

CdL SCIENZE DEL TURISMO: IMPRESA, CULTURA E TERRITORIO

# PSICOLOGIA DEL TURISMO

Unità didattica n. 8

DOCENTE: Guido F. Amoretti PhD



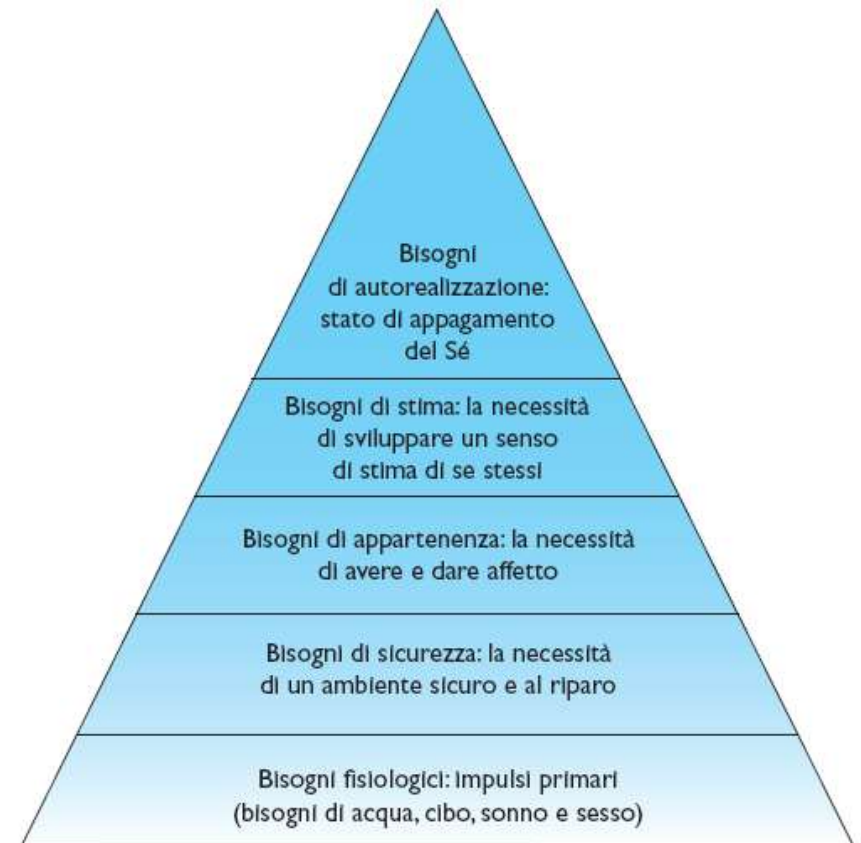
**LA CARATTERIZZAZIONE PSICOLOGICA  
DELLE POPOLAZIONI TARGET**

**LE MOTIVAZIONI**

# RIPRENDENDO IL DISCORSO DELLE MOTIVAZIONI

## ■ Gerarchia dei bisogni (Maslow, 1970)

- Bisogno di autorealizzazione
- Bisogno di stima
- Bisogno di appartenenza
- Bisogno di sicurezza
- Bisogni fisiologici





# IL BISOGNO DI FARE UNA VACANZA???

- Al vertice in quanto realizzabile solo dopo il soddisfacimento di tutti i precedenti? [solo se fatta per uniformarsi a standard sociali]
- Fra i bisogni primari? [solo se vista come relax indispensabile per il mantenimento di un buon stato di salute]
- Fra i bisogni di appartenenza/affiliazione? [solo se vista come evento gruppale]
- A prescindere dalla classificazione gerarchica esistono motivazioni esplicite e motivazioni implicite alla base della scelta di fare un certo tipo di vacanza

