



*TURISMO e Psicologia*

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

**IL 'TURISTA SOSTENIBILE': UNA CARATTERIZZAZIONE SULLA BASE DI ATTEGGIAMENTI, VALORI E TRATTI DI PERSONALITÀ<sup>1</sup>**

*Paola Passafaro\**

Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione – Sapienza Università di Roma -paola.passafaro@uniroma1.it

*Cristina Di Dio Ragusa, Francesco Bove, Francesca Brandi, Sara Cardinali, Silvia Cesaroni, Sihye Giuli, Sara Nocella*

---

<sup>1</sup> L'articolo è stato progettato congiuntamente da Paola Passafaro e Cristina di Dio Ragusa. Francesco Bove, Francesca Brandi, Sara Cardinali, Silvia Cesaroni, Sihye Giuli e Sara Nocella hanno contribuito alla pianificazione del campionamento, nonché alla raccolta, somministrazione e inserimento dei dati su supporto informatico. Gli stessi hanno inoltre contribuito alle prime analisi esplorative sui dati raccolti e alle discussioni sui risultati ottenuti come parte delle attività connesse alla stesura della propria tesi di laurea. Cristina di Dio Ragusa ha contribuito alla raccolta e inserimento di nuovi dati e ha condotto le analisi dei dati presentate nell'articolo come parte del proprio tirocinio formativo. Paola Passafaro ha steso la parte introduttiva e le conclusioni dell'articolo e ha supervisionato e completato l'analisi dei dati.



**PADOVA UNIVERSITY PRESS**

## **IL 'TURISTA SOSTENIBILE': UNA CARATTERIZZAZIONE SULLA BASE DI ATTEGGIAMENTI, VALORI E TRATTI DI PERSONALITÀ**

### **RIASSUNTO:**

Questo documento riporta alcuni risultati preliminari di un sondaggio condotto su un campione di convenienza di 323 residenti bilanciati per genere ed età di varie città italiane. Lo studio ha valutato la relazione tra le preferenze degli intervistati per attività e servizi turistici specifici (distinti a seconda del loro maggiore e minore impatto ambientale e sociale) da un lato e un insieme di fattori psico-sociali di natura motivazionale (cioè atteggiamenti, valori, credenze, norme) e disposizionale (cioè il bisogno di chiusura cognitiva). Lo scopo delle analisi presentate qui è stato quello di mostrare come questi fattori possano essere usati per comprendere e meglio spiegare le differenze esistenti tra tipologie di turisti che variano in base alle loro preferenze turistiche. Come previsto, i risultati confermano che i diversi tipi di turisti identificati sulla base delle loro preferenze turistiche, tendono a differire anche in base ai relativi atteggiamenti, credenze, norme e valori ambientali, nonché per la loro affinità con la diversità e il bisogno di chiusura cognitiva. Pertanto, questi fattori dovrebbero essere presi in considerazione da pianificatori e operatori turistici interessati a promuovere forme di turismo più sostenibili.

*Parole chiave:* Turismo sostenibile, preferenze turistiche, atteggiamenti turistici, norme personali, affinità verso la diversità

## **THE "SUSTAINABLE TOURIST": A CHARACTERIZATION ON THE BASIS OF ATTITUDES, VALUES AND PERSONALITY**

### **ABSTRACT:**

This paper reports some preliminary results of a survey conducted on a convenience sample of 323 residents, balanced by gender and age (age range 17 - 81; M= 39,00; DS=15,04), of various Italian cities. The study assessed the relationship between respondents' preferences for specific tourism activities and services on the one hand, and a set of psycho-social factors of motivational (i.e. attitudes, values, beliefs, norms) and dispositional (i.e. need for cognitive closure) nature. The goals of the analyses presented here were to show how these factors could be used to better understand and explain the differences existing among typologies of tourists varying on the basis of their tourism preferences. As expected, results confirm that the different types of tourists identified on the basis of their tourism preferences, also tend to differ on the basis of their environmental attitudes, beliefs, norms and values as well as for their affinity towards diversity and need for cognitive closure. Hence, these factors should be taken into account by tourism planners interested in promoting more sustainable forms of tourism.

