارتقا و سنجش حس بهزیستی گردشگر: مرور نظام‌مند

لیلا میرقدر^۱ ID، مهدی باصولی^۲ ID*، منوچهر جهانیان^۳ ID

^۱ دانشجوی دکترا گروه مدیریت گردشگری دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ تهران (l.mirghadr@stu.usc.ac.ir)

^۲ دانشیار گروه مدیریت گردشگری دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ تهران (mehdi.basouli@gmail.com)

^۳ استادیار گروه مدیریت گردشگری دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ تهران (jahanian@usc.ac.ir)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



[10.22080/JTPD.2025.28467.3961](https://doi.org/10.22080/JTPD.2025.28467.3961)

چکیده

زمینه و هدف: در چند دهه اخیر مطالعات گردشگری بر بهزیستی متمرکز شده و بررسی بهزیستی گردشگران را به منظور توسعه گردشگری و ایجاد لذت و معنا اولویت قرار داده است. بنابراین، به منظور شناخت بیشتر بهزیستی در گردشگری و ارتقاء بهزیستی گردشگر، هدف پژوهش حاضر شناسایی نظریه‌ها و مدل‌های سنجش و ارتقاء حس بهزیستی در بستر گردشگری و همچنین شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های آن‌ها است. **روش‌شناسی:** این پژوهش از انواع پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی و یک مطالعه کیفی و کاربردی است. بر مبنای هدف پژوهش، با بهره‌گیری از مدل پریسما، ۸۳ مقاله منتشرشده در حوزه گردشگری و بهزیستی در پایگاه‌های داده اسکوپوس برای مرور نظام‌مند انتخاب شد. به منظور بررسی تئوری‌های بهزیستی دخیل در گردشگری، از تکنیک تحلیل محتوای کیفی استفاده گردید. سپس داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA تحلیل شدند. **یافته‌ها:** مهم‌ترین نظریه‌ها و مدل‌ها شامل نظریه‌های انسان‌گرایانه، بهزیستی روان‌شناختی، نظریه خودتعیین‌گری، بهزیستی اجتماعی، مدل شکوفایی، شادی اصیل، مدل پرما، دراما، درآما، مدل یکپارچه گردشگری بهزیستی، تجربه تحول-آفرین، نظریه خودابرازگری، تناسب خود، گسترش و ساخت، سطح تفسیر و نظریه سرریز است. **نتیجه‌گیری و پیشنهادات:** یافته‌های این پژوهش منجر به شناسایی مهم‌ترین مدل‌ها و نظریه‌های سنجش بهزیستی گردشگر گردید که از این میان، مدل پرم، خودتعیین‌گری، تناسب خود و نظریه خودابرازگری بیشتر توسط محققان استفاده شده و مدل درآما جدیدترین مدلی است که در سال ۲۰۲۲ مطرح شده و به دلیل جامعیت آن، یکی از مهم‌ترین موضوعات و مدل‌های ارتقاء بهزیستی در گردشگری خواهد بود که نیازمند بررسی بیشتر است. **نوآوری و اصالت:** توجه به موضوع بهزیستی در بستر گردشگری و شناسایی تئوری‌ها و مدل‌های سنجش بهزیستی گردشگر، به‌عنوان نوآوری و اصالت پژوهش حاضر قلمداد می‌شود؛ چراکه به نظر می‌رسد این موضوع، برای اولین مرتبه در منابع داخلی مورد توجه قرار گرفته است. همچنین براساس بررسی‌های صورت‌گرفته، منابع خارجی نیز به‌طور مستقیم به این موضوع نپرداخته‌اند. یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌تواند برای سامان‌دهی اثربخش سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر برای تحقیقات آینده حائز اهمیت باشد.

تاریخ دریافت:

۲۸ آبان ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۲۵ اسفند ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۳۱ فروردین ۱۴۰۴

کلیدواژه‌ها:

بهزیستی گردشگر؛ ارتقاء

بهزیستی؛ مرور نظام‌مند

* نویسنده مسئول: مهدی باصولی

آدرس: دانشگاه علم و فرهنگ

ایمیل: Basouli@usc.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۳۱۵۴۵۰۹۰

این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول به راهنمایی و مشاوره نویسنده دوم و سوم در دانشگاه علم و فرهنگ تهران است.

۱ مقدمه

به مفهوم بهزیستی علاقه‌مند شدند و دیدگاه‌های فلسفی‌محور و روان‌شناسی‌محور از بهزیستی در تحقیقات گردشگری ظهور پیدا کرد و استفاده از آن دیدگاه‌ها و نظریه‌ها در بستر گردشگری به طور تصاعدی افزایش یافت. در نتیجه، مدل‌ها و نظریه‌های ارتقا و سنجش بهزیستی در حوزه فلسفه و روان‌شناسی نظیر مدل شادی اصیل، نظریه خودتعیین‌گری و مدل پرما به بستر گردشگری ورود پیدا کرد و جهت ارتقا و سنجش بهزیستی گردشگر مورد استفاده قرار گرفت. از آنجایی‌که احساس بهزیستی یکی از مهم‌ترین پیامدهای غیر اقتصادی گردشگری است (Gretzel & Stankov., 2021; Sirgy & Uysal., 2016)، لذا مطالعات گردشگری در چند دهه اخیر نیز بیشتر بر بهزیستی و ارتقاء آن متمرکز شده‌اند. به گونه‌ای که مدل درآما نیومن و همکاران (۲۰۱۴)، مدل یکپارچه گردشگری بهزیستی (اسمیت و دیکمن، ۲۰۱۷) و مدل درآما توسط قلیپ و همکاران (۲۰۲۲) به‌عنوان مدل‌های مختص ارتقا و سنجش حس بهزیستی گردشگر مطرح گردید. با این حال این مدل‌ها نیز جدا از مدل‌های بهزیستی در فلسفه و روان‌شناسی نیستند.

بررسی پیشینه مطالعات مرور نظام‌مند در حوزه بهزیستی و گردشگری، برای مثال مطالعات مرور سیستماتیک رابطه بین بهزیستی و گردشگری (Konstantopoulou et al., 2024)، مرور سیستماتیک بهزیستی گردشگر سالمند، شادی و رضایت از زندگی (Câmara et al., 2024)، مرور سیستماتیک بررسی ارتباط میان گردشگری میراث، توسعه پایدار و سلامتی و بهزیستی جامعه میزبان (Brooks et al., 2023)، مطالعه (Chang et al., 2022) با محوریت مرور سیستماتیک مطالعات بهزیستی سالمندان در گردشگری، مطالعه (Pocinho et al., 2022) با عنوان بهزیستی و برگشت‌پذیری در گردشگری: بررسی مرور سیستماتیک در طول کووید ۱۹، پژوهش (Vada et

بهزیستی^۱ یک مفهوم کلاسیک از دوران یونان باستان است (Su et al., 2020) و تقریباً به هر جنبه‌ای از زندگی و فعالیت روزمره انسان مربوط می‌شود (Smith & Diekmann, 2017). به گفته الکساندروا (۲۰۱۲)، این پدیده یکی از محبوب‌ترین زمینه‌ها برای تحقیق در ادبیات روان‌شناختی است (Alexandrova., 2012). علاوه بر این، این مفهوم به حوزه‌های فلسفه، جامعه‌شناسی، بهداشت عمومی، اقتصاد و سیاست تعمیم داده شده است (Pyke et al., 2016). بهزیستی عموماً به‌عنوان ارزیابی خوش-بینانه از زندگی توصیف می‌شود (Diener & Seligman., 2004). در مقایسه با مفهوم شادی که عمدتاً بر هدونیسم و تجربیات لذت‌بخش تمرکز می‌کند، بهزیستی حالتی از شادی پایدار است که در آن افراد احساسات مثبت را در کنار حس هدف^۲، مشارکت و توسعه خود تجربه می‌کنند (Ruggeri et al., 2020). بیشتر تحقیقات در مورد بهزیستی، این مفهوم را به دو رویکرد فلسفی هدونیک^۳ و ایدایمونیک^۴ تفکیک کرده‌اند (Lee & Jeong., 2020; Rahman et al., 2018; Voigt et al., 2010). بهزیستی هدونیک شامل لذت، خوشی و راحتی است و بهزیستی ایدایمونیک به معنای زندگی و توسعه شخصی مربوط می‌شود (Smith & Diekmann., 2017; Pyke et al., 2016). علاوه بر این، سلیگمن (۲۰۰۲، ۲۰۱۱) با نظریه شادی اصیل^۵، در رویکرد جدید به مفهوم بهزیستی، عنصر سومی را تحت عنوان تعامل^۶ پیشنهاد کرد.

پارادایم روان‌شناسی مثبت‌گرا، توسط پیرس در سال ۲۰۰۰ در گردشگری ظهور پیدا کرد (Lee & Jeong., 2020) و بر اهمیت دوجنبه بهزیستی هدونیک و ایدایمونیک در انگیزه و تجربه گردشگران تمرکز نمود (Vada et al., 2019). بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد از سال ۲۰۰۰ به بعد، محققان

⁴ Eudaimonic

⁵ Authentic happiness

⁶ Engagement

¹ Well-being

² Sense of purpose

³ Hedonic



۲) مؤلفه‌ها و ابعاد هر کدام از مدل‌ها و نظریه‌ها جهت سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر چیست؟

۲ ادبیات پژوهش

۲.۱ مفهوم بهزیستی در گردشگری

طبق نظر کامارا همکاران (۲۰۲۲) بهزیستی در گردشگری در انواع هدونیا، ایدایمونیا، ذهنی، روان‌شناختی و احساسی تقسیم می‌شوند (Câmara, 2022). محققان گردشگری در ابتدا مفهوم هدونیک را اتخاذ کردند (Nawijn, 2010). با این حال، بعدها، معیارهای بهزیستی گردشگر با ترکیب عناصر هدونیک و ایدایمونیک گسترش یافت (Rahmani et al., 2018). بنابراین، اسمیت و دیکمن (۲۰۱۷) بهزیستی گردشگر را به‌عنوان بهزیستی هدونیک و ایدایمونیک گردشگر تعریف کردند (Smith & Diekmann, 2017). د متر و همکاران (۲۰۲۳) بیان کردند رایج‌ترین تعریف هدونیا در گردشگری عبارت است از لذت و به دنبال آن اجتناب از درد^۱، آسایش^۲، عاطفه مثبت^۳، خوشی^۴، عاطفه منفی کم^۵ و بی‌خیالی^۶ (Demeter et al., 2023). رایج‌ترین تعریف از ایدایمونیا در گردشگری، معنای زندگی و رشد شخصی است و پس از آن، تحقق خود واقعی فرد^۷، اصالت^۸، شکوفایی^۹، ارتباط با خود^{۱۰}، ابراز وجود^{۱۱}، خودشکوفایی^{۱۲}، تعامل^{۱۳} و ارتباط اجتماعی^{۱۴} می‌باشد (Filep et al., 2024). از آنجایی که تعریف هدونیا با لذت حسی^{۱۵} مرتبط است (Huta & Waterman., 2014)، عاطفه یا احساسات مثبت مفهوم اصلی تجربیات هدونیک می‌باشد. علاوه بر این، عاطفه منفی، نیز می‌تواند به طور مستقل یا هم‌زمان همراه

(al., 2022) در خصوص مرور سیستماتیک روان‌شناسی مثبت‌گرا و بهزیستی گردشگر، همچنین مرور سیستماتیک روان‌شناسی مثبت‌گرا و گردشگری (Garcês et al., 2018)، مرور سیستماتیک گردشگری تاریک و بهزیستی (Magano et al., 2023)، حاکی از آن است که هیچ مطالعه‌ای تاکنون به شناسایی مدل‌ها و نظریه‌های ارتقا و سنجش بهزیستی گردشگر نپرداخته است. بنابراین، پرداختن به این موضوع که ماهیت بهزیستی در گردشگری چیست و به چه روش‌هایی قابلیت بررسی و سنجش دارد، موضوعی است که به شکل متمرکز در پژوهش‌ها به آن پرداخته نشده و به‌عنوان یک شکاف مطالعاتی مطرح است. آن چه از بررسی ادبیات و چگونگی ماهیت بهزیستی در گردشگری به دست می‌آید، ضرورت تحلیل و واکاوی نظریه‌ها و مدل‌های سنجش و ارتقاء بهزیستی گردشگر را روشن می‌سازد. بنابراین نیاز به شناسایی تئوری‌ها و مدل‌های بهزیستی در گردشگری که تاکنون در توسعه ماهیت، مفهوم، سنجش و ارتقاء بهزیستی گردشگر مؤثر بوده است، مسیر مناسبی را برای درک بهتر مفهوم ارتقاء بهزیستی در گردشگری و سنجش آن مشخص می‌کند. بر همین اساس هدف پژوهش پیش رو، شناسایی نظریه‌ها و مدل‌هایی از بهزیستی بر اساس مطالعات پیشین است که در توسعه مفهوم، سنجش و ارتقاء بهزیستی گردشگر نقش داشته است. بنابراین پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

۱) مدل‌ها و نظریه‌های سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر کدام‌اند؟

⁹ Flourishing

¹⁰ Self-connectedness

¹¹ Self-expression

¹² Self-actualization

¹³ Engagement

¹⁴ Social connectedness

¹⁵ Sensory gratification

¹ Avoidance of pain

² Comfort

³ Positive affect

⁴ Enjoyment

⁵ Low negative affect

⁶ Carefreeness

⁷ Realization of one's true self

⁸ Authenticity

(Land & Michalos.,2018) و بهزیستی هدونیک (Garcês et al.,2018) و شادی به جای یکدیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند. در چند سال اخیر، برخی مطالعات (Dillette et al, 2019; Neuhofer et al, 2020) تجربه تحول‌آفرین^۳ را به‌عنوان بهزیستی در نظر گرفتند. همچنین در میان مطالعات صورت‌گرفته، پژوهش (Bosangit et al, 2015;) و پژوهش (Chirakranont & Sakdiyakorn, 2022; Wilson & Harris, 2006)، تجربه معنادار^۴ را به‌عنوان بهزیستی ایدایمونیک در نظر گرفته‌اند. بنابراین، بررسی ادبیات تحقیق تعاریف واژه بهزیستی نشان می‌دهد که علی‌رغم علاقه روزافزون محققان گردشگری به ایدایمونیا و هدونیا، عدم توافق در مورد مفهوم‌سازی و عملیات‌سازی این واژه‌ها همچنان باقی است. همچنین بنا بر بررسی‌های صورت‌گرفته، مفاهیم موجود در زمینه بهزیستی در گردشگری را می‌توان در ۷ مقوله بهزیستی هدونیک، بهزیستی ایدایمونیک، بهزیستی ذهنی، بهزیستی روان-شناختی، کیفیت زندگی، تجربه تحول‌آفرین و تجربه معنادار دسته‌بندی کرد که در مطالعات مختلف به جای واژه بهزیستی گردشگر یا برای سنجش آن استفاده شده‌اند.

۳ روش‌شناسی پژوهش

تاکنون پژوهش‌های مشابهی به لحاظ تشخیص نظریه‌ها و مدل‌های بهزیستی و سنجش آن در گردشگری صورت نگرفته و این پژوهش می‌تواند به‌عنوان مبنای علمی جهت برنامه‌ریزی گردشگری در مقاصد مختلف به‌ویژه جاذبه‌های گردشگری به کار گرفته شود. براساس اهداف پژوهش و بر مبنای مدل پریسما (نمودار ۱) مطالعات انجام‌شده در حوزه بهزیستی در گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور شناسایی مقالات انجام‌گرفته پس از شناسایی کلمات کلیدی مرتبط با موضوع، اسکوپوس^۵ به‌عنوان پایگاه داده‌های اصلی انتخاب

با احساسات مثبت رقم بخورد (Diener et al., 2010). بی‌خیالی به معنای احساس رهایی از نگرانی و ناراحتی است (Huta.,2016). از مطالعات بررسی‌شده، پژوهش‌های (Ewert et al.,2020; Lee & Jeong.,2020,2021; Yu et al., 2021) روشنی از هدونیک و ایدایمونیک ارائه کرده‌اند. در این مطالعات، هدونیا به‌عنوان عاطفه مثبت زیاد، عاطفه منفی کم و بی‌خیالی (Lee & Jeong.,2020) یا به‌عنوان لذت‌جویی و راحتی (Ewert et al., 2020; Lee & Jeong.,2021) تعریف شده و ایدایمونیا به‌عنوان ابراز خود و خودآگاهی^۱ (Ewert et al.,2020)، به معنای، اصالت، برتری، و رشد (Lee & Jeong.,2021) یا خودمحوری و احساس موفقیت (Lee & Jeong.,2020) تعریف شده است. با توجه به اینکه ایدایمونیک موضوعی بسیار پیچیده است و به منظور اجتناب از تفسیر آن به‌عنوان هر چیز غیر لذت‌بخش (غیر هدونیک) (Huta & Waterman., 2014)، برخی محققان نظیر لی و جئونگ (۲۰۲۱) چهار متغیر را برای نشان دادن تجربه ایدایمونیک انتخاب کردند: (۱) معنا، (۲) ارتباط با خود، (۳) احساس موفقیت و (۴) بیان شخصی و چهار متغیر (۱) عاطفه مثبت، (۲) عاطفه منفی (کم)، (۳) بی‌خیالی و (۴) لذت هدونیک را برای نشان‌دادن تجربه هدونیک بیان کردند (Lee & Jeong.,2021). گارسس و همکاران (۲۰۱۸) بهزیستی روان‌شناختی را همان بهزیستی ایدایمونیک معرفی می‌کنند (Garcês et al.,2018) و ریف (۱۹۸۹) بهزیستی روان‌شناختی را شامل دو بعد هدونیا و ایدایمونیا می‌داند (Ryff, 1989). و در همین راستا ریف و سینگر (۲۰۰۶) خودمختاری، تسلط بر محیط، هدف زندگی، ارتباطات مثبت، رشد شخصی و تأکید خود را ۶ بعد بهزیستی روان‌شناختی مطرح می‌کنند (Ryff & Singer.,2006). بهزیستی ذهنی^۲ که دارای ابعاد رضایت از زندگی، عاطفه مثبت و منفی است، گاهی اوقات با واژه بهزیستی و کیفیت زندگی

