

人格生态特质与山地旅游消费决策行为的 关系: 一个理论分析的思路与框架

THE RELATIONSHIP BETWEEN ECOLOGICAL PERSONALITY TRAITS AND TOURISM AND CONSUMPTION DECISION MAKING BEHAVIOR IN MOUNTAIN ENVIRONMENTS: A THEORETICAL ANALYTICAL THOUGHT

陈品玉

Pinyu Chen

正大管理学院中国研究生院

Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

摘要

本文采用文献分析的研究方法, 梳理人格理论、人格特质理论、山地旅游消费决策行为理论, 提出人格生态特质理论, 并探讨人格特质、山地旅游与旅游消费决策行为之间的关系。认为人格生态特质是一个整体性概念, 生态原型是其核心内容, 人格生态特质制约着个体的行为, 影响着个体对自然环境的态度和行为。故山地旅游消费决策行为受到人格生态特质的影响。

关键词: 人格生态特质, 山地旅游, 消费决策行为

Abstract

This paper adopted documents research based on the theory of personality traits, mountain tourism and consumer behavior theory, to put forward the ecological personality trait theory, and to explore the relationship between personality traits, mountain tourism and tourism consumption decision behavior. Personality traits is a holistic concept, and its core content is the ecological prototype. The decision behavior of mountain tourism consumption is influenced by the character of personality.

Keywords: Ecological personality trait, Tourism and consumption, Decision making behavior

Corresponding Author

E-mail: 593960236@qq.com

引言

近年来, 旅游业迅猛发展, 旅游已从人们的奢侈品转化为必需品, 旅游业已是国民经济和现代服务业的重要组成部分。山地旅游作为一个热点项目, 逐渐受到开发者和旅游者的重视。不少学者对旅游行为进行了广泛研究, 从旅游行为的研究来看, 既有的研究从经济学和行为主义的取向出发, 这通常忽略了人最基本的心理因素。如理性行为和计划行为理论仅仅从行为的过程出发, 而忽略了行为的动机, 导致了相关理论仅仅能解释“如何”的问题, 而无法回答“为何”。

人格特质理论经过多年的发展, 已经非常成熟。但特质论对人格的测量基于对语言中形容词的聚类分析, 其归根结底只是一种方法和手段, 仅仅揭露的是人行为的表现, 缺乏更深层次的理论解释。同时, 基于自然语言的研究方法最终是要受限于语言的表达能力, 无法揭示出更深刻的、更复杂和精妙的人格的内涵。本文在人格特质理论与集体无意识理论的基础上, 提出“人格生态特质”这一概念, 从心理学的角度寻找影响山地旅游消费决策行为的关键性因素, 分析人格生态特质与山地旅游消费决策行为的关系, 解答人类亲近自然特别是喜欢山地旅游、乡村旅游等生态旅游的原因。

一、人格与人格特质

(一) 人格理论梳理

人格, 在心理学中占据着核心的地位, 心理学的发展离不开对人格研究的不断深入, 人格特质的研究已经形成系统、深入而科学的理论。古希腊哲学家试图以人体内几种物质量的不同来解释不同的人的心理特征或气质、个性差异。E mpedocles (约公元前 490–前 430) 提出的土、水、气、火“四根”说, 和 Hippocrates (约公元前 460–前 377) 提出的粘液汁、黄胆汁、黑胆汁、血液“四液”说成为

西方对人的心理和个性不同进行解释和分类的最初尝试。在几百年后, 罗马的 Galen (130–200) 医生把人的气质划分为具体的十三种类型, 并对其中四种进行了相当详尽的描述, 贺金波、郭永玉 (2005) 总结前人成果提出多血质、胆汁质、粘液质和抑郁质。中国自古也曾有先哲对人性的类型和结构做出了探求。刘同辉 (2009) 研究指出儒家思想中对人格类型有所分类, 先秦儒家从孔子发端而成于荀子, 将人格分为了五类型, 包括圣人、君子(贤人)、士者、庶人(庸人)和小人。《黄帝内经·灵枢·通天》从阴阳两仪的角度对人进行了五种分类, 即少阴之人、太阴之人、阴阳和平之人、少阳之人和太阳之人, 并提出“凡五人者, 其态不同, 其筋骨气血各不等”, 并对其进行了明确的描述。汉末魏初的思想家刘劭在《人物志》九徵篇和体别篇中从阴阳五行思想出发, 对人格特性进行了分类, 其中涵盖了五种德行、九种性情和十二种偏才, 并对这些特性进行了描述。

