

第四章 旅游者的人格和态度

- 人格特征与旅游消费行为
- 人格结构与旅游消费决策
- 态度偏好与旅游行为



测试

请做P52-P54的选择



测试结果准确吗？



我们喜欢做类似的测试吗？



▶这反应了我们什么心理呢






▶ 这些测试科学吗





▶ 心理学家们对此展开了
哪些研究呢



- 
- ▶ 我们对自己的未来充满好奇，试图发现一些规律，预测自己的未来；心理学家做这些研究是为了寻求简单而有力的对人进行分类的方法，希望这些方法使他们对人在不同的情境下的行为做出预测。这些研究就是人格理论，人格理论的本质目标说明人与人之间的差异，以对他们的人生经历做出预测。




一、人格特征与旅游消费行为

▶ （一）人格概述

1、人格概念

- 杨国枢：人格是个体与其环境交互作用的过程中所形成的一种独特的身心组织，而此组织使个体于适应环境时在需求、动机、兴趣、态度、价值观念、气质、性向、外形及生理等方面各有不同于其他个体之处。
- 张春兴：人格是个体在对人对己及一切环境中适应事物时所显示的异于别人的性格。



心理学家从许多角度对人格进行了定义，把这些共同的认识概括起来，可以对人格的概念下一个粗略的定义：

人格：是各种心理特征的总和，也是各种心理特征的一个相对稳定的组织结构，在不同的时间和地点，它都影响着一个人的思想、情感和行为，使他有区别于他人的独特的心理品质。

2、人格的形成与发展

受四个主要因素影响



3、人格特征

气质

一个人表现在心理活动动力方面的特征

能力

直接影响活动效率、使活动顺利完成所必须的人格特征

性格

是人对现实的态度和行为的一种心理特征



▶ (二) 人格类型与旅游消费行为

1、心理学研究中的人格类型划分

- 1) 外倾性与内倾型
- 2) 男性气质与女性气质
- 3) 内控性与外倾性
- 4) 自卑型与自尊型



艾森克对人格类型的划分

外倾	冲动、多变、活跃、敏感、 乐观、不安分、攻击他人	善于交际、开朗、活泼、 健谈、随和、有领导能力
	悲观、忧郁、刻板、严肃、 沉默寡言、不善交际	谨慎、深思、镇静、被动、 性情平和、值得信赖
内倾	不稳定	稳定

2、旅游者的人格类型划分

1) 精确型旅游者

2) 随兴型旅游者

类型	主要性格	偏爱的旅游点	旅游交通工具	理想的目标	学习的途径
精确型	沉稳、被动、深思熟虑	迪斯尼世界、拉斯维加斯、故宫	汽车、游览车、邮轮、飞机	松弛身心、适度刺激、纪念品	博物馆、导游、旅游指南
随兴型	喜好交际、好奇、富有冒险精神	野外生存、南极、非洲打猎	自行车、步行	激发活力、高度剧烈的刺激、成长	接触家庭、与人交谈、随机随兴

▶ (三) 自我意识与旅游消费行为

- 1、自我形象与旅游行为
- 2、自我控制与旅游行为
- 3、自我意识的矛盾与旅游行为



自我意识

自我意识是个体对自己的认识和态度，也就是个体对自己身心的评价所形成的“自我形象”



▶ (四) 生活方式与旅游消费行为

1、清静安宁型生活方式的旅游者

2、追新猎奇型生活方式的旅游者

3、活跃交际型生活方式的旅游者



生活方式

一个人的个性特征，主要是指一个人的兴趣、爱好、看法和价值观念等。



二、人格结构与旅游消费决策

▶ (一) 人格结构

1、佛洛伊德的精神分析理论（含人格结构和人格发展）

1) 把人格分为三个层次：本我、自我、超我
三者完全独立，彼此作用构成人格整体

2) 人格发展（[佛洛伊德的人格发展基本描述](#)）

人格发展的基本描述

名称	时间	基本描述
口唇期	婴儿出生后第一年	口唇刺激（吸吮、吃手指、咬东西等）是愉快的来源
肛门期	儿童从1岁到3岁	幼儿由于排泄粪便、解除内急压力所得到的快感经验，而对肛门的活 动产生满足
性器期	儿童四五岁左右	开始产生恋母（男孩）或恋父（女孩）情结，与此同时，他们惧怕 双亲中与自己同性的那个
潜伏期	儿童6岁开始	其兴趣不再限于自己的身体，而是注意周围环境中的事物
青春期	12岁以后	开始对异性产生兴趣，喜欢参加两性组成的活动，而且在心理上逐渐 发展形成与性别关联的职业计划、婚姻理想等