³ Transformative experience

⁴ Meaningful experience

⁵ Scopus

¹ Self-realization

² Subjective well-being



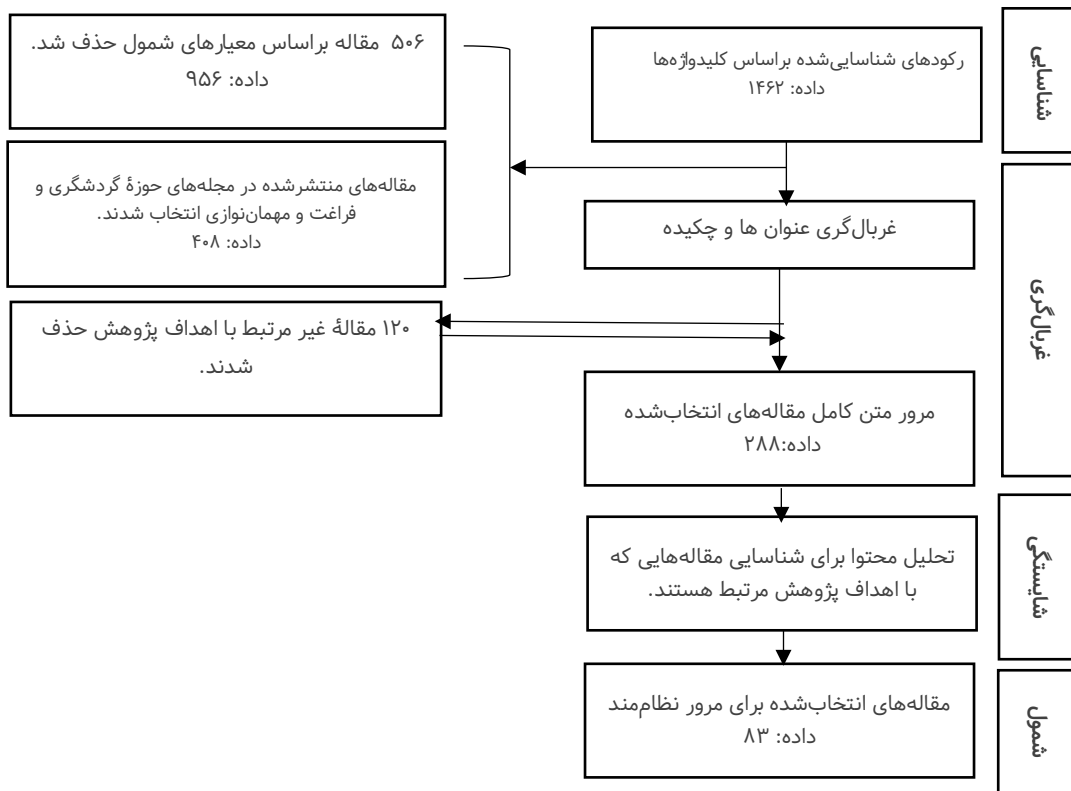
مختلف گردشگری بوده و شناسایی مدل‌های سنجش بهزیستی در بخش هتل یا جامعه محلی در زمره اهداف این پژوهش نبوده است. ضمن اینکه با جست‌وجوی واژه گردشگری مقالات مرتبط با این حوزه‌ها نیز نمایه می‌شد؛ ولی با توجه به اینکه جزء اهداف نبود، هنگام بررسی عنوان و یا چکیده، مقالات حذف گردیدند. بر اساس این، ۱۴۶۲ رکورد بازیابی شد که با اعمال معیارهای شمول ۹۵۶ مقاله باقی ماند. با محدودکردن رکودها به مقاله‌هایی که در مجله‌های حوزه گردشگری، فراغت و مهمان‌نوازی بودند، ۴۰۸ مقاله انتخاب شد. پس از مرور عنوان‌ها ۶۷ مقاله و با بررسی چکیده‌ها ۵۳ مقاله غیر مرتبط با هدف پژوهش حذف و ۲۸۸ مقاله باقی ماند. با مطالعه متن ۲۸۸ مقاله، در نهایت، ۸۳ مقاله که به‌وضوح از چارچوب‌های نظری و مدل‌های بهزیستی در گردشگری جهت سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر استفاده کرده بودند، تجزیه و تحلیل شدند (شکل ۱).

شدند و با استفاده از کلمات کلیدی بررسی اولیه صورت پذیرفت. دلیل انتخاب اسکوپوس این است که نسبت به پایگاه وب آف ساینس^۱ بازه زمانی وسیع‌تری را در بر می‌گیرد (Emich et al., 2020) و پوشش گسترده‌تری از مجله‌های حوزه گردشگری دارد (Lin & Rasoolmanesh., 2022; Shekari, 2023). روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند است. بازه زمانی جست‌وجوی مقالات بین سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۴ انتخاب گردید چراکه از سال ۲۰۰۰ توسط پیرس، مبحث روان‌شناسی مثبت‌گرا و به دنبال آن بهزیستی وارد مطالعات گردشگری شده است. براساس راهبرد جست‌وجوی تدوین شده (جدول ۱)، مقاله‌هایی که واژه‌های زیر را در عنوان یا چکیده داشتند، انتخاب شدند. از بین واژگان مرتبط با گردشگری و بخش‌های مرتبط با آن، واژه گردشگری انتخاب شد؛ چراکه هدف مطالعه حاضر، شناسایی نظریه‌ها و مدل‌های بهزیستی گردشگر در مقاصد گردشگری و جاذبه‌های گردشگری در انواع

جدول ۱. راهبرد جست‌وجو

Scopus	پایگاه اطلاعات
tourism, OR hedonic AND wellbeing, OR eudiamonic AND wellbeing, OR subjective AND wellbeing, OR psychological AND wellbeing	کلیدواژه‌ها
Title, Abstract, Keyword	زمینه جست‌وجو
از ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۴	سال
Document type: Article Source: Journal Language: English Journals: In the field of tourism, Hospitality or Leisure	معیارهای شمول
- سایر مقاله‌ها به جز مقاله‌های چاپ‌شده در مجله‌های حوزه گردشگری و اوقات فراغت - مرتبط نبودن با اهداف پژوهش براساس بررسی چکیده و متن کامل مقاله - استفاده نکردن از نظریه یا مدل بهزیستی به منظور سنجش آن بر اساس بررسی متن کامل مقاله - عدم دسترسی به متن کامل مقاله	معیارهای عدم شمول

^۱ Web of science



شکل ۱. بررسی مطالعات انجام‌شده در زمینه نظریه‌ها و مدل‌های سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر(مدل پریسما)
(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳)

سپس مقالاتی که در راستای هدف مقاله نبودند، حذف گردیدند. برای مثال مقالاتی که در عنوان یا چکیده آن‌ها کلماتی چون هتل، جامعه محلی و کارمندان بود، حذف شدند. پس از آن مقالاتی که از فیلترها رد شدند (در جدول ۱ اشاره شده) متن کامل آن‌ها مطالعه گردید تا اطلاعات کامل در خصوص نظریه‌ها و مدل‌ها گردآوری شود. بررسی‌ها براساس تحلیل محتوای کیفی نشان داد که نظریه‌ها و مدل‌های اصلی و عمده بهزیستی در بستر گردشگری شامل نظریه‌های روان‌شناختی بهزیستی ایدایمونیک است که شامل نظریه‌های انسان-گرایانه، بهزیستی روان‌شناختی، نظریه خودتعیین‌گری یا خودمختاری، بهزیستی اجتماعی می‌باشد. همچنین از ترکیب چهار سنت فلسفی بهزیستی یعنی بهزیستی هدوینا، ایدایمونیا، روان‌شناختی و اجتماعی، مدل‌های بهزیستی تحت عنوان مدل

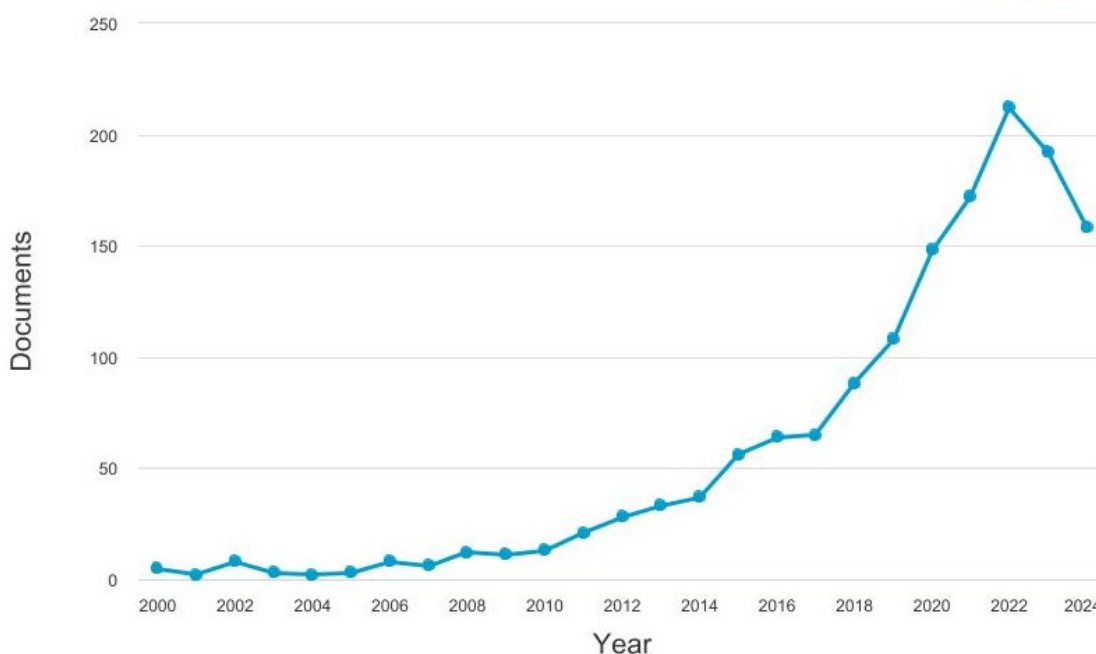
۴ یافته‌ها و بحث

در راستای رسیدن به اهداف پژوهش، مقالاتی که در مورد بهزیستی گردشگر به انجام رسیده، مورد بررسی قرار گرفت. بازه زمانی مطالعاتی که مرور شدند ۲۰۲۴-۲۰۰۰ را در بر می‌گرفت. بیشترین تعداد مقالات به ترتیب متعلق به سال‌های ۲۰۲۲، ۲۰۲۳ و ۲۰۲۱ بود (شکل ۲). شکل‌های ۳ و ۴ سایر اطلاعات کتاب‌شناختی مقاله‌های مورد بررسی شامل نویسندگان، وابستگی سازمانی را نشان می‌دهد. به منظور شناسایی نظریه‌ها و مدل‌های اصلی بهزیستی دخیل در گردشگری، ابتدا از روش تحلیل عنوان، چکیده و کلیدواژه‌ها استفاده شد. تحلیل کلمات کلیدی نه تنها می‌تواند در شناسایی حوزه‌های اصلی تمرکز پژوهش‌گران مفید باشد، بلکه می‌تواند به تعیین روندهای یک حوزه مطالعاتی نیز کمک کند (Hu et al., 2018; Pourjahan et al., 2022).

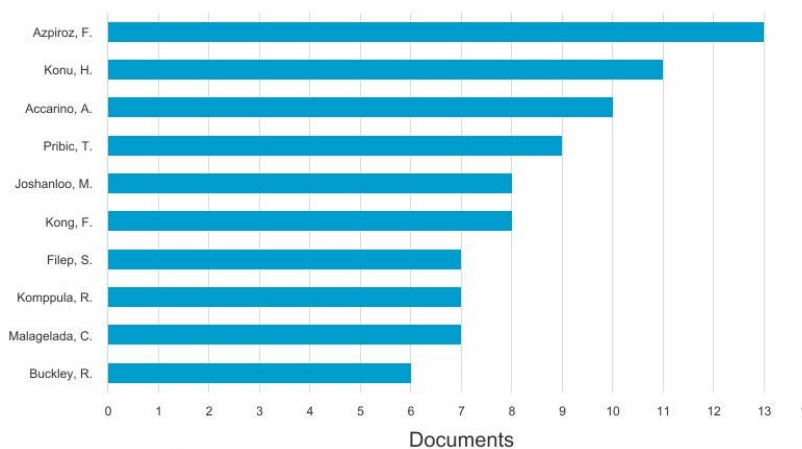


همچنین مدل یکپارچه گردشگری بهزیستی توسط اسمیت و دیکمن (۲۰۱۸) و مدل تجربه تحول‌آفرین نیز ارائه شد. لازم به ذکر است برخی نظریه‌های روان‌شناسی نظیر نظریه خودابرازگری، نظریه تناسب خود، نظریه سطح تفسیر و نظریه سرریز در مطالعات بهزیستی گردشگر نیز مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در ادامه هر کدام از رویکردها به تفکیک بررسی شده‌اند.

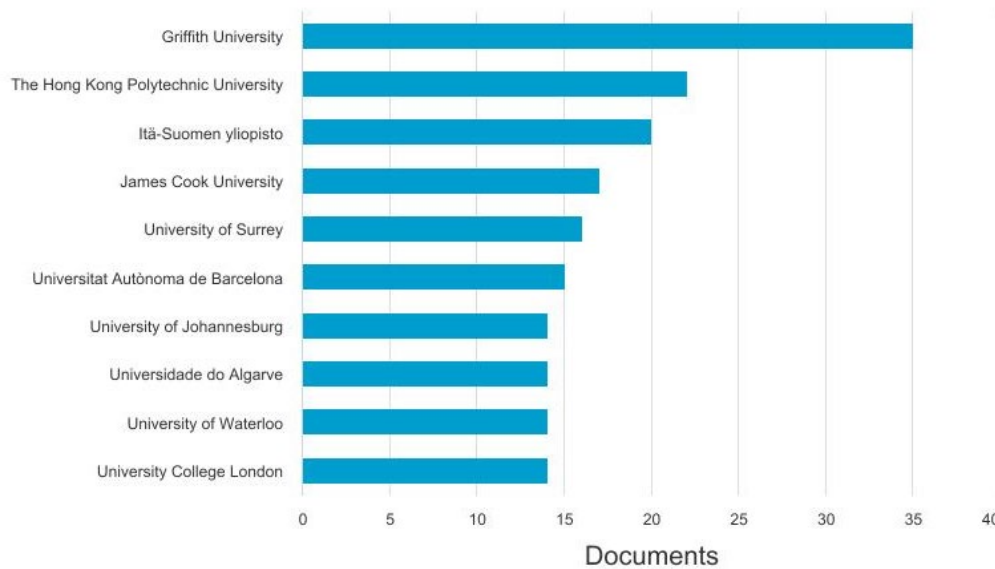
شادی اصیل، پرما و خودشکوفایی مطرح شدند. پس از آن به دلیل جامع‌نبودن مدل‌های پیشین در سال ۲۰۱۴ نیومن و همکاران مدل دراما و فیلیپ و همکاران در سال ۲۰۲۴ مدل درآما را طراحی و مطرح کردند. بنابراین می‌توان گفت حاصل ترکیب چهار سنت فلسفی بهزیستی غیر از مدل‌های شادی اصیل، خودشکوفایی و پرما، مدل دراما و درآما نیز می‌باشد که در بستر گردشگری جهت بررسی و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر استفاده می‌شود.



شکل ۲. روند مقالات مرتبط با بهزیستی در گردشگری از ۲۰۰۰-۲۰۲۴ (منبع اسکوپوس)



شکل ۳. اصلی‌ترین نویسندگان براساس تعداد مقاله‌ها (منبع: اسکوپوس)



شکل ۴. اصلی‌ترین مؤسسه‌ها براساس تعداد مقاله‌ها (منبع: اسکوپوس)

و مثبتی را احساس می‌کنند. تجربهٔ اوج در گردشگری به این معنی است که عواملی وجود دارد که بر نیازهای ذاتی گردشگران به‌عنوان مثال نیاز به استقلال، شایستگی و ارتباط در طول سفر نسبت به قبل از سفر یا پس از سفر تأثیر مثبتی دارد (Filep & Laing, 2019). مشابه مفهوم مازلو از تجربیات اوج^۲، سیگزنت میهالی (۱۹۹۱) نظریهٔ شیفتگی^۳ را مطرح کرد. تجربهٔ شیفتگی احساس ذهنی مثبتی است که در آن فرد با سطحی از مهارت با تمرکز کامل غرق در فعالیتی چالش‌برانگیز می‌شود. وضعیت شیفتگی به طور خاص تجربه‌ای را توصیف می‌کند که در آن افراد، خودآگاهی خود را کنار می‌گذارند و توجه کامل خود را به خود فعالیت اختصاص می‌دهند، بنابراین، آن‌ها کنترل کامل بر فعالیت‌های خود و محیط دارند (Hsu & Lu, 2004). طبق گفتهٔ سیگزنت میهالی (۲۰۰۸) لذت حاصل از فعالیت، انگیزش درونی برای انجام فعالیت و درگیری کامل در فعالیت از جنبه‌های مهم تجربهٔ شیفتگی می‌باشند (Stebbins, 2018). تجربهٔ شیفتگی بخش مهمی از بهزیستی است؛ زیرا می‌تواند از افراد در برابر حالات منفی محافظت کند

در ادامه، پاسخ به هدف اول پژوهش، شناسایی مدل‌ها و نظریه‌های ارتقا و سنجش بهزیستی گردشگر به طور مفصل شرح داده شده است.