郭永玉 (2005) 认为现代意义上的人格心理学作为一个独立的学科诞生是在 20 世纪 30 年代末, 以 Allport 和 Murray 分别著作的两本书的出版为标志, 但人格心理学的研究可以追溯到更早的时期。黄希庭 (2002) 指出, 人格心理学领域存在着四种主流范式。一是精神分析论范式: 以弗洛伊德 (Freud)、荣格 (Jung) 为代表, 采用以临床经验为基础的个案研究方法, 强调无意识(潜意识)、本能等人格动力。经典研究方法包括了对梦的分析和自由联想等; 二是特质论范式: 这一范式强调个体差异, 将人格划分为一些基本的维度, 用特质和因素来描述这些维度, 并认为不同的人在这些维度上存在稳定的差异, 这种差异和其稳定性导致具有不同特质的人的行为在不同的情境中、不同的时间段中具有一致性和相对的稳定性。特质论者通常采取因素分析、自陈量表等方法来对基本的人格特质进行识别和分类; 三是学习论范式:

以行为主义者和新行为主义者为代表。该范式以社会认知理论为代表, 强调个体行为差异主要是在成长过程中由外部因素型塑的结果, 相比于个人内心中原初的差异, 更强调外部力量(如学习经验)的影响。该范式通常采用实验、观察的方法来研究行为是如何“习得”的; 四是人本主义范式: 该范式以 Rogers、Maslow 为代表, 是在反对精神分析论的基础上建立起来的。人本主义者指责精神分析论者过于关注心理疾病患者, 认为应该更注重研究普通人的性格, 而非心理不正常者。同时该范式融入了现象学的取向, 陈建文 & 王滔(2003)认为作为主体的人的经验、经历才是最重要的研究对象, 反对行为主义者通过观察动物和儿童来理解人的内心。该范式关注个人经验、自我成长和自我实现, 通常采用访谈等方法来研究一般人物或优秀人物, 并试图进行描述和解释性的研究。

弗洛伊德开创的精神分析学派将现代心理学带入了一个新的天地, 他对人格中三重体系的诠释, 使无意识一跃进入了心理学中的核心概念圈。荣格在与弗洛伊德思想的碰撞中, 提出了一套自己的人格理论。许燕(2003)认为无意识概念的重要之处在于它不但给心理学, 更给诸如社会学、历史学等其他学科提供了一种极具吸引力的解释方法。除对人格的层次进行区分外, 荣格还对人的性格进行了类型的区分。他认为, 人的心理可以分为两种态势和四种机能。外倾态势代表的是心灵倾向于客观, 内倾态势代表的是心灵倾向于主观。两种态势不能同时存在于个人意识中, 它们只可能采用交替出现的形式。然而一个人无论两种态势如何交替出现, 特定个人的一生中总有一种态势占据优势。客观倾向更大被称为外倾型, 主观倾向更大的被称为内倾型。机能则分为思维、情感、感觉和直觉四种, 同样是指由心灵决定的个体行为的倾向。荣格指出, 个体会更趋向于使用一种机能, 而较少使用其他三种。通过态势和机能, 他把人的

心理类型分为了 8 种。

(二) 人格特质理论梳理

Allport 最早提出特质是人格的基本单元, 从而开创了对人格特质的研究。Goldberg(1995)认为用特质来对人格的成分进行划分是来自更早先的 Galton 爵士提出的基本词汇假设: 可以通过某些自然语言词语来编码, 以描述人类交往中最重要的个体差异。他为, 特质是个体对某特定的刺激做出特别反应的一种倾向, 特质是稳定的, 因而个体的反应应该是稳定和具有一致性的。但个人的实际行为取决于其人格特质与环境的交互作用, 因而个人表现出何种特质取决于其处于何种情境。他为不同的特质具有生物学和生理学上的差异, 尽管特质无法直接被观察和测量, 但是可以通过具有某些特质的个体的行为集合来被间接观测到。最初他特质分为共同特质和个人特质两类, 认为前者是人所共有的特质, 不同的个体可以在共有特质的层面进行比较。陈少华(2004)认为个人特质是个体所独有的, 代表了他特有的行为倾向。后来, Allport 又划分了三类特质: 首要特质、中心特质和次要特质。这三类特质在某个个体身上具有不同的重要性。个体在行动中无时无刻不受首要特质影响。而中心特质则影响个体在一定情境中的行为倾向。首要特质和中心特质在个人身上体现出高度稳定性和广泛的一致性。而次要特质则并没有那么明显, 同时也更具有变化性。与 Allport 类似, Catteell 认为特质是人格的基本元素, 并具有一致性。他基本继承了 Allport 关于共同特质和独有特质的区分, 但在共同特质中区别出某个团体或集体成员所共同具有的团体特质。而更重要的是他对表面特质与根源特质的区分, 表面特质是一组可以被观察到的行为或特质表现的集合, 如各种词表中表现特质的各种词汇。但这种被观察到的行为是非常表面化的。而根源特质则是隐藏在表面特质之下的、更为重要的特质类型。根源