*Keywords:* Sustainable tourism, tourism preferences, tourism attitudes, personal norms, affinity towards diversity

## Introduzione

Il turismo è una di quelle attività umane che contribuiscono fortemente ai cosiddetti cambiamenti ambientali globali. Infatti, "le grandi esigenze infrastrutturali e di risorse del turismo (ad es. consumo di acqua, produzione di rifiuti e consumo di energia) possono avere gravi ripercussioni sulle comunità locali e sull'ambiente" (Shah, McHarry e Gardiner, 2002, p. 1; nostra trad.). Ciò ha portato la principale organizzazione turistica internazionale (il World Tourism Organization) a dichiarare che "è necessario adottare urgentemente una serie di politiche che incoraggino un turismo veramente sostenibile che rifletta i principi della sostenibilità ambientale, sociale, economica e climatica" (UNWTO, 2007, p.2; nostra traduzione). Se, da un lato, ciò implica che dovrebbero essere promosse tipologie di turismo in grado di superare la scarsa sostenibilità sociale e ambientale di molte forme di turismo "tradizionale" o "di massa" (di Castri e Balayi, 2002), dall'altro, ciò significa anche che i singoli individui dovrebbero dedicare maggiore attenzione alle conseguenze del proprio comportamento turistico e dovrebbero tenere conto delle implicazioni per la sostenibilità locale e globale nelle loro scelte turistiche (UNWTO, 2007). Sfortunatamente, al momento si sa ancora poco sui fattori psicologici in grado di indurre le persone a scegliere forme di turismo più sostenibili. Le ricerche condotte hanno suggerito che atteggiamenti e valori pro-ambientali generali possono svolgere un ruolo in questo senso (es. Passafaro, 2019; Passafaro, Cini, Boi, D'Angelo, Heering, Luchetti, Mancini, Martemucci, Pacella, Patrizi, Sassu e Triolo, 2015a; Passafaro, Vecchione, in preparazione). Tuttavia, studi di psicologia ambientale hanno costantemente indicato che potrebbero essere coinvolti anche altri fattori di natura adattativa / contestuale e disposizionale (Bamberg e Moser, 2007; Gifford, 2014; Steg e Vlek, 2009). Tra questi vi sono ad esempio: i) l'atteggiamento specifico nei confronti del particolare problema ecologico considerato, ii) l'affinità percepita nei confronti della diversità ambientale e sociale esistente nel mondo circostante (Bonnes, Carrus, Corral-Verdugo e Passafaro, 2009; Corral -Verdugo, Bonnes, Tapia-Fonllem, Fraijo-Sing, Frias-Armenta e Carrus, 2009; Passafaro et al., 2015) e iii) alcuni tratti di personalità (Borden e Francis, 1978; Hirsh, 2010; Pettus e Gilles, 1987; Swami, Chamorro-Premuzic, Snelgar e Furnham, 2011; Milfont e Sibley, 2012; Passafaro et al., 2015). Per quanto ne sappiamo, questi aspetti rimangono ancora poco studiati sia in ambito turistico in generale che in relazione alla sostenibilità in particolare. Il presente documento mira quindi a colmare questa lacuna discutendo i motivi per cui questi fattori potrebbero essere rilevanti per lo studio delle scelte sostenibili nel settore del turismo e descrivendo i risultati di uno studio empirico a supporto di questa prospettiva.

## Rilevanza delle preferenze individuali per la sostenibilità turistica

Il turismo sostenibile è stato definito in molti modi diversi. Una delle definizioni più citate è quella del World Tourism Organization che lo vede come il "turismo che conduce alla gestione di tutte le risorse in modo tale da soddisfare le esigenze economiche, sociali ed estetiche mantenendo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi di supporto alla vita" (WTTC e UNWTO, 1996; vedi anche Bramwell e Lane, 1993; Per una visione più articolata e critica delle definizioni di turismo sostenibile vedi anche Hunter, 1997; ICLEI, 1999; Ko, 2001). Byrd (2007) ha suggerito quattro tipi di stakeholder potenzialmente coinvolti nello sviluppo di forme di turismo sostenibili, ovvero i membri presenti e futuri delle comunità locali e i visitatori presenti e futuri (turisti). Per quanto riguarda questi ultimi, secondo la Dichiarazione di Davos, (UNWTO, 2007, p.3; nostra trad.), "i turisti dovrebbero essere incoraggiati a considerare gli impatti climatici, economici, sociali e ambientali delle opzioni disponibili prima di prendere le proprie decisioni e, ove possibile, ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> o compensarle laddove non possano essere ridotte direttamente". Ciò riguarda anche la scelta delle attività a destinazione, dove i turisti dovrebbero "optare per attività rispettose dell'ambiente che limitano le emissioni di CO<sub>2</sub> e contribuiscono alla conservazione dell'ambiente naturale e del patrimonio culturale" (UNWTO, 2007, p .3, nostra trad.). Questo ha portato ad inquadrare le scelte turistiche nell'ambito dei comportamenti ecologicamente rilevanti e a mettere in evidenza la necessità di studiare anche per