۴٫۱ نظریه‌ها و مدل‌های بهزیستی در بستر گردشگری

۴٫۱٫۱ نظریه‌های روان‌شناختی بهزیستی ایدایمونیک

۴٫۱٫۱٫۱ نظریه‌های انسان‌گرایانه^۱

نظریه‌های انسان‌گرایانهٔ بهزیستی بر آگاهی از نیازهای انسان، انتخاب فردی و مسؤولیت در برآوردن این نیازها و اهمیت عزم فردی برای ایجاد یک زندگی معنادار تأکید می‌کنند. آبراهام مازلو (۱۹۶۸) که بنیان‌گذار روان‌شناسی انسان‌گرا تلقی می‌شود، اصطلاح خودشکوفایی را ابداع و به‌عنوان نیاز نهایی در «سلسله‌مراتب نیازها» مطرح نمود. خودشکوفایی شامل انتخاب‌هایی براساس رشد، خودآگاهی و پذیرفتن مسؤولیت اعمال خود است. علاوه بر این، خودشکوفایی مستلزم تجربه‌های اوج است، رویدادهایی که در آن افراد احساسات شدید

³ Flow experience

¹ Humanistic theories

² Peak experience

(et al, 2018). ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) تجربه شیفتگی را با چهار بعد، یعنی کنترل، متمرکز شدن، کنجکاو و علاقه ذاتی ارزیابی کردند (Zhang, 2021). کاراساکال و آلبایراک (۲۰۲۲) سه بعد متمرکز شدن، احساس تحول زمان و از دست دادن خودآگاهی را بررسی کردند (Karasakal & Albayrak, 2022). به طور مشابه، کونمینگ و همکاران (۲۰۱۷) خاطر نشان کردند که تجربه شیفتگی در طول تعطیلات عمدتاً با توجه بر تمرکز، احساس تحول زمان و از دست دادن خودآگاهی حاصل می‌شود (Qunming et al, 2017).

انسان‌گرایان به دلیل پیشنهاد مفاهیمی که تعریف و سنجش آن‌ها دشوار بود، مورد انتقاد قرار گرفتند. در نتیجه، نظریه‌پردازان نسل دوم بهزیستی ایدایمونیک، تعاریف و ارزیابی‌هایی ارائه کردند که شامل سه تئوری معاصر ایدایمونیک در مورد بهزیستی، تحت عنوان بهزیستی روان‌شناختی، نظریه خودتعیین‌گری و بهزیستی اجتماعی است که در ادامه شرح داده می‌شود.

۴.۱.۱.۲ بهزیستی روان‌شناختی^۱

کارول ریف در دهه ۱۹۸۰ از مقیاس بهزیستی روان‌شناختی به‌عنوان ابزاری برای اندازه‌گیری بهزیستی روانی افراد استفاده کرد (Młynkowiak - Stawarz., 2023). از نظر ریف (۱۹۸۹؛ ۲۰۱۳؛ ۲۰۱۷)، ایدایمونیا شش بعد را ارزیابی می‌کند: (۱) پذیرش خود (خودشکوفایی و عملکرد مطلوب، شناخت، دوست داشتن)، (۲) روابط مثبت با دیگران (اعتماد، همدلی، همذات‌پنداری با دیگران، و صمیمیت)، (۳) خودمختاری (احساس استقلال و تنظیم رفتار)، (۴) تسلط بر محیط (ایجاد محیطی متناسب با شرایط روحی و روانی. یعنی توانایی انتخاب و ایجاد محیط‌های مناسب برای رشد با استفاده از توانایی فرد برای کنترل عوامل داخلی و خارجی)، (۵) هدف در زندگی (درک هدف و اهداف زندگی)، (۶) رشد شخصی (توانایی رشد، بالفعل

(Csikszentmihalyi, 1990). همچنین به‌عنوان یک شاخص حیاتی برای درک اینکه چگونه یک فرد به یک وضعیت روانی مثبت، مانند لذت و بهزیستی می‌رسد، در نظر گرفته می‌شود (Chang, 2014).

تجربه شیفتگی در بخش گردشگری و سفر نیز مطرح شده، زیرا بسیاری از انواع خدمات یا فعالیت‌ها در این بخش به گردشگران اجازه می‌دهد تا کاملاً درگیر و هیجان‌زده شوند (Brunner-Sperdin et al., 2012). اعتقاد بر این است که تجربه شیفتگی بهترین تجربه‌ای است که گردشگران در فعالیت‌های گردشگری دنبال می‌کنند (Csikszentmihalyi, 1975a). بنابراین، تحقیقات قابل توجهی در گردشگری بر تجربه شیفتگی متمرکز شده‌اند. این مطالعات را می‌توان به دو دسته طبقه‌بندی کرد. اولین گروه از مطالعات بر روی فعالیت‌های گردشگری ماجراجویانه، مانند پاراگلایدر، رفتینگ، اسکی، پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری تمرکز دارد. گروه دوم مطالعات درباره تجربیات عمومی گردشگری است. سیگزنت میهالی (۱۹۹۷) ۹ بعد تجربه شیفتگی را مطرح نمود که هرکدام از این ابعاد در پژوهش‌های مختلف جهت اندازه‌گیری شیفتگی گردشگر استفاده شده است. ابعاد شامل چالش-مهارت، اهداف روشن، بازخورد بدون ابهام، متمرکز شدن، ادغام عملکرد- آگاهی، از دست دادن خودآگاهی، احساس کنترل، احساس تحول زمان و احساس مشوق درونی است. لازم به ذکر است که بررسی‌های صورت‌گرفته نشان می‌دهد که محققان حوزه گردشگری در پژوهش‌های خود از همه ۹ بعد استفاده نکرده‌اند. به‌عنوان مثال، وو و چانگ (۲۰۰۵)، از دو بعد احساس تحول زمان و لذت در تعیین تجربه شیفتگی استفاده کردند (Wu and Chang, 2005). لی و براون (۲۰۰۶) کنجکاو و تفکیک زمان را به‌عنوان ابعاد شیفتگی در نظر گرفتند (Li and Browne, 2006). درحالی‌که در مطالعه جئون و همکاران (۲۰۱۸) چهار بعد استفاده شده است: لذت، متمرکز شدن، احساس تحول زمان و کنترل (Jeon

¹ Psychological well-being

دهند، مناسب است (Buzinde., 2020). در این نظریه، شایستگی^۲ (توانایی داشتن دانش یا مهارت-های کافی در فعالیت‌های انتخاب شده و احساس اثربخشی و کارآمدی در فعالیت)، استقلال یا خودمختاری^۳ (داشتن انتخاب و کنترل بر رفتار در جهت اهداف و پاداش‌های درونی) و ارتباط^۴ (احساس تعلق که فرد به دیگران دارد) به‌عنوان سه نیاز فطری و اساسی روان‌شناختی است که برای بهزیستی مطلوب ضروری است (Gagné & Deci., 2005).

در حوزه گردشگری پژوهش‌های متعددی نظیر (Vada et al, 2023; Scannell & Gifford, 2010; Berno & Ward, 2005; Rittichainuwat et al, 2003; Hidalgo & Hernandez, 2001) از نظریه خودتعیین‌گری جهت بررسی بهزیستی گردشگر و تمایل به بازدید مجدد او صورت گرفته است. یافته‌ها نقش مهم خودمختاری یعنی آزادی انتخاب بدون فشار خارجی را برای بازگشت چندباره به همان مقصد تأیید می‌کنند. همچنین وقتی بازدیدکنندگان احساس کنترل بر رفتار خود می‌کنند، باعث می‌شود احساس آزادی کنند و در نتیجه به سمت فعالیت‌های معنادار و ارزشمند حرکت کنند که این منجر به بهزیستی ذهنی، سرزندگی و عزت نفس می‌شود (Vada et al, 2023). همچنین لوناردو و پونسینیون (۲۰۲۰) دریافتند که بازدیدکنندگانی که در طول یک بازدید، استقلال را درک می‌کنند، تمایل دارند تا خود را در تجربه غوطه‌ور کنند و این بر رضایت آن‌ها تأثیر می‌گذارد (Lunardo & Ponsignon, 2020). یافته‌ها همچنین نقش ارتباط در دستیابی به نتایج مثبت عاطفی از سفر و تمایل به بازدید مجدد به مقصد را نشان می‌دهد. این نشان‌دهنده تأثیر ارتباطات اجتماعی و محیط اجتماعی بر بهزیستی گردشگران است (Vada et al, 2023). یافته‌های مطالعات در حوزه گردشگری همچنین نشان می‌دهد که شایستگی از طریق آشنایی و آگاهی در مورد

شدن، و گشودگی به تجربه) (Câmara., 2022). بنابراین، مفهوم ریف از بهزیستی، بهزیستی کامل جسمانی، روانی و اجتماعی است و با مفروضات روان‌شناسی مثبت‌گرا سازگار است و زندگی خوب، رضایت و ویژگی‌های شخصیت رشدیافته را ایجاد می‌کند (Seligman et al., 2005). همچنین از سنت فلسفی ارسطو الهام می‌گیرد که براساس آن شادی به‌عنوان ایدایمونیا (Ryff., 2017)، تحقق پتانسیل یک فرد تعریف می‌شود، برخلاف زمینه هدونیستیک بهزیستی که شادی را به‌عنوان تجربه لذت و رضایت می‌داند. در زمینه تحقیقات بهزیستی روان‌شناختی، رویکرد هدونیسم به‌عنوان سنجش بهزیستی ذهنی مطرح می‌شود (Diener., 2000). تحقیقات متعددی وجود دارد که از اعتبار و اثربخشی این مدل شش عاملی بهزیستی در پیش‌بینی و افزایش بهزیستی فردی حمایت می‌کند (Lambert et al., 2015). در مطالعات گردشگری نیز از ابعاد بهزیستی روان‌شناختی ریف جهت بررسی بهزیستی گردشگر استفاده شده است که در این میان می‌توان به پژوهش (Lengieza et al., 2019; kim et al., 2020; Młynkowiak-Stawarz, 2023) اشاره کرد.

۴،۱،۱،۳ نظریه خودتعیین‌گری یا خودمختاری^۱
نظریه خودتعیین‌گری که توسط رایان و دسی در سال ۲۰۰۰ به‌عنوان مدلی از ایدایمونیا ابداع شد (Lambert., 2015)، یک نظریه گسترده در مورد رشد و سلامتی انسان است که انسان را ذاتاً به سمت تسلط بر محیط خود و ادغام تجربیات جدید سوق می‌دهد (Deci & Ryan., 2012; Ryan., 2009). نظریه خودتعیین‌گری، شادی را به‌عنوان یک هدف به خودی خود نمی‌بیند، بلکه به‌عنوان یک ورودی برای عملکرد کامل‌تر نگاه می‌کند (Sheldon & Lucas., 2014). به این ترتیب، این نظریه به‌عنوان یک چارچوب در سطح جهانی پیشنهاد شده که برای شناسایی شرایطی که بهزیستی را ارتقا می-

³ Autonomy

⁴ Relation

¹ Self-Determination Theory (SDT)

² Competence



(Wellness Tourism Worldwide, 2011). تحقیقات همچین نشان می‌دهد که فعالیت‌های اوقات فراغت مانند گردشگری، حمایت اجتماعی را فراهم و محیط لازم را برای ایجاد روابط نزدیک و دوستی تقویت می‌کند (Nawijn & Veenhoven, 2011). گردشگری فضایی را فراهم می‌کند که در آن فرد می‌تواند خود را توسعه دهد و سطح بالایی از عزت نفس را تجربه کند (McCabe & Johnson, 2013). مطالعات حاضر موضوعاتی نظیر تأثیرات فیزیولوژیکی، روان‌شناختی، اجتماعی و معنوی گردشگری اجتماعی را بر سلامت و بهزیستی افراد (Morgan et al, 2015) دنبال می‌کنند.

۴٫۱٫۲ ترکیب چهار سنتی فلسفی بهزیستی

نظریه‌های هدونیک و نظریه‌های ایدایمونیک بهزیستی به خودی خود خطاهایی دارند (Carlisl et al., 2009) و به‌تنهایی درک کاملی از بهزیستی را ارائه نمی‌دهند. بنابراین، توصیه شد که هنگام بررسی و ارزیابی بهزیستی از هر دو رویکرد هدونیک و ایدایمونیک استفاده شود (Henderson & Knight., 2012). بنابراین برای رفع این شکاف، چهار سنت فلسفی که در فوق ذکر شد با یکدیگر ترکیب و مدل‌های شادی اصیل و پرما مطرح شدند. بعدها مدل درامای نیومن و همکاران (۲۰۱۴) و مدل درآما در سال ۲۰۲۴ توسط فیلیپ و همکاران نیز مطرح شد.

۴٫۱٫۲٫۱ شکوفایی‌ی‌ا مدل جامع سلامت روان

کییز (۲۰۰۲) اصطلاح شکوفایی را برای اشاره به وضعیت سلامت کامل روان پیشنهاد کرد. به طور خاص، شکوفایی نه‌تنها شامل شواهد مثبتی از عملکرد سالم است (به‌عنوان مثال، احساس خوب و عملکرد خوب)، بلکه نشان‌دهنده فقدان آسیب-شناسی روانی است (Keyes., 2002). کییز (۲۰۰۲) استدلال کرد که برای سلامت روانی به ترکیبی از بهزیستی عاطفی، روانی و اجتماعی نیاز است. او

مقصد بر بهزیستی تأثیر می‌گذارد (Sheldon & Lyubomirsky, 2012). طبق نظر دولینکار و همکاران (۲۰۱۲)، شایستگی به لذت، شادی و بهزیستی گردشگران کمک می‌کند (Dolnicar et al., 2012). طبق نظر بازینده (۲۰۲۰)، افراد زمانی که درگیر فعالیت‌های چالش‌برانگیز مانند یادگیری حقایق جدید یا کسب مهارت‌های جدید در یک مقصد می‌شوند، شایستگی را تجربه می‌کنند (Buzinde, 2020). پژوهش تال و هادسون (۲۰۱۹) نیز ارتباط بین شایستگی بیشتر و بهزیستی روانی مسافران را در گردشگری تندرستی نشان داد (Thal & Hudson 2019).

۴٫۱٫۱٫۴ بهزیستی اجتماعی

یکی دیگر از شاخص‌های مهم ایدایمونیا، بهزیستی اجتماعی است. اینکه فرد چقدر در زندگی اجتماعی خود خوب عمل می‌کند و کیفیت روابط فرد با افراد دیگر، محله و جامعه را در نظر می‌گیرد (Keyes & Shapiro., 2004). بهزیستی اجتماعی شامل، این پنج بعد است: یکپارچگی^۱، مشارکت^۲، انسجام^۳، بالفعل شدن^۴ و پذیرش^۵ (Keyes., 1998).

در مطالعات گردشگری، بهزیستی اجتماعی و گردشگری اجتماعی گاهی به جای یکدیگر استفاده شده‌اند؛ چراکه گردشگری این فرصت را برای افراد فراهم می‌کند که افراد با درآمد، سطوح تحصیلات و موقعیت اجتماعی مختلف مخلوط شوند و در عین حال در مورد فرهنگ‌های مختلف بیاموزند و از این طریق به توسعه فردی و اجتماعی دست یابند (Minnaert et al, 2009). علاوه بر این، گردشگری به افراد این شانس را می‌دهد که روش‌های مختلف زندگی را درک کنند و دانش جدیدی از جمله دانش مربوط به فرهنگ و تاریخ را به دست آورند. این نوع یادگیری به آگاهی کلی از انسانیت کمک می‌کند و به افراد کمک می‌کند تا نقش خود را در جامعه درک کنند و به بهزیستی اجتماعی و فکری آن‌ها کمک کند

⁴ Actualization

⁵ Acceptance

⁶ Flourishing

¹ Integration

² Contribution

³ Coherence

سوم، معنا، به‌شدت با دیدگاه ایدایمونیک مرتبط است (Steger., 2012).

۴٫۱٫۲٫۳ مدل پرما^۳

سلیگمن در سال ۲۰۱۱، مدل شادی اصیل خود را مورد تجدید نظر قرار داد و مدل پرما را برای مفهوم‌سازی بهزیستی (Lambert., 2016) و به-عنوان یک چارچوب نظری برای ارتقاء بهزیستی پیشنهاد کرد (Garcês., 2019). این مدل از معیار سنجش پرسش‌نامه^۴ شکوفایی پرما^۴ (Pourfakhimi et al, 2020) نشأت گرفته است. سلیگمن (۲۰۱۱) استدلال کرد که "شادی اصیل و بهزیستی یک سازه^۵ یکسان نیستند؛ زیرا شادی اصیل عموماً با شادبودن مرتبط است و با رضایت از زندگی "سنجیده می‌شود (Seligman., 2011:13). با این حال، علی‌رغم اینکه پرما یک مدل سبک زندگی است که در ابتدا برای تحقیقات گردشگری طراحی نشده بود، اما همچنان در مفهوم‌سازی بهزیستی گردشگران محبوب است (Dillette et al., 2018). هریک از این عناصر توسط افراد دنبال می‌شود و به تجربه^۶ کلی بهزیستی کمک می‌کند. با توجه به مزایای این رویکرد، آن‌ها با مفروضاتی از دیدگاه بهزیستی ایدایمونیک مانند پذیرش خود، روابط مثبت با افراد دیگر، رشد شخصی و یافتن هدف در زندگی مرتبط هستند (Seligman., 2011). از مدل پرما جهت سنجش بهزیستی گردشگر در مطالعات بسیاری مانند (Song et al., 2024; Rossetti et al., 2024; Vada & Prentice., 2022; Filep, 2016, 2022; Mendes et al., 2022) تشکیل‌دهنده^۷ پرما جهت سنجش بهزیستی گردشگر در انواع شاخه‌های گردشگری در جدول (۲) بیان شده است. لازم به ذکر است که در میان ابعاد پرما، بعد احساسات مثبت نمایان‌گر یک بعد کاملاً هدونیک است، درحالی‌که بقیه^۸ ابعاد حداقل تا حدی ابعادی ایدایمونیک هستند (Butler & Kern., 2016; Filep et al., 2024).