表示其是个体行为倾向的源泉，表面特质都源于一种或几种根源特质，但表面特质只是根源特质的表现型，相同的根源特质可以产生多种不同的表面特质。此前提到的 16 种人格特质因素实际上就是 Cattell 特质论中的根源特质（表 1）。此外，

他其特质理论中还区分了体质性特质和环境养成特质。其区别在于特质获取属于先天还是后天的。他至还尝试进行了遗传和环境对人格特质形成的影响大小。

表 1 Cattell 的 16 种人格特质因素

	人格因素 (特质)	低分者特征	高分者特征
A	乐群性 (Warmth)	沉默孤独、冷淡、刻板	乐群外向、热心、乐于助人
B	聪慧性 (Reasoning)	愚钝、具象思维	聪慧、抽象思维
C	稳定性 (Emotional Stability)	情绪不稳定、没有耐心	情绪稳定、适应性强、稳重
E	好强性 (Dominance)	温顺、随和、避免冲突	支配欲强、好斗、好胜
F	兴奋性 (Liveliness)	严肃、谨慎、安静	活泼、热情、冲动、乐天
G	有恒性 (Rule-Consciousness)	权宜、敷衍、轻视规则	负责、遵守规则、道学的
H	敢为性 (Social Boldness)	害羞、迟疑、胆小	冒险、厚脸皮、无拘无束
I	敏感性 (Sensitivity)	功利、客观、粗鲁、意志坚定	敏感、直觉、感情用事
L	怀疑性 (Vigilance)	轻信、接纳	警觉、怀疑
M	幻想性 (Abstractedness)	实际、乏味、传统	富于想象、不切实际
N	世故性 (Privateness)	直率、天真、诚实、开放、谦逊	注重隐私、精明、圆滑、世故
O	忧虑性 (Apprehension)	自信、自满	忧虑、自我怀疑、自我怀疑
Q1	求新性 (Openness to Change)	保守、传统、拒绝改变	乐于改变、自由、灵活、批判
Q2	独立性 (Self-Reliance)	依赖群体	自立、个人主义
Q3	自律性 (Perfectionism)	无自制力、不关心社会规范	完美主义、自律、有组织性
Q4	紧张性 (Tension)	放松、沉着、迟钝、耐心	紧张、焦躁、迫切、欲求高

(三) 人格特质与旅游消费决策行为

Schuttler et al. (2007) 认为人格特质与阅读偏好有关。Schill, Beyler & Sharp (1993) 认为休闲行为作为人类可以自由选择的行为类型，可以更好的反映人格特质。人格特质不仅在人们对参与的休闲活动类型进行选择时有影响，而且影响其体验休闲乐趣的能力。特质在一定的环境下特别重要，尤其是在不受强迫的情境下，人们更能自由的真实的表现自我。康积勤 & 田博 (2008) 的研

究也表明，人格特质对居民出游偏好、大学生出游选择行为、旅游者漂流体验偏好等有不同程度的影响。白凯、严艳 & 高言铃 (2011) 利用大五人格特质测量工具对 80 后群体的人格特质和旅游偏好之间的关系进行了测量，结果表明，不同的人格特质对该群体的潜在旅游消费认知偏好和情感偏好都有影响（图 1）。可见，人格特质与旅游者的偏好和行为有较强相关性的。

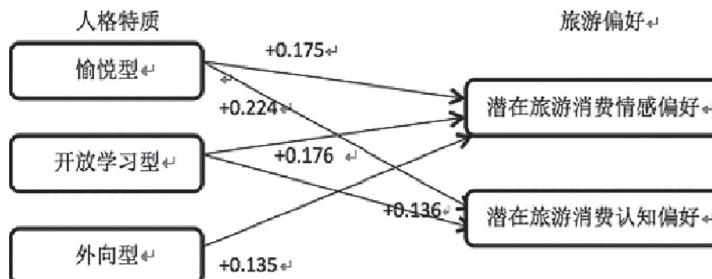


图 1 “80 后” 人格特质与潜在旅游消费偏好关系

二、人格生态特质

自特质理论发展以来，人格特质的定义一直是相对比较明晰的。Allport 就指出，特质是个体对特定刺激做出特定反应的一种稳定的倾向。既往对人格特质的研究并没有关注人格中与自然和生态环境相关的部分，如热爱山水还是喜欢城市、亲近自然还是关注科技等。本文认为，存在一类与自然相关的人格特质，它是反映了个体在面对自然环境时表现出来的、稳定的行为倾向，这种倾向我们将其命名为人格生态特质。人格生态特质是一类与自然相关的人格特质，它反映了个体在面对自然环境时表现出来的、稳定的行为倾向。人格生态特质反映了人对自然的亲近程度，在这种特质上得分高者，更喜欢与自然打交道、喜欢自然风光和自然界中的生物；得分低者，更不愿意亲近自然，对在自然环境中感到不适。