queste i fattori in grado di orientarle. Se da un parte la psicologia ambientale si è a lungo occupata dello studio delle determinanti psicologiche dei comportamenti pro-ambientali in generale (per rassegne e trattazioni recenti, si veda Bamberg e Moser, 2007; Gifford, 2014; Steg e Vlek, 2009), dall'altra, le indagini psicologiche condotte in relazione ai comportamenti turistici sono ancora piuttosto scarse. Alcuni dei risultati ottenuti dalle ricerche in campo ambientale potrebbero aiutare a spiegare gli aspetti relativi alle scelte sostenibili dei turisti e meriterebbero dunque di essere approfonditi anche in relazione a quest'ultimo tipo di comportamenti.

### *Atteggiamenti e scelte turistiche sostenibili*

Finora, solo pochi studi hanno tentato di applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della psicologia ambientale al fine di comprendere le determinanti delle scelte turistiche sostenibili. L'unica eccezione riguarda la relazione tra preferenze e scelte turistiche sostenibili e i valori e gli atteggiamenti ambientali generali (Crick-Furman e Prentice, 2000; Jackson, 1986, 1987; Jurowski, Uysal e Williams, 1995; Passafaro, Cini, Bocchi e Pichini, 2012; Uysal, Jurowski, Noe e McDonald, 1994). Tuttavia, molti autori hanno suggerito che atteggiamenti e valori pro-ambientali generali rappresentano solo due dei fattori coinvolti nei comportamenti ecologici e che bisognerebbe tenere conto anche di altri fattori. Ad esempio, un aspetto importante da considerare è l'atteggiamento specifico nei confronti del particolare problema considerato. Gli studi che hanno applicato la teoria del comportamento pianificato di Ajzen (1991) hanno dimostrato come l'atteggiamento delle persone nei confronti di un comportamento specifico possa essere un predittore cruciale delle successive intenzioni comportamentali (che a loro volta consentono di prevedere il comportamento finale). Questo modello ha ripetutamente dimostrato la sua validità in campo ecologico (vedi Staats, 2003 per una discussione) ed è stato anche applicato con successo per prevedere intenzioni e comportamenti specifici nel settore del turismo. Ad esempio, Han, Hsu e Sheu (2010) hanno mostrato come gli atteggiamenti specifici nei confronti degli hotel ecologici potrebbero essere utilizzati per prevedere le corrispondenti intenzioni di soggiornare in un hotel ecologico durante il viaggio. Tuttavia sono stati rilevati anche diversi aspetti contraddittori e diversi casi di incongruenza tra atteggiamento e comportamento (per una discussione si veda Passafaro, in stampa). Vi è dunque la necessità di indagare meglio i fattori in grado di modulare tale relazione. Uno degli aspetti che merita di essere approfondito, ad esempio, è la relazione di questi con le cosiddette "credenze ambientali", che vengono generalmente ritenute importanti antecedenti degli atteggiamenti stessi.

### *Le credenze ambientali*

Storicamente, il concetto di credenza è stato oggetto di riflessione filosofica molto prima che psicologica, stimolata dalla necessità di comprendere la natura delle convinzioni individuali e il modo in cui queste si formassero. Così ad esempio, il filosofo David Hume nel suo *Trattato sulla natura umana* (1738), notava come la credenza costituisse qualcosa di più di una semplice idea dell'oggetto, e come la differenza tra una semplice idea e una credenza non risiedesse tanto nel *tipo* di contenuti veicolati bensì nel *modo* in cui questi erano esperiti dalla persona ("But belief is somewhat more than a simple idea. 'Tis a particular manner of forming an idea"). Di parere simile sembrano essere anche alcuni degli psicologi che si sono per primi espressi sul tema. Per esempio, McDougall (1921) si riferisce alla credenza come a un modo particolare di essere coscienti, una distinta qualità di esperienza. Le teorie psicologiche sulle credenze però tendono a divergere sensibilmente relativamente ai loro contenuti e alle origini di questi. Secondo G.F. Stout (discusso in Lundholm, 1936) i fattori che cooperano alla formazione delle credenze sono di due tipi- uno oggettivo e uno soggettivo, ma il peso dei due può variare enormemente. Proprio tale distinzione ha dato poi vita a filoni di ricerca teorica e metodologica diversi. Alcuni autori ne hanno analizzato soprattutto la componente soggettiva focalizzando l'attenzione sugli aspetti più individuali e sulla loro relazione con bisogni e emozioni (es. Lund, 1925; Frijda, Manstead e Bem, 2000). Altri invece, si sono concentrati sulla componente oggettiva esplorando le credenze per lo più in relazione alla