شکوفایی را به‌عنوان حالتی متمایز می‌کند که در آن افراد سطح بالایی از بهزیستی ذهنی را با سطح مطلوبی از عملکرد روانی و اجتماعی ترکیب می‌کنند. بنابراین، مدل شکوفایی کبیز شامل بهزیستی روان-شناختی و بهزیستی اجتماعی، بهزیستی ذهنی یا هدونیک است (Keyes., 1998) و با ۱۳ مقیاس شامل رضایت از زندگی و عاطفه^۹ مثبت، شش بعد بهزیستی روان‌شناختی و پنج بعد بهزیستی اجتماعی ارزیابی می‌شود (Keyes., 2012). وقتی صحبت از به‌کارگیری شکوفایی انسان در گردشگری می‌شود، استنباط این است که گردشگری به‌عنوان یک فعالیت یا شیوه^{۱۰} تولید باید میزان نفوذ این مفهوم در سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اقدام و در نهایت شکوفایی متقابل بین میزبان و مهمان را در نظر بگیرد. پیامدهای استفاده از رویکرد شکوفایی انسان در گردشگری این است که در شرایط امروزی، بهزیستی و رضایت از زندگی گردشگر گسترش می‌یابد که شامل دانش، سلامتی، دوستی، دستاوردهای خلاقانه، زیبایی و لذت و فضایی مانند درستکاری، اعتدال، شجاعت و عدال است (Cheer, 2020).

۴٫۱٫۲٫۲ شادی اصیل^۱

چارچوب شادی اصیل سلیگمن (۲۰۰۲) سه مسیر مناسب را برای شادی بیان می‌کند: لذت، تعامل و معنا. این مسیرها با هم منعکس‌کننده^{۱۱} هر چهار سنت فلسفی هستند. اولین مسیر، زندگی لذت-بخش، بر به حداکثر رساندن احساسات مثبت متمرکز است. بنابراین، مسیر لذت، منعکس‌کننده^{۱۲} جهت‌گیری هدونیسیتیک است. مسیر دوم، تعامل، توسط سنت‌های فلسفی ایدایمونیا و سنت فلسفی فضیلت^{۱۳} هدایت می‌شود. تعامل یعنی ارتباط افراد با فعالیت‌هایشان، با استفاده از نقاط قوت و فضایل شخصیتی که شکوفایی را تسهیل می‌کند، از جمله سخاوت، ذوق، عشق به یادگیری و شجاعت، تقویت می‌شود (Peterson & Seligman., 2004). مسیر

³ PERMA

⁴ Measure of PERMA Profiler

¹ Authentic Happiness

² Virtue Philosophical Tradition



جدول ۲. ابعاد مدل پرما در گردشگری (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳)

شرح ابعاد	ابعاد پرما
مانند سرگرمی ۲، عشق ۳، لذت ۴، وجد ۵، رضایت ۶، شفقت ۷، قدردانی ۸، امید ۹، علاقه ۱۰، لذت و غرور ۱۱ (Seligman., 2011; Câmara.,2022)	عواطف مثبت ۱
جذب ۱۳، شیفتگی، تمرکز، در لحظه بودن ۱۴ (Seligman, 2011, 2018; Goodman et al., 2017).	مشارکت ۱۲
پیوند ۱۶، پل زدن ۱۷، ادغام اجتماعی ۱۸، ارتباط ۱۹ (Seligman, 2018). روابط در پرما به معنای درک کیفیت و کمیت ارتباطات اجتماعی است (Filep et al., 2024).	روابط ۱۵
دلیل، هویت، احساس هدف، ارزش شخصی (Seligman, 2018)، تعلق و اعتقاد به چیزی بزرگ‌تر از خود (Câmara et al., 2022)	معنا ۲۰
موفقیت ۲۲، تسلط ۲۳ و شایستگی ۲۴ (Câmara et al., 2022) رشد، خودمختاری، رسیدن به اهداف (Goodman et al, 2017). آن می‌تواند شامل یادگیری مهارت‌های جدید یا درک کامل‌تر چیزی باشد (Laing & Frost., 2017).	دستاورد ۲۱

فراغت است (Newman et al., 2014). آن‌ها به دنبال فهم چگونگی تأثیر اوقات فراغت بر تمام اجزای بهزیستی ذهنی (یعنی رضایت، احساسات مثبت و منفی) بودند (Câmara et al., 2022). بنابراین یک مدل جایگزین بهزیستی به نام دراما

۴٫۱٫۲٫۴ مدل دراما ۲۵

پس از مدل پرما، نیومن و همکاران (۲۰۱۴) رویکرد جدیدی را برای بهزیستی ایجاد کردند. آن‌ها بیان می‌کنند که تحقق تجربیات روان‌شناختی، کلید افزایش بهزیستی ذهنی در گردشگری و اوقات

1. Positive emotions
2. Joy
3. love
4. Pleasure
5. Ecstasy
6. Contentment
7. Compassion
8. Gratitude
9. Hope
10. Interest
11. pride
12. Engagement
13. Absorption
14. In the moment
15. Relationships
16. Bonding
17. Bridging
18. Social integration
19. Connection
20. Meaning
21. Accomplishment
22. Achievement
23. Mastery
24. competence
25. DRAMMA

همان‌طور که لینگ و فراست (۲۰۱۷) تأکید می‌کنند، با توجه به اینکه "درگیر شدن در فعالیت‌های جدید اوقات فراغت مستلزم استقلال است"، عنصر خودمختاری دراما می‌تواند به‌عنوان جنبه‌ای از مشارک در پرما درک شود (Newman et al., 2014: 565). به گفته طراحان دراما، بازیابی- جدانشدگی یک حس هدونیک حاصل از جدایی از کار و رسیدن به آرامش است و بقیه مؤلفه‌های دراما تا حدی ایدایمونیک هستند. در نهایت، مدل دراما نیز در بستر گردشگری نیز اعمال شد و مکانیسم‌های روان‌شناختی متفاوتی از سفرهای گردشگری پدید آمدند و سطوح خلقی و احساسات را از طریق سفر شرح دادند (Nawijn & Biran., 2019).

پیشنهاد کردند که به طور بالقوه پیامدهای بهزیستی هدونیک و ایدایمونیا را پوشش می‌دهد و موجب ارتقاء بهزیستی می‌شود. عناصر این مدل شامل جدانشدگی- بازیابی^۱، خودمختاری^۲، تسلط^۳، معنا^۴ و وابستگی^۵ است که در جدول (۳) شرح داده شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ابعاد دراما با ابعاد پرما همپوشانی دارند. بعد روابط در پرما شبیه آخرین بعد دراما یعنی وابستگی است. معنا در پرما شبیه معنا در دراما است. به نظر می‌رسد دستاورد در پرما شامل تسلط در دراما باشد و لذت در دسته بازیابی - جدانشدگی شناسایی شده (Newman et al., 2014)، که این بعد را شبیه احساسات مثبت در پرما می‌کند. علاوه بر این،

ابعاد دراما	شرح ابعاد
جدانشدگی- بازیابی	با ارضای نیازهای اساسی، مانند آرامش و ریکاوری مرتبط است. جدانشدگی به عمل کنار گذاشتن برخی عناصر آزاردهنده یا مضر زندگی مربوط می‌شود و بازیابی به تلاش برای بازیابی برخی از جنبه‌های زندگی اشاره دارد. از طریق تلاش برای اجتناب از چیزی دردناک، افراد به خود اجازه می‌دهند تا افزایش رضایت از زندگی، افزایش احساسات مثبت و کاهش احساسات منفی را تجربه کنند (Newman et al., 2014).
خودمختاری	خودمختاری مشارکت مشتاقانه در یک فعالیت است. افراد از طریق مشارکت مداوم در فعالیت‌های اوقات فراغت، ادراک خود را بازیابی و به بهزیستی ذهنی دست می‌یابند (Newman et al., 2014). گنجاندن خودمختاری در بهزیستی می‌تواند از طریق انگیزه درونی (فعالیت‌هایی که با علایق افراد مطابقت دارد) (Csikszentmihalyi., 1991) و انگیزه خودمختار (فعالیت‌هایی که با انگیزه‌ها و تمایل افراد مطابقت ندارد) صورت گیرد.
تسلط	تسلط در مورد تقویت مهارت‌های فرد برای رسیدن به موفقیت است. تسلط، بر معرفی مهارت‌های مناسب در یک فعالیت اوقات فراغت، دستیابی به سطح جدیدی از موفقیت یا غلبه بر چالش‌ها متمرکز است. بین تسلط، بهزیستی و شیفتگی ارتباط وجود دارد (Csikszentmihalyi., 1991).
معنا	معنا، حس هدف است. معنا با احساسات مثبت و رضایت از زندگی مرتبط است و به شدت با شیفتگی و اوقات فراغت ارتباط دارد. (Newman et al., 2014). این پیوند بین معنا و بهزیستی را می‌توان از طریق روابط نزدیک بهبود بخشید (Fredrickson., 2001).
وابستگی	به‌عنوان ارتباط اجتماعی تعریف شده و نشان‌دهنده احساس تعلق و ارتباط با دیگران و با فعالیت‌ها است (Newman et al., 2014).

محدودی از ابعاد بالقوه بهزیستی گردشگر ارائه می‌دهند (Nawijn & filep., 2016). بنابراین، فیلیپ و همکاران (۲۰۲۲) با خلاصه کردن ابعاد همپوشانی در مدل‌های پرما و دراما، یک مدل مفهومی جدیدی

۴٫۱٫۲٫۵ مدل دراما^۶

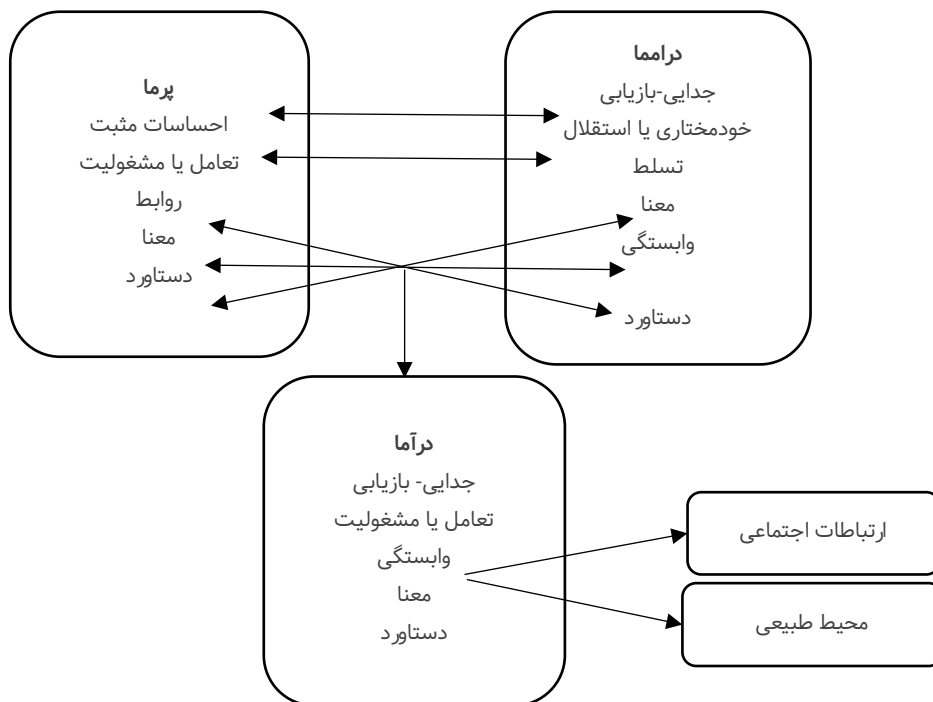
اگرچه هر دو مدل فوق در زمینه گردشگری به کار گرفته شده‌اند، اخیراً انتقاداتی بر آن‌ها وارد شده که هر دو مدل بهزیستی پرما و دراما چشم‌انداز

⁴ Meaning (M)
⁵ Affiliation (A)
⁶ DREAMA

¹ Detachment-recovery (DR)
² Autonomy(A)
³ Mastery(M)

وابستگی (روابط در مدل پرما)، معنا، و دستاورد (تسلط در مدل دراما) است. آن‌ها به منظور رفع نواقص دو مدل قبل، دو بعد ارتباطات اجتماعی و محیط طبیعی را به این مدل اضافه کردند.

از بهزیستی گردشگر تحت عنوان درآما را پیشنهاد کردند (شکل ۲). براساس درآما، بهزیستی گردشگر درواقع از ابعاد جدایی-بازیابی هدونیک از جمله احساسات مثبت تشکیل شده و تا حدی از ابعاد ایدایمونیک شامل: تعامل (استقلال در مدل دراما)،



شکل ۵. درآما: یک مدل مفهومی هدونیک-ایدایمونیک از بهزیستی گردشگران (فیلیپ و همکاران، ۲۰۲۴: ۱۸۹)

شرکت در رویدادهای مختلف، ایجاد می‌شود. در میان‌مدت، برای مثال ترکیبی از گردشگری فرهنگی و مشارکت در تجارب لذت‌گرایانه‌تر، بر سطوح بهزیستی هدونیک و ایدایمونیک اثر می‌گذارد. اثرات بلندمدت بر سطح بهزیستی ایدایمونیک ناشی از تجربیات گردشگری است که منجر به اصالت وجودی می‌شود، به‌عنوان مثال، گردشگری داوطلبانه و معنوی. این رویکرد همچنین پایه و اساس «مفهوم گردشگری بهزیستی»^۲ است. گردشگری بهزیستی در این مفهوم بر شش پایه

۴٫۱٫۲٫۶ مدل یکپارچه گردشگری بهزیستی

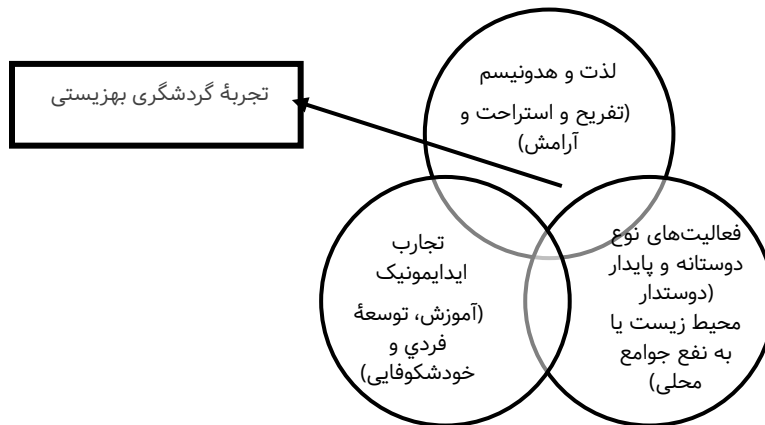
اسمیت و دیکمن (۲۰۱۷) مدل یکپارچه تجربه گردشگری بهزیستی را مطرح کردند که شامل لذت و هدونیسیم^۱، فعالیت‌های نوع دوستانه و پایداری و تجربیات ایدایمونیک است (Smith & Diekmann., 2017). این مدل همچنین توسط پوپ (۲۰۱۸) هنگام توصیف رابطه بین بهزیستی و گردشگری پایدار و رفتار گردشگران مورد استفاده قرار گرفته است (Pope., 2018). اسمیت و دیکمن با در نظر گرفتن مدت زمان و نوع تجربه گردشگری، چهار حوزه بهزیستی را در گردشگری متمایز کردند. در کوتاه‌مدت، سطح بهزیستی ذهنی هدونیک تحت تأثیر تجربیات گردشگری است که به‌عنوان مثال هنگام استراحت در ساحل، کنار دریا یا هنگام

² The six pillars wellbeing tourism concept

¹ Pleasure and hedonism

محصولات و خدمات طراحی شده براساس یک تعامل پایدار با محیط و جامعه تشکیل شده است (Lindell et al., 2021).

استوار است: روح^۱، جامعه^۲، بدن^۳، محیط زیست^۴، ذهن^۵ و اقتصاد^۶. گردشگری بهزیستی به‌عنوان نوع خاصی از گردشگری تعریف می‌شود که هدف آن ارتقا و حفظ سلامت جسم، ذهن و روح است که از



شکل ۶. مدل یکپارچه تجربه گردشگری بهزیستی (اسمیت، دیکمن، ۲۰۱۷: ۱۰)

(2018) همچنین می‌تواند منجر به تغییراتی در هویت فرد شود (McWha et al., 2018). تغییرات رفتاری نیز شامل تمایل به کسب دانش جدید، کمک به دیگران یا نوع دوستی، تصمیم‌گیری‌های تغییردهنده زندگی و مشارکت در سایر اقدامات مثبت است. همچنین شامل پذیرش رفتارهای جدید، مانند پایداری، یا آگاهی زیست‌محیطی است (Pung et al., 2020). تجارب تحول‌آفرین عمدتاً توسط نظریه یادگیری تحول‌آفرین^۹ و فلسفه وجودی شکل گرفته‌اند (Zhao & Agyeiwaah, 2023). همچنین بودفلد و دوئردن (۲۰۲۲) نظریه یادگیری تحول‌آفرین و یادگیری انتخاب آزاد^{۱۰} را برای ارائه مدل یادگیری گردشگری تحول‌آفرین که فرآیند یادگیری را در زمینه گردشگری توضیح می‌دهد، ترکیب کردند (Bueddefeld & Duerden, 2022).