# MOTIVAZIONE: RELAX

- Interruzione attività lavorativa
- Svago
- Rifiuto dei ritmi e delle preoccupazioni quotidiane
- Recupero delle energie in vista della ripresa lavorativa
- I tempi sono dettati dai ritmi della produzione
- È la vacanza tipo dei lavoratori dipendenti
- Benché possano esistere eccezioni è per lo più inseribile nel turismo di massa, prevalentemente familiare, concentrato nella stessa fascia temporale, indirizzato a località attrezzate per accogliere grandi quantità di turisti con ampio ventaglio di offerte di servizi a costi medi e medio-bassi

## MOTIVAZIONE: CONOSCERE E SODDISFARE LA CURIOSITA'

- Vacanza culturale
- Ricerca di luoghi ricchi di stimoli culturali
- Approfondimento delle proprie conoscenze storico-artistico-culturali
- Soddisfacimento della propria curiosità di conoscere il mondo
- È una motivazione età indipendente: la differente età dei turisti di questo tipo si declinerà in forme diverse di vacanza (più spartane per i giovani, più «comode» per i più anziani)
- La cultura di partenza e le influenze familiari sembrano essere fattori favorenti



# MOTIVAZIONE: FARE ESPERIENZE NUOVE

- Turismo esperienziale
- Alla ricerca di nuove emozioni
- Alla ricerca di località poco note, fuori dal turismo di massa
- Alla ricerca di luoghi in cui trovare la massima distanza, fisica e mentale, dal quotidiano
- Ma anche luoghi in cui vivere esperienze avventurose, capaci di soddisfare il bisogno di sensation seeking
- Il turista esperienziale è prevalentemente adulto, economicamente indipendente e non ancora legato a doveri parentali (sottopopolazione dello Stadio II)

# MOTIVAZIONE: RICERCA DELLA TRANQUILLITA' FISICA E MENTALE

- Turismo religioso
- Riflessione su se stessi
- Ricerca di una pace interiore
- Ritiro claustrale
- Pellegrinaggio itinerante presso luoghi di culto più o meno famosi



# MOTIVAZIONE: RICERCA DEL BENESSERE PSICO-FISICO

- Benessere psico-fisico e relax in funzione salutista
- Turismo del benessere
  - in chiave curativa (turismo termale)
  - in chiave edonista (beauty farm)
  - in chiave salutista (spa, trattamenti naturopatici e del riequilibrio energetico)
- Le tre declinazioni hanno alla base spinte motivazionali diverse:
  - per il turismo termale sottoporsi a trattamenti curativi/preventivi e rivedere amici e conoscenti che frequentano gli stabilimenti
  - per il turismo estetico ottenere/mantenere un aspetto almeno simile ad un prototipo di fisicità spesso dovuto a convenzioni/pressioni sociali
  - per il turismo salutista occuparsi di sé per migliorare la propria salute attraverso pratiche curative e assunzione di sane abitudini di vita [il relax si raggiunge attraverso la disciplina]

# MOTIVAZIONE: CONTATTO CON LA NATURA

- Turismo ecologico
- Ricerca di luoghi poco frequentati
- Ricerca di stili di vita minimalisti
- Ricerca di cibi salutari e non trattati
- Presa di contatto con standard di vita lontani da quelli vissuti quotidianamente
- Agriturismo

# MOTIVAZIONE: FARE TURISMO IN LIBERTA'

- Turismo in camper o in tenda
- Ricerca della massima libertà
- Turismo itinerante
- Contatto con la natura
- Rifiuto delle comodità
- Turismo economico
- I limiti posti a questo tipo di turismo apparentemente riducono la sua valenza ecologica ma chi lo pratica ci crede ancora



# MOTIVAZIONE: COSI' FAN TUTTI

- Ricerca dell'omologazione sociale
- Vacanza come mantenimento di uno standard di classe
- Vacanza come simbolo di status
- Economicamente onerosa
- Poco proficua in termini di benessere psico-fisico

# MOTIVAZIONE: STUDIO

- Riguarda fascia di popolazione giovane
- Vacanze studio, soggiorni Erasmus
- Acquisizione di competenze linguistiche
- Approfondimento della conoscenza degli usi e costumi della Nazione ospitante
- Desiderio di entrare in contatto con culture diverse
- Riconducibile al turismo culturale