loro origine interindividuale e collettiva (es. Bar-Tal, 2000; Pepitone, 2001), impegnandosi soprattutto nello studio dei contenuti di tipo fattuale (Mill, J.S., 1884; Zubek e Solberg, 1954), espressi in forma proposizionale e costituiti sostanzialmente da valutazioni circa la probabilità di verificarsi di specifici eventi, in vista di obiettivi particolari. Quest'ultima è ad esempio la prospettiva adottata da modelli quali la teoria del comportamento pianificato (es. Ajzen, 1991), e la teoria "valori, credenze, norme" dell'ambientalismo (Stern, Dietz, Kalof e Guagnano, 1995). Questi modelli, postulano per le credenze il ruolo di predittori (indiretti) del comportamento, concependo il loro effetto come mediato da vari fattori tra cui atteggiamenti e norme. Tali modelli sono anche quelli più utilizzati per lo studio delle credenze in campo ecologico, dove l'analisi delle credenze può risultare particolarmente utile sia per la previsione e comprensione dei comportamenti sia per la conseguente messa a punto di interventi di formazione ed educazione ambientale (es. Brownlee, Powell e Hallo, 2013). Ci è sembrato dunque rilevante verificare se e in che misura le credenze potessero essere di aiuto a comprendere meglio anche le scelte turistiche sostenibili.

#### *L'affinità verso la diversità e le scelte turistiche sostenibili.*

La diversità biologica (o biodiversità) è generalmente definita come la varietà o la variabilità tra gli organismi viventi a diversi livelli di scala (ad esempio, intra-specie, inter-specie, ecosistemica, ecc.; ad esempio UNEP, 1992). Secondo il paradigma evolutivo delle scienze bioecologiche, la biodiversità svolge un ruolo cruciale nel garantire la sopravvivenza a lungo termine della vita all'interno di ogni ecosistema complesso (di Castri e Balayi, 2002; Wilson, 1999; UNEP, 1992). Per questo motivo, la perdita globale di biodiversità è riconosciuta come uno dei problemi più gravi in tutto il mondo (Wilson, 1999; UNEP 1992, 2010a, b). La diversità, tuttavia, non è solo di natura biologica. Ad esempio, la diversità socio-culturale (o socio-diversità) riguarda la varietà di lingue, religioni, costumi e tradizioni, nonché la diversità degli orientamenti politici, economici, generazionali e sessuali all'interno e tra le società umane (O'Hara, 1995). Al pari della biodiversità, anche la socio-diversità sta affrontando una progressiva diminuzione in tutto il mondo (es. Jimeno, Sotomayor e Valderrama, 1995). Questo è un problema, perché, secondo alcuni autori, la socio-diversità svolge un ruolo cruciale nel garantire sia il progresso umano che la promozione della stessa biodiversità (ad esempio Tonn, 2007; Alfsen-Norodom e Lane, 2002; di Castri e Balayi, 2002; Guillitte, 2005). In altre parole, la biodiversità e la socio-diversità sono strettamente interdipendenti e la seconda ha difficoltà ad esistere senza la prima. Sfortunatamente, le persone hanno sempre avuto un rapporto controverso con la diversità intesa in senso generale e non si può dare per scontato che il valore intrinseco della biodiversità e della socio-diversità sia effettivamente percepito e accettato da tutti i livelli di una società. In effetti, l'enorme numero di studi socio-psicologici sulle discriminazioni (di razza, genere, opinione politica ecc.) testimonia la complessità della relazione degli individui con altre persone che ritengono diverse da sé. Anche nel campo ambientale, le persone potrebbero essere più (o meno attratte) dalla varietà della natura e dalle forme di vita non umane che le circondano. Ciò è stato teoricamente suggerito dall'ipotesi della biofilia (ad es. Kellert e Wilson, 1993; Kellert, 1997) e supportato empiricamente da studi come quelli sul legame affettivo tra le persone e la natura (ad es. Davis, Green e Reed, 2009; Kals, Schumacher e Montada, 1999; Tam, 2013). Inoltre, Corral-Verdugo e colleghi hanno proposto di considerare la diversità biologica e socioculturale come parte di un concetto di diversità più ampio mostrando come gli atteggiamenti generali (o affinità) delle persone verso la diversità siano in grado di influenzare l'orientamento individuale alla sostenibilità nel campo del consumo di acqua (Corral-Verdugo, Carrus, Bonnes, Moser, Sinha, 2008; Corral-Verdugo, Bonnes, Tapia-Fonllem, Fraijo-Sing, Frias-Armenta e Carrus 2009). Ci si potrebbe quindi chiedere se l'affinità delle persone con la diversità possa anche avere un ruolo nel determinare le preferenze e le scelte legate alla sostenibilità turistica. Dopotutto, le preferenze e le scelte del turismo sostenibile di solito implicano il contatto con luoghi e ambienti sconosciuti e l'accettazione di culture e costumi che potrebbero differire anche sostanzialmente dalle proprie (vedi Berno e Ward, 2005, per una recente discussione al riguardo). È quindi plausibile che una persona debba aver sviluppato un certo grado di apprezzamento della diversità per scegliere liberamente questo tipo di vacanza. Questa eventualità è stata tuttavia esplorata finora solo