۴٫۱٫۲٫۷ تجربه تحول‌آفرین^۷

اصطلاح تجربه تحول‌آفرین گردشگر به لحظه‌ای اشاره می‌کند که گردشگران در طول سفر و همچنین پس از سفر، تغییرات عمیقی را تجربه می‌کنند (Soulard et al., 2021). گردشگری تحول‌آفرین از طریق فعالیت‌هایی رخ می‌دهد که فهم میان فرهنگی را تقویت می‌کند یا تغییر جهت به سمت سفر مسؤولانه را رقم می‌زند. بنابراین می‌تواند منجر به تغییر در سبک زندگی، به سمت پایداری شود و تأثیر مثبتی بر مقاصد داشته باشد (UNWTO, 2016). تحول گردشگر یک فرآیند چندوجهی است که شامل تغییرات شخصی و تغییرات رفتاری می‌باشد (Tasci & Godovykh, 2021). پس از وقوع تحول، تغییر در خود را می‌توان هم از منظر روانی و هم از منظر فیزیکی مشاهده کرد که شامل تغییرات شخصی درونی مانند افزایش خودباوری^۸ و تجربه احساس آرامش و توانمندی می‌شود (Yang et al.,

⁶ Economy

⁷ Transformative experience (TE)

⁸ self-belief

⁹ Transformative Learning Theory (TLT)

¹⁰ Free-choice learning

¹ Soul

² Society

³ Body

⁴ Environment

⁵ Mind

۴٫۱٫۲٫۸ نظریه سطح تفسیر یا سطح برداشت

نظریه سطح تفسیر استدلال می‌کند که فاصله روان‌شناختی بین افراد و اشیا تعیین می‌کند که آن‌ها چگونه در مورد آن اشیا فکر می‌کنند (یعنی انتزاعی یا عینی). فاصله روان‌شناختی «تجربه‌ای ذهنی است که چیزی نزدیک یا دور از خود، اینجا و اکنون است». بنابراین، یک شی از نظر روان‌شناختی "هرگاه بخشی از تجربه مستقیم فرد نباشد" دور است. به طور خاص، «چیزهای روان‌شناختی دور (اشیا، رویدادها) آن‌هایی هستند که در تجربه مستقیم واقعیت وجود ندارند. نظریه سطح ساختاری بیان می‌کند که بازنمایی ذهنی یک شی ممکن است براساس فاصله روان‌شناختی فرد از آن شی متفاوت باشد. بر اساس این، افراد با توجه به سطوح مختلف فاصله روان‌شناختی، اشیا را در سطوح مختلف تفسیری نشان می‌دهند. بازدیدکنندگان واقعاً می‌توانند اشیا و رویدادهای مرتبط با گردشگری را در سطوح مختلف ساختاری تفسیر کنند (Scarpi & Raggiotto, 2023; Shin et al., 2017). ابعاد و مؤلفه‌های سنجش و ارتقای حس بهزیستی گردشگر، فاصله زمانی، فاصله مکانی، فاصله اجتماعی و فاصله احتمالی (Lieberman et al., 2002) و در پژوهش (Massara & Severino, 2013) فاصله اجتماعی - فرهنگی، فاصله تجربی، فاصله فضایی بیان شده است.

۴٫۱٫۲٫۹ نظریه خود ابرازگری یا خودبیانگری

خودبیانگری و لذت هدونیسم دو دیدگاه متفاوت از شادی را از دیدگاه فلسفی نشان می‌دهند، اما مفاهیمی به هم پیوسته در علوم اجتماعی هستند. واتر من و همکاران (۲۰۰۸) استدلال کردند که خودبیانگری شرط لازم برای افزایش لذت هدونیسم نیست، درحالی‌که لذت هدونیسم پیش‌نیاز برای خودبیانگری است. برخی محققان خودابرازگری را ایدایمونیک نیز معرفی می‌کنند. ابراز وجود در یک فعالیت مرتبط است با پیشرفت و حرکتی که افراد به سمت خود ایده‌آل خود انجام می‌دهند.

خودشناسی و تجارب خود ابرازگری انگیزه مهمی برای برخی افراد برای سفر می‌باشند. احساس سرزنده بودن، احساس تطبیق و سازگاری، احساس کشف خود / خودشناسی، احساس تکامل از ابعاد این نظریه هستند (Kosykh et al., 2023).

۴٫۱٫۲٫۱۰ نظریه تناسب خود

چون (۱۹۹۲) در اصل نظریه تناسب خود را در صنعت گردشگری به کار برد. او تلاش کرد تا رابطه بین خودپنداره یک گردشگر و رضایت/نارضایتی او را از مقصد با استفاده از مدل تناسب تصویر از خود/تصویر محصول آزمایش کند (Chon, 1992). او دریافت که هرچه تطابق بین خودپنداره و تصویر مقصد بیشتر باشد، رضایت گردشگران بیشتر است و هرچه تطابق بین تصویر مقصد و خودپنداره واقعی و ایده‌آل فرد بیشتر باشد، تمایل گردشگر به بازدید از آن مکان بیشتر می‌شود. ساپ (۲۰۲۰) به ارتباط نظریه تناسب خود و ارتقاء بهزیستی گردشگر پرداخت و چهار مؤلفه تصویر واقعی از خود، تصور از خود ایده‌آل، تصور از خود اجتماعی، تصور از خود اجتماعی ایده‌آل را جهت سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر معرفی نمود (Sop, 2020).

۴٫۱٫۲٫۱۱ نظریه سرریز پائین به بالا

نظریه سرریز از پایین به بالا به سرریز وضعیت عاطفی فرد از حوزه درونی خود به حوزه‌های دیگر اشاره دارد (Kim et al., 2021). این نظریه به طور گسترده در روان‌شناسی مورد استفاده قرار می‌گیرد و بیان می‌کند که خانواده، اوقات فراغت، اجتماع، کار و سایر رویدادهای زندگی می‌توانند بر حوزه‌های زندگی فردی تأثیر بگذارند. در تحقیقات گردشگری، این نظریه به طور گسترده‌ای در تجربه بهزیستی گردشگران و مطالعه رضایت آن‌ها به کار گرفته شده است (Sirgy, 2019). براساس نظریه سرریز از پایین به بالا، محققان دریافته‌اند که احساسات مثبت ایجادشده توسط فعالیت‌های گردشگری اثر سرریز قابل توجهی بر رضایت گردشگران و بهزیستی کلی دارند (Alipour et al., 2020) سو و

و حمایت اجتماعی)، سلامتی افزایش یافته و بقا است (Lundin et al, 2023).

۴٫۱٫۲٫۱۳ نظریه هدف یا نظریه ظرفیت هدف

این نظریه، بر جنبه شناختی بهزیستی ذهنی، یعنی رضایت از زندگی متمرکز است. رضایت از زندگی را به‌عنوان بهزیستی در نظر گرفته و رضایت گردشگران را از زندگی به تعیین اهداف سفر وابسته می‌داند و معتقد است که تعیین اهداف گردشگر بر رضایت از زندگی او اثرگذار است. اصول هدف سفر بیان می‌کند که رضایت از زندگی گردشگران زمانی بالاست که اهداف سفر آن‌ها بیشتر با این موارد مربوط باشد: (۱) انگیزه‌های درونی تا انگیزه‌های بیرونی، (۲) حالات انتزاعی تا حالات واقعی، (۳) نیازهای رشد تا نیازهای پایه، (۴) رویکرد حالات مطلوب تا اجتناب از حالات نامطلوب، (۵) نیازهای قابل انکار تا نیازهای غیرقابل انکار، (۶) فعالیت‌های تجربه شیفستگی تا فعالیت‌های بدون تجربه شیفستگی. کراگر و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه خود با استفاده از این نظریه بیان می‌کنند گردشگران اغلب در طول سفر اهداف مشخص و انتزاعی دارند. زمانی که آن‌ها از مدت‌ها قبل برای سفر برنامه‌ریزی می‌کنند، احتمالاً اهداف را به صورت انتزاعی تعیین کرده‌اند. علاوه بر این، این مطالعه نشان می‌دهد که فرار از زندگی روزمره (هدف اجتناب) رضایت گردشگران را از زندگی افزایش می‌دهد. این ممکن است به این دلیل باشد که خود سفر فرصت‌هایی را برای گردشگران فراهم می‌کند تا از زندگی روزمره فرار کنند. در مجموع، نتایج مطالعه نشان می‌دهد که رضایت از زندگی گردشگر زمانی افزایش می‌یابد که گردشگران اهداف درونی، اهداف مبتنی بر رشد و اهداف مرتبط با فعالیت‌های شیفستگی داشته باشند (Kruger et al., 2015). بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که تنها یک پژوهش در حوزه گردشگری وجود دارد که از نظریه هدف برای بررسی جنبه شناختی بهزیستی ذهنی گردشگر استفاده کرده و جنبه عاطفی بهزیستی ذهنی و همچنین

همکاران (۲۰۱۸) و هی و همکاران (۲۰۲۰) اظهار داشتند که نظریه سرریز از پایین به بالا یکی از نظریه‌های اصلی است که بر بهزیستی ذهنی گردشگران تأثیر می‌گذارد و گردشگران می‌توانند اثرات سرریز مثبت و منفی را از طریق تجربه گردشگری ایجاد کنند (Su et al., 2018; He et al., 2020). نظریه سرریز از پایین به بالا معتقد است که نتایج خاصی مانند کیفیت زندگی، رضایت، شادی و بهزیستی، توسط لذتی که افراد در زندگی خود تجربه می‌کنند، تعیین می‌شود. نظریه سرریز از پایین به بالا برای توضیح مکانیسم بهزیستی گردشگران در زمینه رضایت ناشی از تجربه گردشگری بیشتر استفاده می‌شود. تجربه، بهزیستی هدونیک، بهزیستی ایدایمونیک و رضایت از ابعاد این نظریه است (Liu et al., 2023).

۴٫۱٫۲٫۱۴ نظریه گسترش و ساخت

نظریه گسترش و ساخت (Fredrickson, 2001) استدلال می‌کند که احساسات مثبت، در مقابل احساسات منفی به گسترش دامنه شناخت و فعالیت‌های فرد کمک می‌کند. براساس این نظریه، احساسات مثبت به ساختن منابع فیزیکی، فکری و اجتماعی کمک می‌کند. افرادی که احساسات مثبت را تجربه می‌کنند، دارای مجموعه وسیع‌تری از ایده‌ها و گزینه‌های رفتاری هستند؛ زیرا احساسات مثبت، تفکر انعطاف‌پذیر و خلاق را امکان‌پذیر می‌کند که به افزایش تعامل کاری، بهبود خودکارآمدی و غلبه بر ناملایمات کمک می‌کند. فردی که شاد است ممکن است فکر کند شغل خوب، دوستی بهتر، خانواده شاد، ظاهر خوب دارد. با پیروی از تئوری گسترش و ساخت، انتظار می‌رود افراد دارای بهزیستی ذهنی بالاتر نیز از اعتماد به نفس بالاتری بهره‌مند شوند که به آن‌ها انگیزه می‌دهد تا جنبه‌های مهم زندگی خود مانند تجربیات سفر خود را به اشتراک بگذارند (Chen, 2021). مؤلفه اصلی این نظریه احساسات مثبت است. مرحله بعدی گسترش افکار جدید، فعالیت‌ها و ارتباطات، پس از آن ایجاد منابع فردی پایدار (مثل مهارت‌ها و دانش



سلسله‌مراتب نیازها تشریح نشد به دلیل اینکه از لحاظ مفهومی، همان نظریه خودشکوفایی و شکوفایی است و در قسمت‌های قبلی این نظریه تشریح شده است. تنها دو مطالعه در حوزه گردشگری، از نظریه بهزیستی اوقات فراغت استفاده نموده است. مطالعه سرگی و همکاران (۲۰۱۷) تنها استفاده از این نظریه را در مطالعات گردشگری پیشنهاد کرده و مطالعه لی و همکاران (۲۰۱۸) نیز با اینکه از نظریه بهزیستی اوقات فراغت سخن گفته اما مطالعه متن کامل مقاله حاکی از آن است که به جای بررسی این نظریه در راستای بهزیستی گردشگر، به تأثیر گردشگری به‌عنوان یک فعالیت اوقات فراغت بر بهزیستی پرداخته شده است. لذا اطلاعات جامعی درخصوص این نظریه در بستر گردشگری و بهزیستی گردشگر یافت نشد.

انواع دیگر بهزیستی نظیر بهزیستی روان‌شناختی، هدونیک و ایدایمونیک مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند. در پایان در جدول (۴) خلاصه‌ای از تمامی نظریه‌ها و مدل‌های مربوط به ارتقا و سنجش حس بهزیستی گردشگر ارائه شده که برخی از آن‌ها نظیر نظریه میل، سلسله‌مراتب نیازها و بهزیستی اوقات فراغت در پژوهش حاضر به دلایل زیر به طور دقیق و با جزئیات بررسی نشدند.

نظریه میل نظریه‌ای است که تنها در پژوهش (Darwall, 2002) استفاده شده و (Mariquea-) (Russell, 2023) بیان می‌کند تئوری میل بهزیستی به دلیل پیامدهای غیر قابل قبولی که دارد، نظریه کاملی نیست و بنابراین مناسب استفاده در مطالعات بهزیستی گردشگر نمی‌باشد. نظریه

جدول ۳. مروری بر نظریه‌ها و مدل‌های سنجش و ارتقاء حس بهزیستی در تحقیقات گردشگری (یافته‌های محقق، ۱۴۰۳)

موضوعات مرتبط با گردشگری	تعداد	نویسندگان	نظریه مرتبط با بهزیستی
<ul style="list-style-type: none"> - تأثیر انگیزه درونی بر لذت واقعی‌تر، رضایت‌بخش‌تر و کامل‌تر از تجربه گردشگری - تأثیر برآوردن انواع مختلف نیازهای فردی از طریق تجارب گردشگری بر بهزیستی 	۴	Lee et al., 2014; Cini et al., 2013; Ng et al., 2012; Ntoumanis et al., 2020	نظریه سلسله-مراتب نیازها ۱ و نظریه خودشکوفایی ۲
<ul style="list-style-type: none"> رابطه بین دستیابی به اهداف زندگی و دستیابی به اهداف تجربه گردشگری و تأثیر آن‌ها بر دستیابی به بهزیستی مثبت 	۱	Kruger et al., 2015	نظریه هدف ۳
<ul style="list-style-type: none"> - رابطه بین تناسب خودپنداره ۵ و تصویر مقصد - رابطه بین خودپنداره با رضایت/نارضایتی او از مقصد - کشف رابطه خودپنداره واقعی و ایده-آل با علاقه به بازدید قبل از سفر و تمایل به خرید - خودپنداره گردشگر، خودسازگاری و رفتار سفر براساس رویداد فرهنگی - بررسی نقش خودسازگاری مقصد در گردشگری روستایی، پیش‌بینی‌کننده احتمال بازگشت - تأثیر تناسب خود بر احساس شادی گردشگر - تئوری تناسب خود در پژوهش‌های گردشگری 	۷	Chon & Olsen., 1991 Chon, 1992 Goh and Litvin, 2000 Sohn & Yuan, 2011 Kastenholz, 2004 Sirgy et al., 2018 Sop, 2020	نظریه تناسب خود (خودسازگاری) در سفر و گردشگری ۴
<ul style="list-style-type: none"> - رابطه بین ابراز خود، لذت هدونیک و انتخاب فعالیت‌های خاص 	۳	Kosykh et al., 2023 Bosnjak et al., 2016 Lochrie et al., 2019	نظریه خودابرازی یا خودبیین‌گری ۶

¹ Need Hierarchy Theory

² Self-actualization theory

³ Goal Valence theory

⁴ The self-congruity Theory model in travel and tourism

⁵ Self-concept fit

⁶ Self-expressiveness Theory

<p>- تحقیق در زمینه تأثیر گردشگری ورزشی بر لذت هدونیک و بهزیستی شخص</p> <p>- شکل‌گیری خودبیان‌گری و رابطه آن با لذت هدونیک و تأثیر آن بر رضایت از زندگی گردشگران</p> <p>- رابطه بین مفهوم بازی و رابطه آن با ابراز خود و هدونیک در بافت گردشگری مذهبی</p>			
<p>رضایت واقعی فرد در ارتباط با انتظارات آن شخص است.</p> <p>- تئوری‌های میل درباره بهزیستی ادعا می‌کنند که میانگین قدرت یک میل و مدت زمانی که آن میل حفظ می‌شود، هر دو بر میزان بهزیستی تأثیر می‌گذارند.</p>	۱	Darwall.,2002	نظریه میل ۱
<p>-رضایت از زندگی تا حدی با رضایت از جنبه‌های مهم زندگی یک فرد تعیین می‌شود.</p> <p>- تأثیر تجارب گردشگری بر رضایت از زندگی به مدت اقامت و سن گردشگران بستگی دارد.</p> <p>- شناسایی روابط بین رضایت پنج حوزه زندگی، کیفیت کلی زندگی و انگیزه سفر. نتایج نشان می‌دهد که رضایت از خانواده، سلامت، وضعیت عاطفی و اوقات فراغت بر رضایت از کیفیت کلی زندگی تأثیر مثبت دارد. کیفیت کلی زندگی با انگیزه سفر در سالمندان رابطه مثبت دارد.</p>	۳	Luo et al., 2018 Neal et al., 2007 Kim, 2021	نظریه سرریز از پایین به بالای رضایت از زندگی ۲
<p>- فعالیت اوقات فراغت با ارضای مجموعه‌ای از نیازهای اساسی (نیاز به ایمنی، سلامت، اقتصادی، حسی، فرار، و/یا نیازهای احساس) و نیازهای رشد به بهزیستی اوقات فراغت کمک می‌کند.</p>	۲	Sirgy et al, 2017 Lee et al., 2018	نظریه بهزیستی اوقات فراغت ۳