（一）人格生态特质的内涵

Cattell 认为人格特质有体质性和环境养成两种，也就是先天和后天获得的两种不同。L · A · 珀文 (2001) 的研究指出人格特质有其生物学基础。而精神分析学派则主要将人的性格归因为先天因素，如性本能、无意识等。本文认为，人格生态特质的形成，既是先天的、也是习得的。荣格的生态原型指出，人作为自然界演化的结果，心灵深处存在着关于自然界的原始意像。从这个意义上讲，与自然相关的人格特质必然是有其先天性的。这种先天性，是在千百万年的进化过程中，人与自然互

动的结果，是刻印在人类遗传特性中自然的印迹。这种先天性，是人类文明进程中，尝试征服自然时所产生和传承的集体无意识的结果。同时，个体的人格生态特质也受到社会环境的影响，根据荣格 (2011) 对原型概念的解读，原型先天存在人格之中，但原型并不是心中已充分形成的明晰的画面，只有当原型已经成为意识并被意识经验所充满时，才是确定了的。个体所处社会环境将会影响生态无意识，如工业文明的发展，使有些个体长期处在人造物的“钢铁丛林”中，个体的生态无意识受到压抑，但受压抑程度较小时，个体的精神生态系统仍处于平衡状态，当个体的生态无意识受压抑较为严重时，精神生态失衡，个体的生态需求强烈，会表现出较强的人格生态特质倾向。当个体长期生活在田园风光的自然环境中时，精神生态系统处于较为平衡的状态，生态需求较低，从而表现出较弱的人格生态特质倾向。因而，尽管生态原型在所有人的内心中均有存在，但人格生态特质在不同个体身上却有着不同程度的表现。

（二）人格生态特质的影响

在人类发展的最初阶段，远古祖先形成了对自然生存环境喜爱、依赖、崇拜、敬畏等一系列情感以及态度，这些情感以及态度被不断地重复深刻入人类的心理结构中，形成生态无意识，并进而形成人类人格中一种特有的特质——人格生态特质。荣格的集体无意识理论认为：“集体无意识是人类有意识的心理活动的母体，导致人类的活动

受到集体无意识的极大制约”。所以，在人类的发展演变过程中所形成的人格生态特质继承了人类对自然环境的情感与态度，现今人类的行为仍受到人格生态特质的制约，但受成长经验的影响，不同个体的人格生态特质存在差异。人类发展的最初阶段是栖息于森林，森林为人类提供了生活栖居地，人类在森林中寻求到了家的安全感。随着历史的发展，人类从远古文明进入农业文明，再进入工业文明。在农业文明时期，为保障人类的生存与种族的延续和发展，人们开始与自然对抗，试图征服自然，但由于生产力、生产工具有限，人类对自然的征服并未对人类心理结构深处的生态无意识造成严重的压抑。乔治·弗兰克尔（2006）认为在进入现代社会后，工业文明的发展对自然生态造成了巨大的破坏，空气被污染、臭氧层遭到破坏、森林土地资源锐减，人类的生产方式变得越来越具有攻击性。在工业化进程中，人类获取了财富和利益，高科技也给人类生活带来了便利，但人类与自然和谐相处的平衡却被破坏。城市化进程的不断加速，让个体产生了危机感与剥夺感，因为自己所在的乡村可能会变为城市，自己所在的小区可能面临拆迁，在不断地拆除和建设中，人们的情感和记忆也将无处安放。都市化生活阻断了人类与自然的亲密联系，人类感受到了与自然的疏离。对

城市化发展的不断追求压抑了个体的生态无意识，随着生态无意识的持续压抑，个体的精神生态系统失去了平衡，生态需求无法得到满足，个体的人格生态特质表现出亲近自然环境的倾向，人类开始对自然生态环境产生向往与亲近之感，从而对人类的行为产生影响。王广新（2011）认为人格生态特质的影响内容包括生产方式、生活方式以及消费方式，主要表现为生产、生活以及消费的内容、形式、途径等遵循人与自然和谐发展的规律，有利于生态系统的平衡发展，有利于自然保护，有助于生产者、消费者健康，能实现经济的可持续发展。人格生态特质对人类生产方式的影响主要体现为在政治、经济、文化的发展过程中，人类将生态意识和理念付诸实施，不再以损害自然环境代价、以追求经济利益为唯一目的。人格生态特质对生活消费方式的影响则表现为对生态食品、生态用品、生态环境以及生态享受的追求，寻求个人与自然环境的友好相处，认为人类的生活消费应该在自然的承载能力和个体生理承受能力范围内，不追求多余消费以及超前消费。近年来，绿色有机食品的畅销、山地生态旅游的兴起、环保组织的影响日益扩大，无不说明了人格生态特质对人类行为的影响（图 2）。