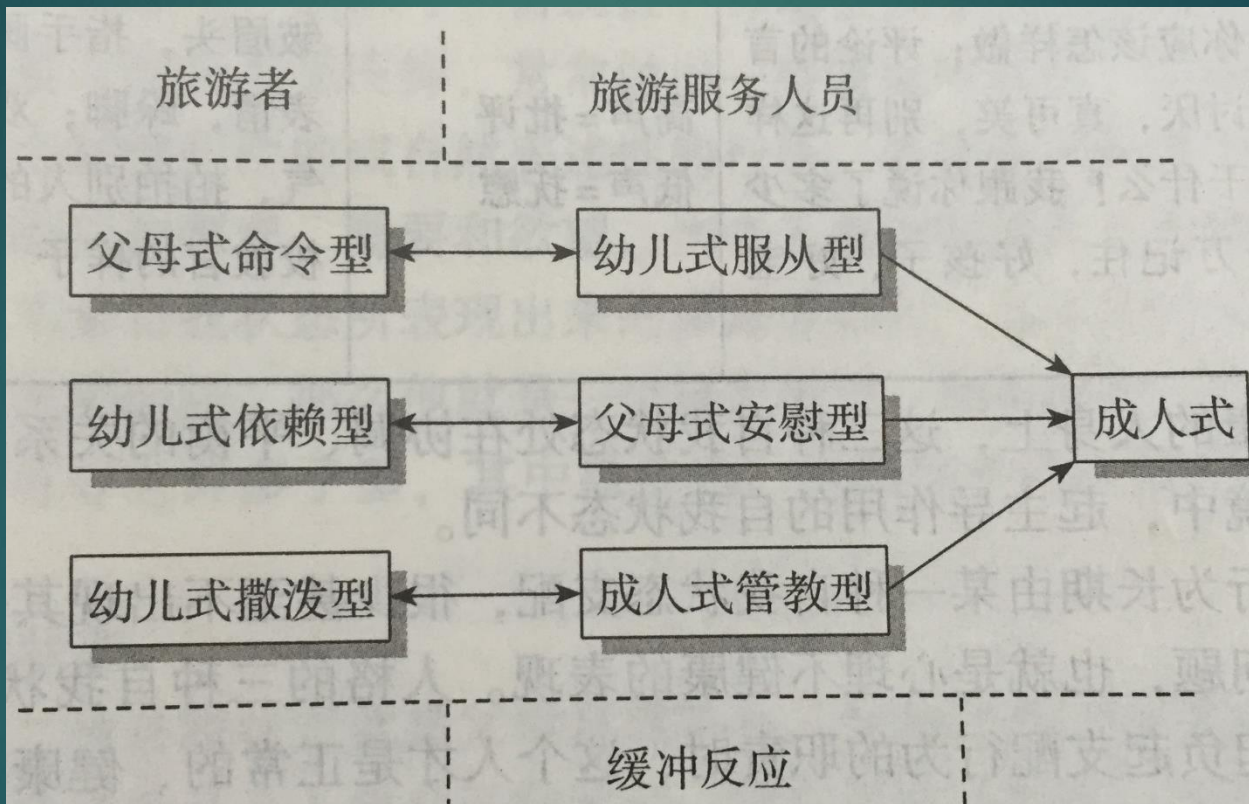
2、埃里克·伯恩新人格理论

1) 把人格分为三个部分或者说人格是有三种状态构成的，分别是父母自我状态、成人自我状态和儿童自我状态。

儿童、成人及父母自我状态的表现

	语言表现	语调	非语言表现
儿童自我状态	孩子的口吻：我想要，我要，我不知道，我不管，我猜，当我长大后，好得多，好极了	激动，热情，高尖的嗓门，尖声嚷嚷，欢乐，愤怒，悲哀，恐惧	喜悦，笑声，咯咯笑，可爱的表情，眼泪，颤抖的嘴唇，噘嘴，发脾气，眼珠滴溜溜地转，垂头丧气的眼神，逗趣，咬指甲，扭身子撒娇
成人自我状态	为什么，什么，哪里，什么时候，谁，有多少，怎么样，有可能，我认为，依我看，我明白了，我看	几乎像计算机那样不假思索	直截了当的表情，舒适自如，不很热情，不激动，漠然
父母自我状态	按理，应该，决不，永远，不要，别，不，让我告诉你应该怎样做；评论的言语：真蠢，真讨厌，真可笑，别再这样做了！你又想干什么！我跟你说了多少遍了？请你千万记住，好孩子，好宝贝，真可怜	高声=批评 低声=抚慰	皱眉头，指手画脚，摇头；惊愕的表情，跺脚；双手叉腰，搓手，叹气，拍拍别人的头，死板，装作军校教官的样子