¹ Desire theory

² The bottom-up spillover theory of life satisfaction

³ Theory of leisure wellbeing

<p>- تأثیر مزایای درک شده در زمینه تجربه گردشگری بر احساس بهزیستی، به- عنوان مثال، استفاده از فناوری هوشمند می‌تواند بر شادی گردشگران تأثیر بگذارد.</p> <p>چگونه فعالیت‌های اوقات فراغت نظیر گردشگری به بهزیستی اوقات فراغت کمک می‌کند.</p>			
<p>فعالیت‌های گردشگری چالش‌برانگیز (آرامش‌بخش) منجر به اشتراک‌گذاری بیشتر یا مطلوب بودن می‌شود.</p> <p>ایدایمونیا (هدونیا) نقش میانجی‌گر در رابطه بین فعالیت گردشگری چالش-برانگیز (آرامش‌بخش) و اشتراک‌گذاری تجربه دارد.</p> <p>- اثبات اثربخشی گردشگری واقعیت مجازی در ارتقای بهزیستی ذهنی افراد</p>	۲	Su et al., 2021 Li et al, 2021	نظریه سطح تفسیر یا سطح برداشت ۱
<p>- بررسی فرآیندی که از طریق آن احساسات ناخوشایند بازدیدکنندگان می‌تواند در یک سایت گردشگری تاریک به احساسات مثبت تبدیل شوند.</p> <p>- بررسی احساسات مثبت، بهزیستی ذهنی از قبل موجود گردشگر به‌عنوان مقدمه‌ای برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلفن همراه (MSM) برای به اشتراک گذاشتن تجربیات گردشگری با تکیه بر نظریه بسط و ساخت -نگرش مثبت یک فرد در طول تجربه گردشگری می‌تواند به تعامل بیشتر و تفسیر مثبت از رویدادها منجر شود.</p>	۳	Lundin et al, 2023 Chen et al, 2021 Kim et al., 2016	نظریه گسترش و ساخت ۲
<p>نظریه خودتعیینی شامل سه نیاز اساسی روان‌شناختی یعنی استقلال، شایستگی و ارتباط است و استدلال می‌کند که رفع این نیازها برای رشد شخصی، کمال ۳ و بهزیستی ضروری</p>	۵	Ryan & Deci., 2001; Sheldon & Lucas., 2014; Su et al., 2020	نظریه خودتعیین-گری

¹ Construal level theory

² Broaden-and-build Theory

³ Integrity

<p>است. همچنین چارچوبی را تعریف می‌کند که بهزیستی ذهنی و ایدایمونیک را تقویت می‌کند.</p>			
<p>درنظر گرفتن اینکه شادی از فهرست‌های مختلفی (خود ارزیابی دانش، سلامت، شادی، خانواده، ثروت و روابط اجتماعی) ناشی می‌شود. عناصری که زندگی افراد را بهتر می‌کند و مستقل از علایق افراد است. در اشکال گردشگری سلامت شامل درمان‌های پزشکی است که باعث می‌شود افراد در نهایت احساس بهتری داشته باشند، اما در آن زمان لذت‌بخش نیستند.</p>	۲	Murphy., 2001; Haybron., 2008;	نظریه‌های فهرست عینی بهزیستی
<p>-جنبه‌های کوتاه‌مدت (مانند شادی لحظه‌ای، آرامش، لذت، شیفتگی به تازگی، احساسات منفی در صورت برآورده نشدن انتظارات سفر) -جنبه‌های بلندمدت (مانند تأثیر عاطفی پایدار، احساسات ناشی از یادآوری خاطرات) - شادی لذت است، یعنی درک ذهنی فرد از شادی و ناراحتی و این‌ها کلید ارزیابی شادی است.</p>	۷	Deci & Ryan., 2008; Ryan & Deci., 2001; Haybron.,2013; Zins & Ponocny., 2022; Sumner.,1996; Feldman., 2004; Liang & Hui., 2016	نظریه هدونیک یا هدونیستیک
<p>رشد شخصی، اهداف یکپارچه و معنا، (۲) یادگیری، کاوش، درک عمیق‌تر، (۳) ادغام دیدگاه‌های قدیمی و جدید (۴) دستیابی به سطح بالاتری از پیچیدگی، تفسیر زندگی خود، (۵) روابط معنادار، (۶) صمیمیت، (۷) جست‌وجوی وضعیت، ارائه تصویری از موفقیت به دیگران/خود، (۸) درک خود، خودمختاری و تسلط بر خود (۹) شایستگی، موفقیت، دستاورد</p>	۷	Nussbaum.,1993; Ryff and Keyes., 1995; McAdams et al., 2001; Haybron., 2008,2016; Zins & Ponocny., 2022 ; Ruini & Ryff.,2016	نظریه ایدایمونیک یا ایدایمونیک
<p>شادی مبتنی بر آگاهی کامل از شرایط زندگی خود و استقلال کامل است. و شامل ۳ مقیاس هدونیسیم، رضایت از زندگی و حالت عاطفی است.</p>	۱۲	Seligman.,2002,2011;2018 Sumner.,1996; Kahneman.,1999; Parfit., 1984 ; Ehrhardt et al., 2000; Haybron., 2003 ,2005,2007; 2008;	نظریه شادی اصیل

<p>اشکال گردشگری که لذت و معنا را برای گردشگر فراهم می‌کند اما می‌تواند برای محیط زیست و مردم محلی نیز مفید باشد (مانند اکوتوریسم، گردشگری فرهنگی)</p>			
<p>-این چارچوب راهی برای بررسی جنبه‌های پایدار بهزیستی به جای هدونیک صرف است. -توضیح جامعی از بهزیستی در رابطه با تجربیات گردشگر ارائه می‌دهد. -تأثیر بازدید از مکان‌های میراث بودایی بر شادی -بررسی بهزیستی اصیل گردشگران چینی هانفوپوش -بررسی پنج بعد پرما در گردشگران سالمند پرتغالی - پیوند میان پنج عنصر در PERMA چگونه به بهزیستی گردشگران جوان کمک می‌کند.</p>	۱۸	<p>Neal et a., 1999; Seligman., 2012; Huang et al, 2019 Porfakhimi et al., 2021; Alizadeh & filep., 2023 Zhang et al, 2023 Mendes et al, 2022 Song et al, 2024</p>	پرما
<p>این مدل با ابعاد پرما همپوشانی دارد و شامل جدایی-بازیابی، خودمختاری یا استقلال، تسلط، معنا و وابستگی است.</p>	۱	Newman., 2014	دراما
<p>این مدل ابعاد مدل پرما و دراما را ترکیب تا مدل جامع‌تری برای بهزیستی گردشگر ارائه دهد. تاکنون مطالعه‌ای این مدل از بهزیستی را مورد بررسی قرار نداده است.</p>	۱	Filep et al., 2022,2024	درآما
<p>این مدل شامل هدونیسیم (سرگرم شدن، استراحت و آرامش)، فعالیت‌های نوع‌دوستانه و پایداری (دوستدار محیط زیست برای منافع جوامع محلی) و تجربیات ایدایمونیک (مثلاً آموزش، توسعه فردی، خودسازی یا خودشکوفایی) است.</p>	۲	Smith & Diekmann, 2017; Pope., 2018	مدل یکپارچه گردشگری بهزیستی

نظریه‌ها و مدل‌های بهزیستی در فلسفه و روان-شناسی گرفته شده و منفک از آن‌ها نیست. هنگام

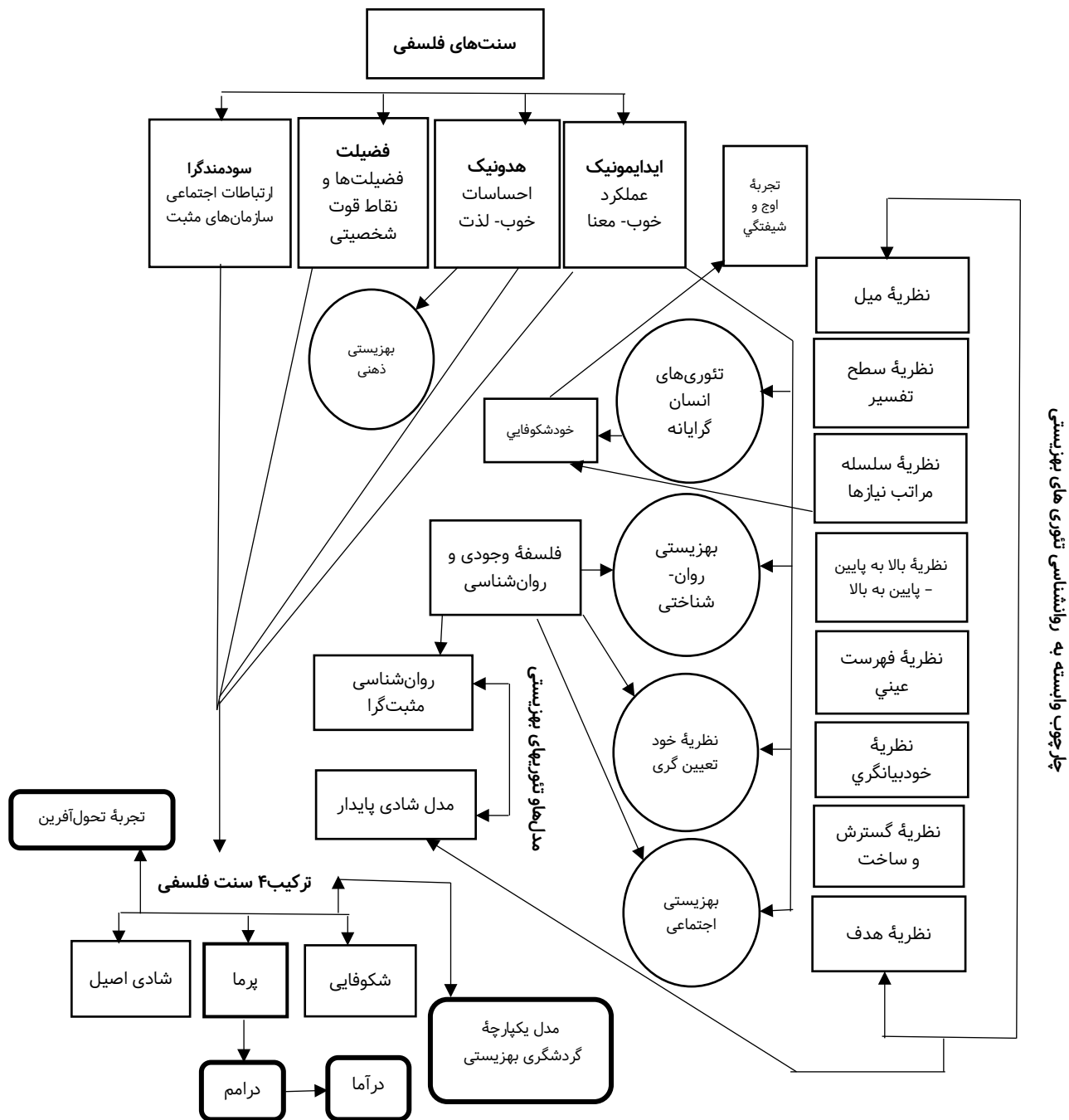
تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد تمامی مدل‌ها و نظریه‌های ارتقاء حس بهزیستی گردشگر از

نیز نواقصی داشت، بنابراین مدل درآما طراحی گردید تا نواقص تمامی مدل‌های قبلی را رفع کند. علاوه بر این، تحلیل یافته‌ها حاکی از آن است که مدل خودتعیین‌گری، تناسب خود و خودبیان‌گری و به‌طور ویژه مدل پرما بیشترین فراوانی را در مقالات دارند و پژوهش‌گران جهت سنجش و ارتقاء بهزیستی گردشگر از این مدل‌ها بیشتر استفاده کرده‌اند. غیر از یک پژوهش، مطالعه‌ای که از مدل درامما و مدل درآما بهره گرفته باشد، یافت نشد و به نظر می‌رسد در این مورد یک خلأ مطالعاتی وجود دارد.

برای پاسخ به سؤال دوم پژوهش، شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد نظریه‌ها و مدل‌ها جهت سنجش و ارتقاء بهزیستی حس گردشگر، تحلیل محتوای کیفی متون مقالات با نرم‌افزار MAXQDA انجام شد که در شکل (۷) خروجی نرم‌افزار ارائه شده است.

در ادامه، نقشه راه جهت‌گیری مدل‌ها و نظریه‌های بهزیستی در گردشگری با الهام از نقشه بهزیستی لامبرت و همکاران (۲۰۱۸: ۳۱۲) به‌طور کامل نمایش داده شده است (شکل ۸).

ورود بهزیستی در بستر گردشگری ابتدا نظریه‌های انسان‌گرایانه، خودشکوفایی، نظریه فهرست عینی، نظریه هدف، نظریه میل، نظریه سلسله مراتب نیازها، نظریه بهزیستی اوقات فراغت در مطالعات محققان به‌طور بسیار محدود استفاده شدند؛ چراکه این نظریه‌ها محدودیت‌ها و نقص‌هایی در حوزه بهزیستی دارند. همچنین به دلیل اینکه مؤلفه‌های اصلی آن‌ها انگیزه و میل افراد است و در بستر گردشگری انگیزه و تمایلات گردشگران متنوع و متعدد می‌باشد. بنابراین این نظریه‌ها توانایی سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر را ندارند. با گذر زمان نظریه‌های دیگری نظیر نظریه خودبیان‌گری، نظریه خودتعیین‌گری، گسترش و ساخت، هدونیک و ایدایمونیک، نظریه سطح تفسیر و تناسب خود، مدل پرما در پژوهش‌ها جهت سنجش ارتقاء حس بهزیستی گردشگر اتخاذ شدند که کماکان نیز مورد استفاده پژوهش‌گران قرار می‌گیرند. در نهایت به دلیل اینکه نظریه‌ها و مدل‌های فوق، توانایی سنجش بهزیستی گردشگر در دو بعد هدونیک و ایدایمونیک را به‌طور هم‌زمان نداشتند، مدل درامما مطرح شد. با توجه به اینکه مدل درامما



شکل ۸. نقشه جهت گیری های بهبودی در گردشگری در میان چهارچوب های روان شناسی مثبت گرا (یافته های تحقیق، ۱۴۰۳)

۵ نتیجه گیری

بهبودی در گردشگری یا گردشگری بهبودی، به عنوان یک تئوری یا شاخه گردشگری مطرح نیست؛

اما بی تردید، زمینه های تئوریک و مدل های متعددی در شکل گیری این مفهوم و برنامه ریزی آن تأثیرگذار بوده است. با توجه به گسترش پژوهش های بهبودی در گردشگری، پژوهش حاضر تلاش دارد

چه مورد توجه قرار گرفت این بود که فقط بر جنبه‌های لذت‌گرایانه گردشگری تمرکز نشود و ابعاد معنا و ایدایمونیک گردشگری نیز اهمیت دارد. پس از آن بهزیستی از منظر روان‌شناسی مثبت‌گرا با دو بعد هدونیک و ایدایمونیک وارد مطالعات گردشگری شد و محققان بسیاری بهزیستی گردشگر را از این دو بعد بررسی کردند. لازم به ذکر است که بهزیستی هدونیک را بهزیستی ذهنی و بهزیستی روان-شناختی را بهزیستی ایدایمونیک نیز می‌داند. در طی این سال‌ها مدل‌ها و نظریه‌های مختلفی در روند سنجش و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر در مقاصد مؤثر بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که تحقیق در مورد رابطه بین تجارب گردشگری یک فرد و بهزیستی آن در تئوری‌های روان‌شناختی پایه‌گذاری شده است و نتایجی ایجاد می‌کند که می‌تواند به بهبود کیفیت انواع مختلف خدمات گردشگری کمک کند. مطالعات موجود نشان می‌دهد که از بین مدل‌های موجود، نظریه خودتعیین‌گری، پرما و بهزیستی هدونیک و ایدایمونیک توسط محققان بسیاری در مطالعات متعدد در گونه‌های مختلف گردشگری نظیر گردشگری فرهنگی، طبیعت‌گردی، تندرستی، گردشگری تاریک، گردشگری معنوی، گردشگری خوراک، گردشگری سالمندان و بستر موزه استفاده شده است.

شناخت مدل‌ها و نظریه‌های سنجش و ارتقاء حس بهزیستی در گردشگری و شناخت گردشگری بهزیستی، به رشد مطالعات بهزیستی گردشگر در ایران، شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد حس بهزیستی گردشگر، شناخت نیازها و انتظارات گردشگر در مقصد و در نهایت رسیدن به لذت‌های دائمی و معنا در زندگی، به بهبود روند تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی متولیان، مدیران و بازاریابان در حوزه گردشگری به منظور ایجاد و ارتقاء حس بهزیستی گردشگر، جوامع میزبان و کارکنان منجر خواهد شد. همچنین کمک می‌کند تا محققان از مدل‌های مناسب و صحیح جهت بررسی بهزیستی گردشگر در مقاصد استفاده کنند.

تا با روش مرور نظام‌مند تصویری کلی از نظریه‌ها و مدل‌های بهزیستی در گردشگری ارائه داده و از این طریق به روندها و جریان‌های پژوهشی آینده کمک کند.