图 2 人格生态特质的形成及影响

位于人格结构最深处的生态无意识是人格生态特质的基础，生态无意识在人类每个个体心理结构中均存在，影响着个体对自然环境的态度和行为。人格生态特质是指个体具有一种较为稳定

的亲近自然的行为倾向，但并非所有个体均表现出亲近自然环境的倾向，不同个体存在差异。原因在于受个体成长环境的影响，不同社会环境对个体生态无意识的压抑程度并不一致。当受压抑程

度较弱时，个体的精神生态系统处于相对平衡状态，生态需求较弱，人格生态特质倾向较弱；当个体受压抑程度较强时，个体的精神生态系统处于相对失衡状态，生态需求较强，人格生态特质得到发展，生态行为倾向表现更为明显。因此不同个体的人格生态特质倾向具有差异，个体生态行为受个体人格生态特质的影响，也存在差异。随着工业化进程的不断推进，人格生态特质倾向不断加强，人们对自然的渴求不断加强，进而产生了生态旅游等生态行为，最后还会演变为乡村生态生活。

三、山地旅游消费决策行为

(一) 旅游决策行为

对旅游者行为进行的研究在 19 世纪就已经出现，1899 年意大利统计部门就对该国的外国旅行者行为和消费进行了分析，在此基础上，有学者对旅游行为的经济学意义进行了进一步研究。旅游行为涉及面非常广泛，何艳、马耀峰 & 孙根年 (2006) 指出，旅游行为包括了个体对旅游产品进行信息收集、消费、体验和评价的过程中的表现，涉及到动机、动力、决策和具体行动过程中的空间行为。Beerli & Martin (2004) 认为旅游行为涉及的知识包含了心理学、社会学、经济学、地理学等多种学科，涉及的变量也非常复杂。陆林 (1997) 认为对旅游行为的研究主要集中在动机、类型、决策和在旅游目的地的空间行为四个方面，其中旅游动机一直是旅游行为研究中最受关注的研究领域。早期对旅游动机的研究基本集中在理论研究和逻辑推演上，主要从动机形成的角度来进行研究。鉴于动机本身具有浓厚的心理学特性，对旅游动机的研究大多使用或借鉴了心理学的方法和概念。岳祚茀 (1987) 认为旅游动机的产生取决于三个条件，主体的需要、符合需要的对象和主体对对象的知觉，旅游动机是主体产生旅游行为的内部驱动力。这就很明显的使用了心理学的概念。此外，马斯洛

需求层次理论是最为著名动机理论之一，许多学者就试图通过需求层次来对旅游动机进行研究。此后随着对旅游动机研究的深入，更多学者运用统计方法，对旅游动机进行实证的研究，如邱扶东 (1996) 就借助问卷调查，通过因子分析将旅游动机分为身心健康、怀旧、文化、交际、求美和从众 6 类。而张卫红 (1999) 使用抽样调查资料，对旅游的动机和目的地偏好进行了研究，指出中国旅游者的旅游动机的重要性呈梯状，较高层次的旅游动机在国民心目中占取的比例较低。

本文对旅游行为的研究主要集中在旅游者对旅游目的地选择的动机和决策行为上，旅游决策与许多非当面交易行为一样，存在个体对消费品的预先期望，但又与如网购实体产品能够进行退换不一样，个体在购买旅游产品后，即使对旅游产品不满意，其成本大多是沉没的，如时间成本等是无法收回的，因而旅游的决策行为实质上比一般消费行为承担了更大的风险，消费者为了减轻这些风险，往往需要花费更多成本用于对信息的搜集。但归根结底，旅游决策是更多的取决于个体，即旅游者的主观判断。

(二) 山地旅游与旅游消费决策行为

山地旅游是基于山地的地形地貌特征及其孕育出的独特文化形态所展开的一系列以旅游观光、运动娱乐、文化体验和环保学习等为主要内容的旅游活动。一方面，山地旅游是旅游活动的一种类型，有着一般旅游行为的基本特点与规律；另一方面，山地旅游在本质上被认为是生态旅游的一种类型，因而它并不只局限于一般旅游活动那样“消费-服务”的简单模式之中，而是内涵着更为广泛的心理、文化与社会意义。可以从以下三个维度来认识山地旅游与旅游行为之间的关系。第一，山地与旅游的决策行为有着直接关联，换句话说，山地是旅游目的地选择的一种候选类型。如果从消费行为角度来理解，对目的地的选择也就成了