▶ (二) 人格结构与旅游决策行为



缓冲反应模式（具体到旅游服务过程中）

三、态度偏好与旅游行为

▶（一）态度概述

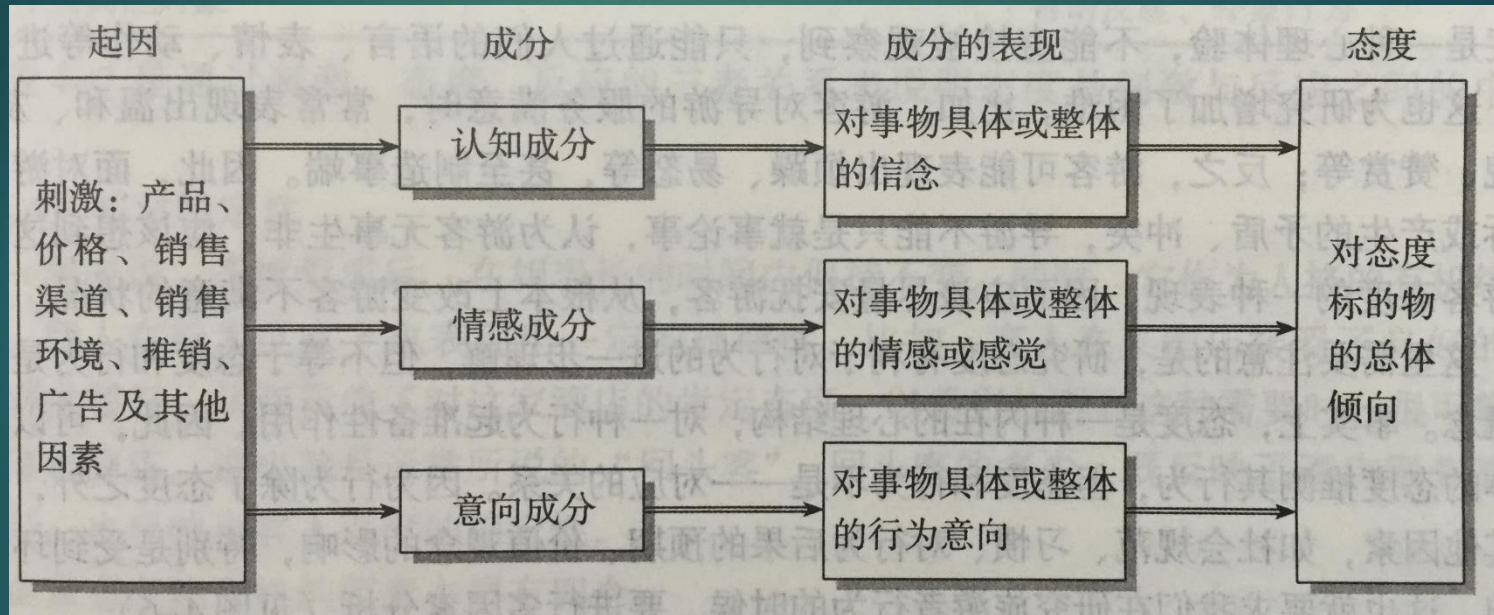
1、态度的概念

态度是一个人以肯定或否定的方式估价某些抽象事物、具体事务或某些情况的心理倾向。

2、态度的成分：

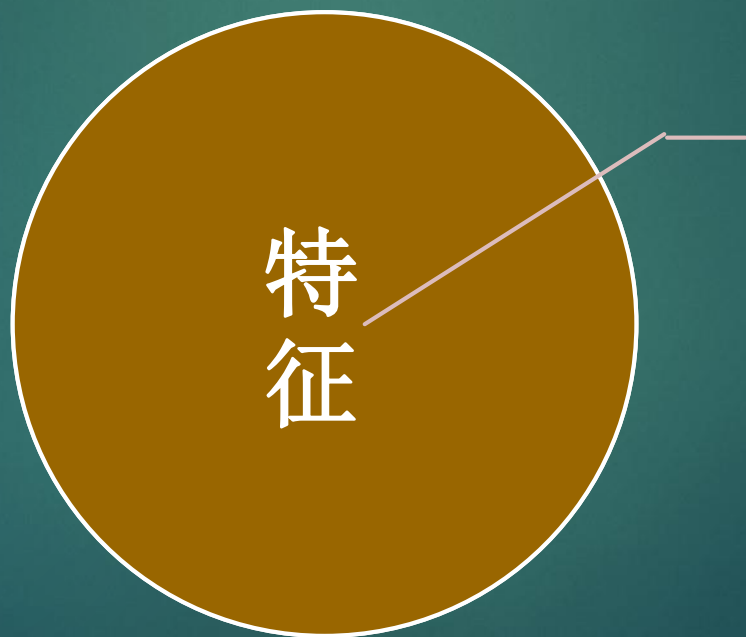


态度的构成及表现





3、态度的特征



对象性

社会性

内隐性

相对稳定性

价值性

调整性





- 促进态度稳定性的因素

态度的结构

态度的因果关系

态度的一致性

态度的强度



案例

1、态度在学习中的作用。

2、看景不如听景