به منظور شناسایی نظریه‌ها و مدل‌های بهزیستی در گردشگری، پس از تعیین کلمات کلیدی در این حوزه، اسکوپوس به‌عنوان پایگاه داده‌های اصلی انتخاب شد. پس از استخراج مقالات، نهایتاً ۸۳ مقاله به منظور مرور نظام‌مند مورد بررسی قرار گرفت. براساس یافته‌های پژوهش مهم‌ترین نظریه‌ها و مدل‌های اثرگذار در حوزه بهزیستی در گردشگری، نظریه‌های روان‌شناختی بهزیستی ایدایمونیک (شامل نظریه‌های انسان‌گرایانه، بهزیستی روان‌شناختی، نظریه خودتعیین‌گری، بهزیستی اجتماعی)، مدل شادی اصیل، پرما و شکوفایی، مدل دراما، مدل درآما، مدل یکپارچه گردشگری بهزیستی و مدل تجربه تحول‌آفرین است که در این مقاله به تحلیل آن‌ها پرداخته شد.

بهزیستی را می‌توان به‌عنوان مؤلفه باارزشی دانست که می‌تواند به سیاست‌گذاری و روند برنامه‌ریزی گردشگری در مقاصد و حتی جاذبه‌های گردشگری غنا بخشد. همچنین در ایجاد تجربه‌های لذت‌بخش، تحول‌آفرین و معنادار برای گردشگر نقش حیاتی دارد. بهزیستی نه‌تنها به خواسته‌های واقعی، بلکه به ارضا و رفع خواسته‌های ایده‌آل نیز مرتبط است. اهمیت بهزیستی همچنین در اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد برای تضمین زندگی سالم و ارتقای بهزیستی برای همهٔ سنین به رسمیت شناخته شده است (Global Wellness Institute., 2018). جنبش روان‌شناسی مثبت‌گرا نیز بر تحقیقات گردشگری تأثیر گذاشت و روان‌شناسی مثبت‌گرا به‌عنوان چارچوبی مفید برای تحقیقات گردشگری مطرح شد. بنابراین ظهور مبحث بهزیستی در گردشگری را می‌توان به سال ۲۰۰۰ و به پیرس نسبت داد. مطالعات گردشگری ابتدا از طریق طیف وسیعی از اصطلاحات مانند «کیفیت زندگی» و «رضایت از زندگی» بر بهزیستی تمرکز کردند. آن

استفاده قرار گیرد. از طرفی، پژوهش‌های مرور نظام‌مند و کتاب‌سنجی در خصوص مدل‌های ارتقاء و سنجش گردشگر در بستر موزه نیز پیشنهاد می‌گردد. از آنجایی‌که یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده گسترش گردشگری بهزیستی در جهان است، لذا پژوهش در حوزه بهزیستی گردشگر و توسعه گردشگری بهزیستی در ایران به پژوهش‌گران توصیه می‌شود.

تشخیص و تبیین نظریه‌ها و مدل‌های مؤثر بر ارتقاء و سنجش حس بهزیستی گردشگر و همچنین شناسایی ابعاد آن‌ها به بهبود روند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی از سوی متولیان امر در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به‌ویژه گردشگری بهزیستی منجر خواهد شد. همچنین می‌تواند به برنامه‌ریزان، مجریان تورهای گردشگری، بازاریابان به منظور طراحی برنامه‌های اثربخش در راستای ایجاد لذت، تحول و حال خوب برای گردشگران در مقاصد و جاذبه‌های گردشگری یاری رساند. برای مثال، بازاریابان سفر و گردشگری نیز با شناخت ابعاد مدل‌ها و نظریه‌های ارتقاء حس بهزیستی گردشگر می‌توانند برنامه‌هایی را طراحی کنند که نیاز به لذت، خودشکوفایی، رشد و توسعه فردی و معنای گردشگر را برآورده کند. نمی‌بایست فراموش کرد که عدم توجه به مدل‌ها و نظریه‌های ارتقاء حس بهزیستی گردشگر، ماهیت و مفهوم بهزیستی در گردشگری را متزلزل و به تبع، برنامه‌ریزی را در مورد آن مختل خواهد کرد. همچنین شناخت این مدل‌ها و نظریه‌ها به محققان و پژوهش‌گران در حوزه‌های مختلف گردشگری کمک می‌کند تا مناسب‌ترین مدل را در مطالعات بهزیستی خود در مقاصد و جاذبه‌های مختلف، انواع شاخه‌های گردشگری و انواع گردشگران، انتخاب و در نهایت پیشنهادات کاربردی جهت ارتقاء حس بهزیستی گردشگر ارائه نمایند. موارد فوق از کاربردهای عملی و علمی پژوهش حاضر می‌باشد.

مانند هر پژوهشی، پژوهش حاضر نیز با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود. اتکا به پژوهش‌های نمایه‌شده در یک پایگاه اطلاعاتی، محدودکردن نوع مدرک به مقاله‌ها و زبان انگلیسی ممکن است بر جامعیت داده‌ها اثر گذاشته و برخی مدرک‌های مرتبط نادیده گرفته شود. انتخاب معیارهای بیشتر مانند انواع مختلف مقالات و فصول کتاب یا استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی مانند Web of Science می‌تواند جامعیت یافته‌ها را افزایش دهد. در این مطالعه ادبیات پژوهش به طور وسیعی مرور شد تا تفسیر داده‌ها و کسب اطلاعات دقیق و کامل ممکن شود. با این حال، با توجه به تعداد زیاد مطالعات در حوزه سنجش بهزیستی، تحلیل محتوای کیفی تمامی پژوهش‌ها ممکن نبود. پژوهش‌های آتی می‌توانند به بررسی عمیق‌تر مدل‌ها و نظریه‌های سنجش و ارتقاء بهزیستی در گردشگری بپردازد. از طرفی پژوهش حاضر فقط به بررسی پژوهش‌های بهزیستی در مقاصد گردشگری به‌طور کلی پرداخته، بنابراین پژوهش‌های کتاب‌سنجی آتی می‌توانند با تمرکز بر هرکدام از انواع گردشگری مانند گردشگری تندرستی، طبیعت‌گردی، گردشگری مذهبی و معنوی و موزه‌ها حتی با تمرکز بر انواع بازدیدکنندگان نظیر سالمندان و جوانان به بررسی دقیق‌تر موضوع ارتقاء حس بهزیستی بپردازند. مرور سیستماتیک کیفی و کمی بهزیستی هدونیک و ایدایمونیک و پایداری، مرور سیستماتیک بهزیستی روان‌شناختی در بستر گردشگری، مرور سیستماتیک بهزیستی ذهنی گردشگر در مقاصد گردشگری نیز می‌تواند در آینده مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند. علاوه بر این، پژوهش‌های مروری کیفی و کمی در مورد سنجش و ارتقاء حس بهزیستی جامعه محلی، بخش هتل و مهمان‌نوازی، حتی کارکنان بخش گردشگری مورد نیاز است که می‌توانند در پژوهش‌های آتی مورد بررسی قرار گیرند. همچنین توصیه می‌شود به دلیل تازگی مدل درآما، این مدل برای بررسی ارتقاء بهزیستی گردشگر در مقاصد، جاذبه‌های گردشگری و در انواع شاخه‌های مختلف گردشگری مورد



حامی مالی

بنا به اظهار نویسندهٔ مسؤول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

مقاله مستخرج از رسالهٔ دکتری نویسندهٔ اول، به راهنمایی و مشاورهٔ نویسندهٔ دوم و سوم بوده است.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همهٔ افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.



منابع

- Alexandrova, A. (2012). Well-being as an object of science. *Philosophy of Science*, 79(5), 678–689.
<https://doi.org/10.1086/667870>
- Alipour, H.; Rezapouraghdam, H.; Esmaeili, B. (2020). Public health and tourism; a personalist approach to community well-being: A narrative review. *Iran. J. Public Health*, 49, 447–453.
- Alizadeh, A., Higham, J., Filep, S., Moyle, B., & Vada, S. (2024). Responsible behaviour and psychological well-being in tourism: the triple helix model. *Journal of responsible tourism management*, 4(1), 1-21.
<http://dx.doi.org/10.47263%2FJRTM.04-01-01>
- Berno, T., & Ward, C. (2005). Innocence abroad: A pocket guide to psychological research on tourism. *American Psychologist*, 60(6), 593.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.60.6.593>
- Bosangit, C., Hibbert, S., & McCabe, S. (2015). If I was going to die I should at least be having fun: Travel blogs, meaning and tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 55, 1-14.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.08.001>
- Bosnjak, M., C. A. Brown, D. J. Lee, G. B. Yu, and M. J. Sirgy. (2016). Self-Expressiveness in Sport Tourism. *Journal of Travel Research* 55 (1): 125–
34.
<https://doi.org/10.1177/0047287514535845>
- Brooks, C., Waterton, E., Saul, H., & Renzaho, A. (2023). Exploring the relationships between heritage tourism, sustainable community development and host communities' health and wellbeing: A systematic review. *PloS one*, 18(3), e0282319.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282319>
- Brunner-Sperdin A, Peters M and Strobl A . (2012). It is all about the emotional state: managing tourists' experiences. *International Journal of Hospitality Management* 31(1): 23–30.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.004>
- Bueddefeld, J., & Duerden, M. D. (2022). The transformative tourism learning model. *Annals of Tourism Research*, 94, Article 103405.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103405>
- Buzinde, C. (2020). Theoretical linkages between well-being and tourism: The case of self-determination theory and spiritual tourism. *Annals of Tourism Research*, 83, Article 102920.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102920>
- Câmara, E., Pocinho, M., Agapito, D., & Jesus, S. N. D. (2022). Positive psychology, well-being, and

- mindfulness: A successful partnership towards the development of meaningful tourist experiences. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 10(1), 21-38.
- <https://doi.org/10.34623/m7xe-a661>
- Câmara, E., Pocinho, M., de Jesus, S. N., & Agapito, D. (2024). Senior Tourists' Well-being, Happiness, and Satisfaction with Life: A Systematic Literature Review. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 12(2), 87-110.
- <https://doi.org/10.34623/jc4r-9a80>
- Carlisle, S., Henderson, G., & Hanlon, P. W. (2009). 'Wellbeing': A collateral casualty of modernity? *Social Science & Medicine*, 69, 1556-1560.
- <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.08.029>
- Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction and flow experience. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219-247.
- <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.739189>
- Chang, L., Moyle, B. D., Dupre, K., Filep, S., & Vada, S. (2022). Progress in research on seniors' well-being in tourism: A systematic review. *Tourism management perspectives*, 44, 101040.
- <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101040>
- Cheer, J. M. (2020). Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: a conceptual touchstone. *Tourism Geographies*, 22(3), 514-524.
- <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765016>
- Chen, Y., Lin, Z., Filieri, R., & Liu, R. (2021). Subjective well-being, mobile social media and the enjoyment of tourism experience: a broaden-and-build perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(10), 1070-1080.
- <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1952285>
- Chirakranont, R., & Sakdiyakorn, M. (2022). Conceptualizing meaningful tourism experiences: Case study of a small craft beer brewery in Thailand. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100691.
- <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100691>
- Chon, K. (1992). Self-Image/destination-image congruity. *Annals of Tourism Research*, 19, 360-363.
- Chon, K., & Olsen, M. D. (1991). Functional and symbolic congruity approaches to consumer satisfaction/dissatisfaction in tourism. *Journal of the International Academy of Hospitality Research*, 3.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). Finding flow: The psychology of engagement with everyday life. Basic Book.



- Csikszentmihalyi, M., (1975a). Beyond boredom and anxiety. London: Jossey-Bass.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. In P. A. M. Van Lange. <https://www.torrossa.com/en/re-sources/an/4912667#page=438>
- Demeter, C., MacInnes, S., & Dolnicar, S. (2023). Defining and operationalizing eight forms of eudaimonia and hedonia and assessing tourism-specific context-dependency. *Journal of Travel Research*, 62(7), 1448-1459.
[DOI: 10.1177/00472875221133042](https://doi.org/10.1177/00472875221133042)
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1-31. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2004.00501001.x>
- Dillette, A. K., Douglas, A. C., & Andrzejewski, C. (2019). Yoga tourism - a catalyst for transformation? *Annals of Leisure Research*, 22(1), 22-41. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1459195>
- Dillette, A., Douglas, A., & Martin, D. (2018). Do vacations really make us happier? Exploring the relationships between wellness tourism, happiness and quality of life. *Journal of Tourism & Hospitality*, 7(3).
<https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000355>
- Dolnicar, S., Yanamandram, V., Cliff, K., 2012. The contribution of vacations to quality of life. *Annals of Tourism Research* 39 (1), 59-83.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.015>
- Emich, K. J., Kumar, S., Lu, L., Norder, K., & Pandey, N. (2020). Mapping 50 Years of Small Group Research Through Small Group Research. *Small Group Research*, 51(6), 659-699. <https://doi.org/10.1177/1046496420934541>
- Ewert, A., R. Zwart, and C. Davidson. (2020). Underlying Motives for Selected Adventure Recreation Activities: The Case for Eudaimonics and Hedonics. *Behavioral Sciences* 10 (12): 185. <https://doi.org/10.3390/bs10120185>
- Filep, S. (2014). Moving beyond subjective well-being. *A tourism critique*, 38(2), 266-274.
<https://doi.org/10.1177/1096348012436609>
- Filep, S., & Deery, M. (2010). Towards a Picture of Tourists' Happiness. *Tourism Analysis*, 15(4), 399-410.
<https://doi.org/10.3727/108354210X12864727453061>
- Filep, S., & Laing, J. (2019). Trends and directions in tourism and positive psychology. *Journal of Travel Research*, 58(3), 343-354.

- <https://doi.org/10.1177/0047287518759227>
- Filep, S., Moyle, B. D., & Skavronskaya, L. (2024). Tourist wellbeing: Re-thinking hedonic and eudaimonic dimensions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(1), 184-193. <https://doi.org/10.1177/10963480221087964>
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362. <https://doi.org/10.1002/job.322>
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S. N., & Rieber, M. S. (2018). Positive psychology & tourism: A systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 41-51. <http://orcid.org/0000-0002-2970-9078>
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S. N., & Rieber, M. S. (2018). Positive psychology & tourism: A systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 41-51. <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2018.14304>
- Goh, H. K., & Litvin, S. W. (2000). Destination preference and self-congruity. *Proceedings of Travel and Tourism Research Association Annual Conference*, San Fernando Valley, CA, 197-203.
- Goodman, F. R., Disabato, D. J., Kashdan, T. B., & Kauffman, S. B. (2017). Measuring well-being: A comparison of subjective well-being and PERMA. *The Journal of Positive Psychology*, 13(4), 321-332. <https://doi.org/10.1080/17439760.2017.1388434>
- Gretzel, U., & Stankov, U. (2021). ICTs and well-being: challenges and opportunities for tourism. *Information Technology & Tourism*, 23, 1-4. <https://doi.org/10.1007/s40558-021-00198-2>
- Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. *The science of subjective well-being*, 17-43.
- He, X.; Su, L.; Swanson, S.R. (2020). The service quality to subjective well-being of Chinese tourists connection: A model with replications. *Curr. Issues Tour.* 23, 2076-2092.



- <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1755240>
- Henderson, L., & Knight, T. (2012). Integrating the hedonic and eudaimonic perspectives to more comprehensively understand wellbeing and pathways to wellbeing.
<https://doi.org/10.5502/ijw.v2i3.3>
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281. doi: 10.1006/jevp.2001.0221
- Horvath, P. (2018). The relationship of psychological construals with well-being. *New ideas in psychology*, 51, 15-20.
<https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2018.04.008>
- Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & management*, 41(7), 853-868.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.014>
- Huang, K., Pearce, P. L., Wu, M. Y., & Wang, X. Z. (2019). Tourists and Buddhist heritage sites: An integrative analysis of visitors' experience and happiness through positive psychology constructs. *Tourist Studies*, 19(4), 549-568.
<https://doi.org/10.1177/1468797619850107>
- Huta, V., & Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15(6), 1425-1456.
<https://doi.org/10.1007/s10902-013-9485-0>
- Jeon H, Ok C and Choi J (2018) Destination marketing organization website visitors' flow experience: an application of Plog's model of personality. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35(4): 397-409.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1358234>
- Kahneman, D., Kubovy, M., Diener, E., & Schwartz, N. (1999). *Well-being: The foundations of hedonic psychology*. Russell Sage Foundation.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.socec.2005.06.003>
- Karasakal, S., & Albayrak, T. (2022). How to create flow experience during travel: The role of destination attributes. *Journal of Vacation Marketing*, 28(3), 303-318.
<https://doi.org/10.1177/13567667211053386>
- Kastenholz, E. (2004). Assessment and role of destination-self-congruity. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 719-723.