对商品的选择。这种选择将会受到产品的可替代性、差异性和效用性的影响。相对而言，特定产品的可替代性越低、差异性越大、满足需求的效用越高，被选择的几率也就越大。一方面，山地旅游资源有其独特的价值。与海洋、草原、湖泊等其他自然旅游资源和历史文化旅游资源相比，山地旅游资源往往在体力条件方面要求较高，游览的便捷程度也相对较差。但山地资源同样有其优势，山地不仅自然环境保护相对较好、动植物资源丰富，而且文化风貌带有浓厚的地域特色甚至异族风情，因此与其他旅游类型相比，行走在山地之间更能感受到接近自然、亲近自然的心理与美学的感觉，也能够带来回归传统、获得宁静的生活体验。另一方面，陈健昌 & 保继刚 (1988) 认为，人们在做出旅游决策行为时会遵循最大效益原则，即追求有限资金与时间投入条件下的最大收益。然而这种收益最大化也只是相对的，它建立在有限信息收集的基础之上，这就意味着某

一特定山地旅游景区知名度越高、形象塑造越好、产业集群越完整、交通越便利、基建条件与服务越优质，它被旅游者提前获知的可能性和被选择的概率也就越大。第二，山地与旅游感知行为也密切相关。旅游感知行为是指旅游者对旅游地各种因素的感觉和体悟，不仅包括直接的感官刺激，更指向由之所衍生出的体会、领悟和联想等等。在旅游的感知活动中，山地大致承载着三个层面的意义：(1) 在自然维度上，山地首先指向一种特殊的地质地貌类型。郝革宗 (1985) 认为由于地形不便于资源开发和人员交流，山地通常也意味着保存较好的自然生态环境。如此一来，山地旅游就隐含着自然与社会相区分的意义，一方面良好的自然环境能够以诸种新方式满足旅游者猎奇、运动与放松等需要。研究显示将自然环境作为旅游资源的投资一回报率远高于对其的直接资源利用；另一方面，陈琼珍 (2013) 认为这种区分与新体验也

能够直接或间接地强化旅游者和开发者的环境保护意识；(2) 在文化维度上，山地因其地域空间分布较偏和交通交流不便利等原因，通常也暗含着文化差异的意义。与自然环境相比，山地环境所孕育出的独特文化更容易受到旅游活动的影响。陈兴 (2013) 认为那些非旅游资源的文化因素，也很可能因旅游活动带来的频繁交流而面临着逐渐衰落的威胁；(3) 在社会维度上，山地通常还包含着落后与发达、本地与外地的意义/关系建构。首先，山地旅游某种程度上意味着向发展滞后地区的经济资源输送，Tooman (1997) 认为旅游收益的受众群体则会因具体条件与制度的不同而不同；其次，杨方义 (2005)、闻扬 & 刘霞 (2009) 认为山地旅游也带来了本地人内部之间、与游客之间以及与作为潜在游客的远方陌生人之间的互动。第三，山地还牵涉到旅游空间行为。旅游空间行为考察的是旅游者在地域空间范畴上的活动范围和移动路线，它包含着两个基本维度，即旅游目的地的地域选择与旅游地空间活动。前者是在广阔的地域范围内选择所要前去的旅游地点，受到交通时间长度、交通便捷程度和景点形象塑造与知名度等因素的影响。后者是旅游者在旅游地内的行动路线和活动范围，受到旅游地路线规划与资源安排、空间的功能分化等影响。

四、人格生态特质与山地旅游消费决策行为的关系

霍尔 (1987) 认为精神分析学派将人格视为一个整体，称之为“精神”，精神包括所有的思想、情感和行为，无论是个体意识到的还是没有意识到的霍尔等。精神分析学派创始人弗洛伊德认为，个体的人格包括意识与潜意识两个部分，他们来源于个体的生活经验，尤其是童年时期的生活经验。不同于弗洛伊德对人格结构的分析，其学生荣格提出“在个体的意识与无意识的更深处，存在集

体无意识”，集体无意识来源于人类的进化与遗传。个体无意识可能曾经被意识到过，只是后来又忘了，但集体无意识在人的一生中可能从未被意识到。他为，集体无意识是个体人格结构中的最底层部分，它是客观存在的，整个人类身上都存在这种集体无意识，在个体出生之时便携带着这种集体无意识且终生无法磨灭。它是人类在生物进化过程中以及文化历史发展的洪流中所遗传的位于心灵最深处的沉淀物，是人类世世代代、祖祖辈辈的活动经验在人格结构中的遗传痕迹。所以，在集体无意识的最深层隐藏着人类所积累的经验智慧以及人类文明创新的源泉。