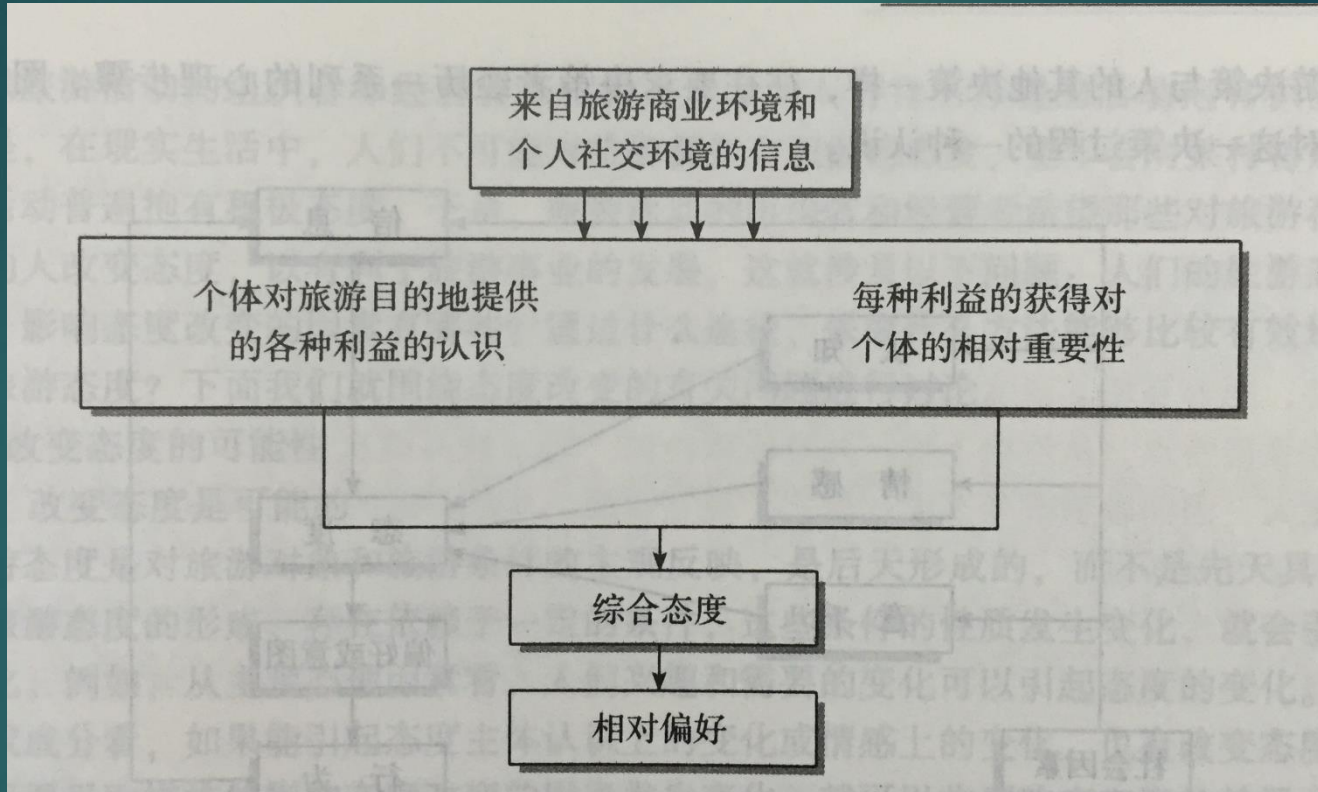
▶ (二) 态度偏好与旅游决策

1、态度与旅游偏好

(1) 态度的强度

(2) 态度的复杂性

2、旅游偏好的形成



旅游偏好的形成

案例

同一度假地的不同旅游偏好



▶ (三) 态度改变与旅游行为

1、改变态度的可能性

(1) 改变态度是可能的

(2) 改变态度的两种形式

态度的两种改变形式

类型	原来的态度	改变后的态度
一致性改变	赞 成	非常赞成
	非常赞成	赞 成
	反 对	非常反对
	非常反对	反 对
非一致性改变	赞 成	反 对
	反 对	赞 成

2、影响旅游者态度改变的因素

(1) 旅游者本身的因素

(2) 态度的特点

(3) 外界条件对态度改变的影响

需要

性格特点

智力水平

自尊心

经验的情绪后果