- Keyes, C. L. M. (1998). Social well-being. *Social Psychology Quarterly*, 61, 121-140.
<https://doi.org/10.2307/2787065>
- Keyes, C. L. M., & Shapiro, A. D. (2004). Social well-being in the United States: A descriptive epidemiology. In O. G. Brim, C. D. Ryff, & R. C. Kessler (Eds.), *How healthy are we? A national study of well-being at midlife* (pp. 350-372). Chicago, IL: University of Chicago Press.
<https://doi.org/10.7208/9780226074764-013>
- Kim, H., Kim, Y. G., & Woo, E. (2021). Examining the impacts of touristification on quality of life (QOL): The application of the bottom-up spillover theory. *The Service Industries Journal*, 41(11-12), 787-802.
<https://doi.org/10.3727/108354214X14116690098016>
- Kim, H.; Kim, Y.G.; Woo, E. (2021). Examining the impacts of touristification on quality of life (QOL): The application of the bottom-up spillover theory. *Serv. Ind. J.* 41, 787-802.
<https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1722652>
- Konstantopoulou, C., Varelas, S., & Liargovas, P. (2024). Well-Being and Tourism: A Systematic Literature Review. *Economies*, 12(10), 281.
<https://doi.org/10.3390/economies12100281>
- Kosykh, O., Roh, H., & Hart, R. (2023). Self-expressiveness in slow tourism as a sustainable driver: The trans-Siberian railway travel experience. *Sustainability*, 15(10), 8011.
<https://doi.org/10.3390/su15108011>
- Kosykh, O., Roh, H., & Hart, R. (2023). Self-expressiveness in slow tourism as a sustainable driver: The trans-Siberian railway travel experience. *Sustainability*, 15(10), 8011.
<https://doi.org/10.3390/su15108011>
- Kruger, S. M., Sirgy, J., Lee, D., & Yu, G. (2015). Does life satisfaction of tourists increase if they set travel goals that have high positive valence? *Tourism Analysis*, 20(2), 173-188.
<https://doi.org/10.3727/108354215X14265319207353>
- Laing, J. H., & Frost, W. (2017). Journeys of well-being: Women's travel narratives of transformation and selfdiscovery in Italy. *Tourism Management*, 62, 110-119.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.004>
- Lambert, L., Passmore, H.-A., & Holder, M. D. (2015). Foundational frameworks of positive psychology: Mapping well-being orientations. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 56(3), 311-321.
[doi:10.1037/cap0000033](https://doi.org/10.1037/cap0000033)



- Land, K. C., & Michalos, A. C. (2018). Fifty years after the social indicators movement: Has the promise been fulfilled? An assessment an agenda for the future. *Social Indicators Research*, 135, 835-868.
<https://doi.org/10.1007/s11205-017-1571-y>
- Lee, D. J., Kruger, S., & Uysal, M. (2014). Validating a customer well-being index related to natural wildlife tourism. *Tourism Management*, 45, 171-180. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.04.002>
- Lee, W., & Jeong, C. (2020). Beyond the correlation between tourist eudaimonic and hedonic experiences: necessary condition analysis. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2182-2194. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1611747>
- Lee, W., & Jeong, C. (2021). Distinctive roles of tourist eudaimonic and hedonic experiences on satisfaction and place attachment: Combined use of SEM and necessary condition analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 58-71.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.012>
- Lengieza, M. L., Hunt, C. A., & Swim, J. K. (2019). Measuring eudaimonic travel experiences. *Annals of Tourism Research*, 74, 195-197.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.05.002>
- Li, Y., Song, H., & Guo, R. (2021). A study on the causal process of virtual reality tourism and its attributes in terms of their effects on subjective well-being during COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1019.
<https://doi.org/10.3390/ijerph18031019>
- Liberman, N., Sagristano, M. D., and Trope, Y. (2002). The Effect of Temporal Distance on Level of Mental Construal. *Journal of experimental social psychology*, 38(6), 523-534.
[https://doi.org/10.1016/S0022-1031\(02\)00535-8](https://doi.org/10.1016/S0022-1031(02)00535-8)
- Lin, Z., & Rasoolimanesh, S. M. (2022). Sharing tourism experiences in social media: a systematic review. *Anatolia*, 1-15.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2022.2120029>
- Lindell, L., Sattari, S., & Höckert, E. (2022). Introducing a conceptual model for wellbeing tourism-going beyond the triple bottom line of sustainability. *International journal of Spa and Wellness*, 5(1), 16-32.
<https://doi.org/10.1080/24721735.2021.1961077>
- Liu, L.; Zhou, Y.; Sun, X. The Impact of the Wellness Tourism Experience on Tourist Well-Being: The Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Sustainability* 2023, 15, 1872.

- <https://doi.org/10.3390/su15031872>
- Lochrie, S., Baxter, I. W., Collinson, E., Curran, R., Gannon, M. J., Taheri, B., ... & Yalinay, O. (2019). Self-expression and play: can religious tourism be hedonistic?. *Tourism Recreation Research*, 44(1), 2-16.
- <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1545825>
- Lunardo, R., & Ponsignon, F. (2020). Achieving immersion in the tourism experience: The role of autonomy, temporal dissociation, and reactance. *Journal of Travel Research*, 59(7), 1151-1167.
- <https://doi.org/10.1177/0047287519878509>
- Lundin, E., Soulard, J., & Stewart, W. (2023). A broaden-and-build theoretical perspective on dark tourism visitors' transformative emotional journeys. *Leisure Sciences*, 1-25.
- <https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2196272>
- Luo, J.M.; Lam, C.F.; Fan, D.X.F. (2020). The development of measurement scale for entertainment tourism experience: A case study in Macau. *Curr. Issues Tour.*, 23, 852-866.
- <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1556251>
- Magano, J., Fraiz-Brea, J. A., & Leite, Â. (2023). Dark tourism, the holocaust, and well-being: A systematic review. *Heliyon*, 9(1).
- <https://www.cell.com/heliyon>
- Mariqueo-Russell, A. (2023). Well-being and the Problem of Unstable Desires. *Utilitas*, 35(4), 260-276.
- <https://doi.org/10.1017/S0953820823000171>
- Massara, F., and Severino, F. (2013). Psychological Distance in the Heritage Experience. *Annals of Tourism Research*, 42, 108-129.
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.005>
- McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42-65.
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.001>
- McCabe, S., Joldersma, T., & Li, C. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life. *International journal of tourism research*, 12(6), 761-773.
- <https://doi.org/10.1002/jtr.791>
- Mendes, J., Medeiros, T., Silva, O., Tomás, L., Silva, L., & Ferreira, J. A. (2022). PERMA model of well-being applied to Portuguese senior tourists: A confirmatory factor analysis. *Sustainability*, 14(13), 7538.
- <https://doi.org/10.3390/su14137538>
- Mendes, J., Medeiros, T., Silva, O., Tomás, L., Silva, L., & Ferreira, J. A. (2022). PERMA model of well-being applied



- to Portuguese senior tourists: A confirmatory factor analysis. *Sustainability*, 14(13), 7538.
<https://doi.org/10.3390/su14137538>
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of tourism research*, 36(2), 316-334.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.01.002>
- Młynkowiak-Stawarz, A. (2023). Do Polish tourists want wellbeing tourism? Preferences for wellbeing tourism versus the psychological wellbeing of individuals. *e-mentor*, 99(2), 56-68.
<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1148163>
- Młynkowiak-Stawarz, A. (2023). Do Polish tourists want wellbeing tourism? Preferences for wellbeing tourism versus the psychological wellbeing of individuals. *e-mentor*, 99(2), 56-68.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1-15.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.015>
- Nawijn, J. (2010). The holiday happiness curve: A preliminary investigation into mood during a holiday abroad. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 281-90.
<https://doi.org/10.1002/jtr.756>
- Nawijn, J., & Veenhoven, R. (2011). The effect of leisure activities on life satisfaction: The importance of holiday trips. In I. Brdar (Ed.), *The human pursuit of well-being: A cultural approach* (pp. 39-53). Dordrecht, the Netherlands/Heidelberg, Germany/London/New York: Springer.
https://doi.org/10.1007/978-94-007-1375-8_4
- Neal, J. D., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2007). The Effect of Tourism Services on Travelers' Quality of Life. *Journal of Travel Research*, 46(2), 154-163.
[doi:10.1177/0047287507303977](https://doi.org/10.1177/0047287507303977)
- Neuhofer, B., Celuch, K., & To, T. L. (2020). Experience design and the dimensions of transformative festival experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(9), 2881-2901.
<https://doi.org/10.1108/ijchm-01-2020-0008>
- Newman, D. B., Tay, L., & Diener, E. (2014). Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*, 15(3), 555-578.
<https://doi.org/10.1007/s10902-013-9435-x>
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.

- Pocinho, M., Garcês, S., & De Jesus, S. N. (2022). Wellbeing and resilience in tourism: A systematic literature review during COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 12, 748947.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.748947>
- Pope, E. (2018). Tourism and wellbeing: Transforming people and places. *International Journal of Spa and Wellness*, 1(1), 69–81.
<https://doi.org/10.1080/24721735.2018.1438559>
- Pourfakhimi, S., Nadim, Z., Prayag, G., & Mulcahy, R. (2020). The influence of neophobia and enduring food involvement on travelers' perceptions of wellbeing: evidence from international visitors to Iran. *International Journal of Tourism Research*, 23(2), 178–191.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2391>
- Pourjahan, S., Mohajer, B., & Kuhzady, S. (2022). Creative Tourism Planning Theory Framework: A Systematic Review. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(41), 103–121.
[doi:10.22080/jtpd.2022.22659.3631](https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.22659.3631). [in Persian]
- Pung JM, Gnoth J and Del Chiappa G. (2020). Tourist transformation: towards a conceptual model. *Annals of Tourism Research* 81: 102885.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102885>
- Pyke, J., Pyke, S., & Watuwa, R. (2019). Social tourism and well-being in a first nation community. *Annals of Tourism Research*, 77, 38–48.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.013>
- Pyke, S, Hartwell, H, Blake, A, Hemingway, A. (2016). Exploring well-being as a tourism product resource, *Tourism Management*, Volume 55, Pages 94–105, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.004>
- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2016). Exploring well-being as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 94–105.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.004>
- Qunming Z, Rong T, Ting M, et al. (2017) Flow experience study of eco-tourists: A case study of Hunan Daweishan Mountain ski area. *Journal of Resources and Ecology* 8(5): 494–501.
<https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2017.05.007>
- Rahmani, K., Gnoth, J., & Mather, D. (2018). Hedonic and eudaimonic well-being: A psycholinguistic view. *Tourism Management*, 69, 155–166.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.008>
- Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Leong, J. K. (2003). The Collective Impacts of a Bundle of Travel Determinants on Repeat Visitation. *Journal of*



- Hospitality & Tourism Research, 27(2), 217-236.
[doi:10.1177/1096348003027002005](https://doi.org/10.1177/1096348003027002005)
- Rossetti, G., Jepson, A., & Albanese, V. E. (2024). Food festivals and well-being: Extending the PERMA model. *Annals of Tourism Research*, 107, 103772.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103772>
- Ruggeri, K., Garcia-Garzon, E., Maguire, Á., Matz, S., & Huppert, F. A. (2020). Well-being is more than happiness and life satisfaction: a multidimensional analysis of 21 countries. *Health and quality of life outcomes*, 18, 1-16.
<https://doi.org/10.1186/s12955-020-01423-y>
- Ryan, R. (2009). Self-determination theory and wellbeing. *Social Psychology*, 84(822), 848.
https://www.welldev.org.uk/wed-new/network/research-review/Review_1_Ryan.pdf
- Ryff, C. D., & Singer, B. H. (2006). Best news yet on the six-factor model of well-being. *Social science research*, 35(4), 1103-1119.
<https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2006.01.002>
- Scannell, L., Gifford, R., 2010. Defining place attachment: a tripartite organizing framework. *J. Environ. Psychol.* 30 (1), 1-10.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvvp.2009.09.006>
- Scarpi, D., & Raggiotto, F. (2023). A construal level view of contemporary heritage tourism. *Tourism Management*, 94, 104648.
<https://www.elsevier.com/locate/tourman>
- Seligman, M. (2018). PERMA and the building blocks of well-being. *The Journal of Positive Psychology*, 13(4), 333-335.
<https://doi.org/10.1080/17439760.2018.1437466>
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: Empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60(5), 410-421.
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410>
- Shekari, F. (2023). Proposing a Multi-faceted Conceptual Framework for Religious Tourist Experience: A Systematic Review., *Tourism Management Studies*, 18(63), 105-148.
[doi:10.22054/tms.2023.74621.2848](https://doi.org/10.22054/tms.2023.74621.2848) [in Persian]
- Sheldon, K. M., & Lucas, R. E. (2014). Stability of happiness: Theories and evidence on whether happiness can change. Elsevier.
- Sheldon, K. M., & Lyubomirsky, S. (2012). The challenge of staying happier: Testing the hedonic adaptation prevention model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(5),

- 670-680. <https://doi.org/10.1177/0146167212436400>
- Sirgy, M. J., & Uysal, M. (2016). Developing a eudaimonia research agenda in travel and tourism. *Handbook of eudaimonic well-being*, 485-495. https://doi.org/10.1007/978-3-319-42445-3_32
- Sirgy, M. (2019). Promoting quality-of-life and well-being research in hospitality and tourism. *J. Travel Tour. Mark.* 36, 1-13. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1526757>
- Sirgy, M.J., Uysal, M. & Kruger, S. (2017). Towards a Benefits Theory of Leisure Well-Being. *Applied Research Quality Life* 12, 205-228. <https://doi.org/10.1007/s11482-016-9482-7>
- Smith, M. K., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.006>
- Sohn, E; Yuan, J. (2011). Tourist Self-concept, Self-congruity, and Travel Behavior based on Cultural Event. <https://hdl.handle.net/20.500.14394/30058>
- Song, G., Edelman, J., & Johnson, J. (2024). Positive tourist experience: The PERMA approach for understanding the well-being of young tourists. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 72(4), 654-659. <https://hrcak.srce.hr/319816>
- Song, G., Edelman, J., & Johnson, J. (2024). Positive Tourist Experience: The PERMA Approach for Understanding the Well-Being of Young Tourists. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 72(4), 654-659. <https://doi.org/10.37741/t.72.4.11>
- Sop, S.A. (2020). Self-congruity theory in tourism research: A systematic review and future research directions. *European Journal of Tourism Research* 26, 2604. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Sop, S.A. (2020). Self-congruity theory in tourism research: A systematic review and future research directions. *European Journal of Tourism Research* 26, 2604. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v26i.1935>
- Soulard, J., McGehee, N., & Knollenberg, W. (2021). Developing and testing the transformative travel experience scale (TTES). *Journal of Travel Research*, 60(5), 923-946. <https://doi.org/10.1177/0047287520919511>
- Stebbins, R. A. (2018). Leisure and the positive psychological states. *The Journal of Positive Psychology*, 13(1), 8-17.



- <https://doi.org/10.1080/17439760.2017.1374444>
- Steger, M. F. (2012). Experiencing meaning in life: Optimal functioning at the nexus of spirituality, psychopathology, and well-being. In P. T. P.
- Su, L., B. Tang, and J. Nawijn. (2020). Eudaimonic and Hedonic Wellbeing Pattern Changes: Intensity and Activity. *Annals of Tourism Research* 84:103008. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103008S>
- Su, L., Tang, B., & Nawijn, J. (2021). How tourism activity shapes travel experience sharing: Tourist well-being and social context. *Annals of Tourism Research*, 91, 103316. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103316>
- Su, L.; Swanson, S.R.; Chen, X. (2018). Reputation, subjective well-being, and environmental responsibility: The role of satisfaction and identification. *J. Sustain. Tour.* 26, 1344-1361. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1443115>
- Tasci, A. D. A., & Godovykh, M. (2021). An empirical modeling of transformation process through trip experiences. *Tourism Management*, 86, Article 104332. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104332>
- Thal, K. I., & Hudson, S. (2019). A conceptual model of wellness destination characteristics that contribute to psychological well-being. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(1), 41-57. <https://doi.org/10.1177/1096348017704498>
- Vada, S., C. Prentice, and A. Hsiao. 2019. The Role of Positive Psychology in Tourists' Behavioural Intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services* 51:293-303. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.015>
- Vada, S., Filep, S., Moyle, B., Gardiner, S., & Tuguinay, J. (2023). Welcome back: Repeat visitation and tourist well-being. *Tourism Management*, 98, 104747. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104747>
- Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020). Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100631. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100631>
- Voigt, C., Howat, G., & Brown, G. (2010). Hedonic and eudaimonic experiences among wellness tourists: An exploratory enquiry. *Annals of Leisure Research*, 13(3), 541-562. <https://doi.org/10.1080/11745398.2010.9686862>
- Waterman, A.S.; Schwartz, S.J.; Conti, R. (2008). The implications of two conceptions of happiness (hedonic enjoyment and eudaimonia) for the understanding of intrinsic

- motivation. *J. Happiness Stud.* 9, 41-79.
<https://doi.org/10.1007/s10902-006-9020-7>
- Wilson, E., & Harris, C. (2006). Meaningful travel: Women, independent travel and the search for self and meaning. *Tourism*, 54(2), 161-172. Retrieved from.
<https://www.researchgate.net/publication/37358209>
- Wu JJ and Chang YS (2005) Towards understanding members' interactivity, trust, and flow in online travel community. *Industrial Management & Data Systems* 105(7): 937-954.<https://doi.org/10.1108/02635570510616120>
- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arco-dia, C. (2018). Power and empowerment: How Asian solo female travelers perceive and negotiate risks. *Tourism Management*, 68,32-45.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.017>
- Youyin, Z. H. A. N. G., Lihong, Y., Lei, J. I. A. N. G., Zhandong, Y. A. N. G., & Heng, X. U. (2024). Exploring the Relationship between Tourist Involvement and the Tourists' Authentic Happiness from the Perspective of Constructive-Developmental Theory. *Journal of Resources and Ecology*, 15(3), 782-792.
<https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2024.03.023>
- Yu, J., Smale, B., & Xiao, H. (2021). Examining the change in wellbeing following a holiday. *Tourism Management*, 87, 104367.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104367>
- Zhang SN, Li YQ, Liu CH, et al. (2021). Does live performance play a critical role in building destination brand equity—A mixed-method study of impression Dahongpao. *Journal of Retailing and Consumer Services* 59: 1-16.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102392>
- Zhang, H., Huang, K., Feng, W. Y., & Zhu, J. J. (2023). Authentic well-being in the third space among Hanfu-wearing Chinese tourists: A PERMA analysis. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101106.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101106>