集体无意识既然是人类心灵最深处之所在，那集体无意识由什么构成呢？在集体无意识的基础上，荣格（1989）认为集体无意识中储藏着原始意象的潜在意象，这些意象便是个体从远古祖先那几所继承遗传的意象，具有永恒有效性，不断地被某种心理经验唤醒。但这些意象的存在并不意味着个体可以通过有意识地回忆而拥有祖先所拥有的意象，而是说个体有可能采取同自己祖先一样的方式去对待世界，如对黑暗的恐惧、对蛇的惧怕等，因为这些惧怕有着千万年的经验。他出“人生中有多少经典情境就有多少种原型，有出生原型、死亡原型、英雄原型、大地母亲原型、森林原型、水原型等各种原型，这些原型由于不断地重复而被深深地刻在我们的心理结构之中。”他为“每一个原初意像中都包含着人类的心理和命运，一种无数次出现在我们仙人传说中的痛苦和欢乐的遗迹。”原型存在于人类发展的古老记忆中，流淌在人类的原始血液里，植根于人类的灵魂深处，是人类在与自然的不断争斗与统一生存中所拥有的一切欢乐与悲哀、希望与憧憬、想象与感情的根底。这意味着，在现代人类的集体无意识中也存在着人类祖先对自然的最初认识、对待自然的情感和对待宇宙万物的基本态度以及对人类自身的定位，

而这种对自然环境的态度和情感则在人的人格结构深处形成了生态原型，并通过不断地重复与发展、沉淀遗传在现代人的心理结构之中。因此本文认为，生态原型是指从远古祖先处所继承的、植根于人类人格结构最深处的对自然环境的原始潜在意象（图 3）。



图 3 生态原型在人格结构中的位置

人类对湛蓝天空、洁净空气、茂密森林、辽阔草原、蔚蓝大海等自然界中朴实生动景致的喜爱便是生态原型作用的体现，因为这种对自然环境的喜爱并不仅是对个人审美的一种征服，更多的是人类灵魂对原始意象的回归，人类对自然的这种喜爱无性别之分、无年龄之分、无种族之分，是整个人类所共同拥有的原始自然情结。生态原型是人类集体无意识中的重要原型之一，无意识中的人类记忆为我们提供了一种与生俱来的“环境互惠感”，人类对自然的着迷与欣喜是一种深深植入人类心理的意识。

五、结论

人格生态特质是本文提出的重要概念，人格生态特质的特性意味着个体在出生之时便已形成了一套行为模式，它在不知不觉中影响着人的行为、支配着人的活动。根据荣格的集体无意识理论以及人格特质理论，在现代人类的集体无意识中也存在着人类祖先对自然的最初认识、对待自然的情感和对待宇宙万物的基本态度以及对人类自身的定位，而这种对自然环境的态度和情感则在人

的人格结构深处形成了生态原型，并通过不断地重复与发展、沉淀遗传在现代人的心理结构之中。位于人格结构最深处的生态无意识是人格生态特质的基础，生态无意识在人类每个个体心理结构中均存在，制约着个体的行为，影响着个体对自然环境的态度和行为。

山地旅游作为生态旅游的一种，其行为同样受到人格生态特质的影响。人格生态特质是一个整体的概念，生态原型是人格生态特质的核心内容，

其内涵十分丰富。生态是指人类赖以生存、生活的自然环境，包括山地原型、大海原型、森林原型、河流原型等一系列原型，而在不同生活环境下人们的生态原型会存在差异，生活在山区的居民受到山地环境的影响，形成更多关于山地原型的内容，生活在沿海地区的居民则更多地形成关于大海原型的内容。受居住地域类型的影响，个体形成的人格生态特质具有不同的倾向，故本文认为人格生态特质对个体的山地旅游行为存在影响。

References

- Bai, K., Yan, Y. & Gao, Y. l. (2011). The Research on the Impact of Personality Traits of “after 80s” to there Tourism Preferences. *Journal of Beijing International Studies University*, 33(1), 68-75. [in Chinese]
- Beerli, A. & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Chen, J. C. & Bao, J. G. (1988). A Study of Tourist Behavior and Its Practical Significance. *Geographical research*, (3), 44-51. [in Chinese]
- Chen, J. W. & Wang, T. (2003). Basic Trends of Contemporary Personality Research. *Journal of Xiamen University (Arts & Social Sciences)*, (3), 64-69. [in Chinese]
- Chen, Q. Z. (2013). Ecological Personality: the perfect path of the system of ecological civilization. *Guangxi Social Sciences*, (11), 78-82. [in Chinese]
- Chen, S. H. (2004). *Personality psychology*. Guangzhou: Jinan University press. [in Chinese]
- Chen, X. (2013). Strategic thinking on the sustainable development of mountain tourism in the west of china. *Journal of Southwest University for Nationalities (Arts & Social Sciences)*, 34(2), 153-155. [in Chinese]
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, 13, 653-665.
- Costa, P. T. & McCrae, R. B. (1989). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI)*. Lutz: Psychological Assessment Resources.
- Fraen, K. E. (2006). *Civilization: Utopia and tragedy*. The international culture publishing company. [in Chinese]
- Goldberg, L. R. & Saucier, G. (1995). So what do you propose we use instead? a reply to block. *Psychological Bulletin*, 117(2), 226-229.