态度的强度直接影响旅游者态度的改变

态度的价值性也对旅游者的态度产生重要影响

构成态度的三要素

案例 华人受辱致中国游客减少36%，大马高官来华救市





信息的作用



旅游者之间态度的影响



参照群体的影响



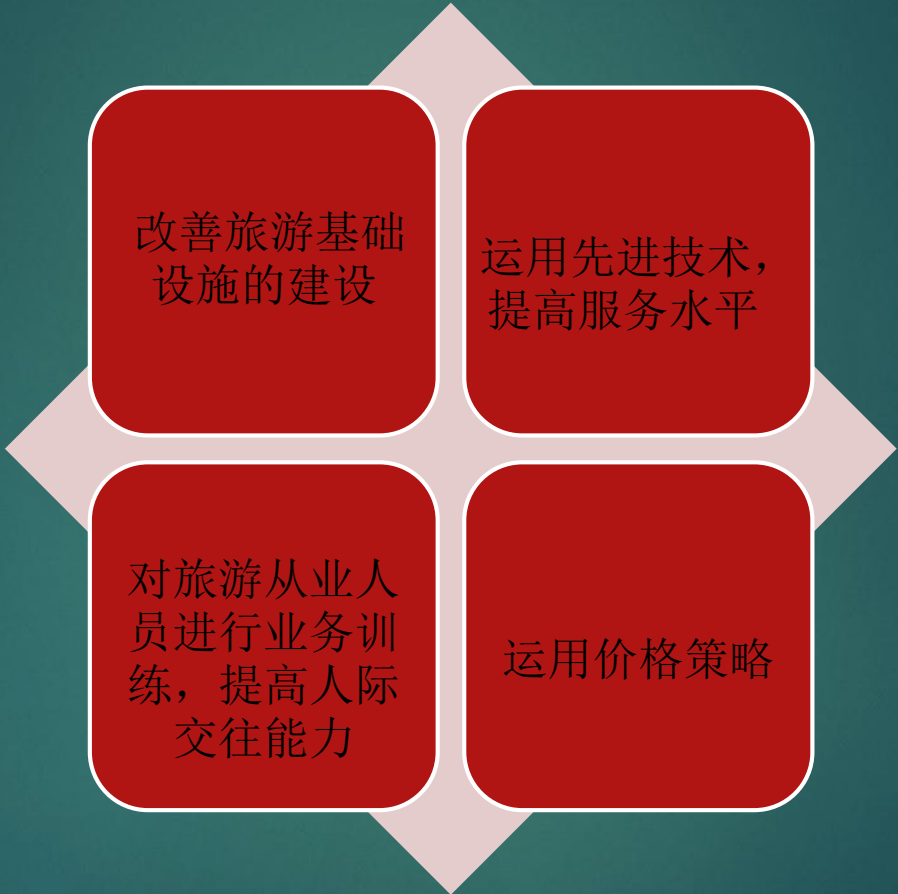
案例 游客登机的从众心理

3、改变旅游者态度的策略

(1) 更新旅游产品，提供旅游产品质量

(2) 重视旅游宣传片

(3) 引导人们参加旅游活动



改善旅游基础设施的建设

运用先进技术，
提高服务水平

对旅游从业人员进行业务训练，提高人际交往能力

运用价格策略



在宣传中注意几下几方面

要进行全方位的适度重复宣传

要有针对性地组织宣传的内容

要逐步提出要求

诉诸理智或诉诸情感