# MOTIVAZIONE: LAVORO

- Un esempio, ma non l'unico, è il turismo congressuale
- Abbinare la necessità di recarsi in altri luoghi per motivi di lavoro con il soddisfacimento della propria curiosità
- Spesso le convention congressuali sono ospitate in località di particolare interesse storico-culturale o paesaggistico



# LE CLASSIFICAZIONI DELLE MOTIVAZIONI IN LETTERATURA

## [1]

- Iso-Ahola [1982]
- Modello bidimensionale caratterizzato da un lato dalla ricerca, dall'altro dall'evitamento
- Ricerca: posti nuovi, nuove esperienze, riposo....
- Evitamento: sfuggire allo stress, uscire dalla routine quotidiana

# LE CLASSIFICAZIONI DELLE MOTIVAZIONI IN LETTERATURA

## [2]

- Dall'Ara [1990] proporre una tripartizione delle motivazioni turistiche:
- Area del sé: la vacanza ha una funzione rigeneratrice per l'individuo
- Area dell'altro da sé: ricerca di esperienze ad alta attivazione emozionale
- Area del dentro di sé: scopo del viaggio è ritrovare se stessi e il senso della propria vita

# LE CLASSIFICAZIONI DELLE MOTIVAZIONI IN LETTERATURA

## [3]

- Yiannakis e Gibson [1992]
- Utilizzano un modello a tre dimensioni bipolari
- Stimolazione vs tranquillità
- Novità vs familiarità
- Strutturazione vs indipendenza
- Ogni individuo si colloca in un punto di ciascuna delle tre dimensioni la cui combinazione determinerebbe la collocazione nello spazio della vacanza ideale.



# LE CLASSIFICAZIONI DELLE MOTIVAZIONI IN LETTERATURA

## [4]

- Ryan e Glendon [1998] [hanno adattato la Leisure motivational scale in ambito turistico] individuano 4 aree:
  - Evitamento
  - Motivi intellettuali
  - Motivi sociali
  - Competenza
- Ma motivazioni e aspettative appaiono mescolate in questo modello

# LO STILE ATTRIBUTIVO: IL LOCUS OF CONTROL [LOC]

- Rotter [1966]
- Non è una motivazione ma il modo con cui attribuiamo le ragioni di ciò che ci accade.
- Locus interno: attribuire gli esiti delle nostre azioni a noi stessi
- Locus esterno: attribuire gli esiti delle nostre azioni al caso o ad altre persone
- Chi ha locus interno ha una percezione positiva della propria autoefficacia [ Bandura, 1997] cioè del livello di confidenza che ciascuno di noi può avere rispetto alla capacità di raggiungere un obiettivo
- Chi ha locus interno preferisce i viaggi in cui è parte attiva della costruzione del viaggio
- Chi ha locus esterno preferisce i viaggi organizzati

# IL MODELLO DI PLOG [1991]

- Non è riferibile alle motivazioni ma è strettamente connesso al concetto di LOC
- Tenta di definire le caratteristiche di personalità del turista collocandolo all'interno di una dimensione bipolare
- Allocentrici vs Psicocentrici
- Gli allocentrici sono dotati di autostima e curiosità, cercano esperienze nuove, sanno mettersi in gioco.
- Gli psicocentrici manifestano insicurezza, sono autocentrati e preferiscono stili di vita poco attivi o avventurosi
- LOC interno → allocentrici
- LOC esterno → psicocentrici



# MODELLO STADIALE: ALCUNE CONFERME

- Il modello stadiale fin qui proposto trova una conferma sostanziale nei lavori di Gibson e Yiannakis (2002), a loro volta ispirati alla teoria di Levinson.
- Essi ipotizzano che le motivazioni turistiche varino nell'arco della vita in funzione dei cambiamenti di ruolo e di compito che le persone esperiscono.
- Potremmo interpretarle come forme di adattamento alle mutate condizioni psico-fisiche, economiche e sociali che si avvicendano nella vita delle persone.