- Gössling, S. (1999). Ecotourism: a means to safeguard biodiversity and ecosystem functions?. *Ecological Economics*, 29(2), 303-320.
- Guo, Y. Y. (2005). *Personality psychology*. Beijing: Chinese Social Science Press. [in Chinese]
- Hao, G. Z. (1985). Tourism resources in mountainous areas of china. *Mountain science*, 9(2), 40-51. [in Chinese]
- He, J. B. & Guo, Y. Y. (2005). Review the Research of Physiological Base of Personality. *Psychological exploration*, 25(3), 59-63. [in Chinese]
- He, Y., Ma, Y. F. & Sun, G. N. (2006). Tourist information-search mode study of British travelers on Different Purposes' in China. *Journal of Northwestern University (Natural Science Edition)*, 36(2), 330-334. [in Chinese]
- Hol, E. (1987). *Outline of Carl Jung's psychology*. The Yellow River: literature and Art Publishing house. [in Chinese]
- Huang, S. M. (2002). A model of interpretation: Holzer model. *News University*, (4), 15-19. [in Chinese]
- Huang, X. T. (2002). *Personality psychology*. Zhejiang education press. [in Chinese]
- Kang, J. Q. & Tian, B. (2008). The effect of personality on College Students' tourism preference. *Journal of Hebei Tourism Vocational College*, (3), 55-60. [in Chinese]
- Liu, T. H. (2009). The traditional theory of five types of personality and the hyper stable mentality structure in China. *Journal of Shanghai Normal University (Philosophy & Social Science Edition)*, 38(3), 103-113. [in Chinese]
- Lu, L. (1997). A study on motivations of tourists in mountain resorts—A case study of tourists in Huangshan Mountain. *Human Geography*, (1), 10-14. [in Chinese]
- Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 66(6), 574-583.
- Po, W. (2001). *Personality science*. Shanghai: East China Normal University press. [in Chinese]
- Qiu, F. D. (1996). Tourism motivation and its influencing factors. *Psychological Science*, (6), 367-369. [in Chinese]
- Rong, G. (1989). *Man and His Symbol*. China International Broadcasting Publishing House. [in Chinese]
- Rong, G. (2011). *Prototype and collective unconscious*. The international culture publishing company. [in Chinese]
- Saggino, A. (2000). The big three or the big five? a replication study. *Personality & Individual Differences*, 28(5), 879-886.
- Schill, T., Beyler, J. & Sharp, M. (1993). Pleasure from activities and self-defeating personality. *Psychological Reports*, 72(2), 627-630.

- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Thorsteinsson, E. B., Bhullar, N. & Rooke, S. E. (2007). A meta-analytic investigation of the relationship between emotional intelligence and health. *Personality & Individual Differences*, 42(6), 921-933.
- Tooman, L. A. (1997). Applications of the life-cycle model in tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 214-234.
- Wang, G. X. (2011). Ecological consciousness, ecological consciousness and ecological consumption. *Journal of Beijing Forestry University: Social Science Edition*, 10(1), 50-53. [in Chinese]
- Wen, Y. & Liu, X. (2009). Study on Community Participation- based Mountainous Region Tourism of Sichuan. *Finance and Economics Science*, (2), 110-115. [in Chinese]
- Wiggins, J. S. & Trapnell, P. D. (1997). *Personality structure: The return of the big five*. In *Handbook of Personality Psychology*. San Diego, US: Academic Press.
- Xu, Y. (2003). The Developmental Trend of Modern Personality Psychology. *Psychological exploration*, 23(3), 15-19. [in Chinese]
- Yang, F. Y. (2005). An analysis of the establishment of the network of ecological tourism cooperative in the mountainous area of Southwest China. *Ecological economy*, (3), 104-106. [in Chinese]
- Yue, Z. F. (1987). Tourism motivation research and decision making of tourism development. *Tourism Tribune*, (3), 32-36. [in Chinese]
- Zhang, W. H. (1999). Quantitative analysis of tourism motivation and its countermeasures. *Journal of ShanXi Finance and Economics Universit*, (4), 100-103. [in Chinese]

INSTITUTE OF MANAGEMENT



Name and Surname: Pinyu Chen

Highest Education: Ph.D. Candidate, Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Tourism Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120