in un caso (Passafaro et al., 2015a) e meriterebbe pertanto ulteriori approfondimenti. Ad esempio, varrebbe la pena comprendere la relazione tra questo tipo di atteggiamenti e quei fattori di personalità che sono in grado di determinare la maggiore o minore apertura verso la diversità.

#### *Tratti di personalità e preferenze turistiche*

Vari autori hanno messo in evidenza come le persone tendano a cercare, selezionare e farsi coinvolgere in situazioni ed esperienze di vita che sono congruenti con la propria personalità (ad esempio, Caspi e Bem, 1990; Wille e De Fruyt, 2014). Ciò sembra essere vero anche in campo turistico, dove vi sono abbondanti prove che alcuni tratti di personalità possono essere correlati alle scelte turistiche. In questo senso, uno dei primi approcci allo studio della personalità e del turismo è il modello psicografico di Plog (1987, 1991, 2002). Plog ha distinto i turisti sulla base della loro tendenza interna e stabile ad essere attenti e curiosi verso il mondo esterno (allocentrici) rispetto all'essere esclusivamente focalizzati su sé stessi (psicocentrici), postulando che le persone tendono quindi a scegliere destinazioni e attività turistiche coerenti con le proprie inclinazioni caratteriali (vedi anche Hoxter e Lester, 1987; Griffith e Albanese, 1996). Tuttavia, l'approccio teorico più applicato in campo turistico, è forse quello che distingue le persone in base alla cosiddetta ricerca delle sensazioni (sensation seeking; ad esempio Gilchrist, Povey, Dickinson e Povey, 1995; Zuckerman, 2006, 2008; Zuckerman, Kolin, Pric, e Zoob, 1964), la tendenza innata a cercare, oppure evitare, forti esperienze emotive nella vita. In base a tale tendenza innata, alcune persone più di altre sarebbero maggiormente inclini a scegliere vacanze ad elevato o a basso impatto emotivo (per recenti studi nel settore del turismo, si veda ad esempio Lepp e Gibson, 2008; Li e Tsai, 2013; Litvin, 2008). Tuttavia è stato dimostrato che anche altre teorie della personalità possono essere applicate allo studio delle preferenze turistiche. Ad esempio, Frew e Shaw, (1999) hanno usato la teoria della personalità di Holland (1958, 1985), basata sulle differenze vocazionali tra le persone, per studiare interessi, intenzioni e comportamenti turistici. Lee (2013) ha mostrato come l'ottimismo e il pessimismo, considerati come tratti individuali stabili, possano contribuire a spiegare l'intenzione di acquistare particolari tipologie di vacanza, come quelle legate al cosiddetto "turismo della salute". Li e Tsai (2013) hanno mostrato le potenzialità della teoria della personalità a cinque fattori, noto anche come modello dei "Big Five" (per i primi lavori e rassegne, si veda ad esempio Digman, 1990; McCrae e John, 1992; per recenti discussioni, ad esempio McCrae, 2010; McCrae e Costa, 2008), mostrando come le persone con esperienza nel turismo internazionale manifestassero livelli più alti su una delle cinque dimensioni di questo modello indagate dal loro studio: l'estroversione. In precedenza, Lu e Kao (2009) avevano evidenziato come, in generale, l'estroversione fosse in grado di influenzare le preferenze e la soddisfazione delle persone per le diverse attività ricreative. Oltre all'estroversione il modello postula che la personalità individuale può essere descritta anche sulla base di tratti quali la gradevolezza generale, la coscienziosità, la stabilità emotiva e l'apertura all'esperienza. Precedenti ricerche in psicologia ambientale avevano dimostrato come la coscienziosità, l'estroversione, la piacevolezza e l'apertura all'esperienza potessero tutte legarsi all'attenzione per l'ambiente (Borden e Francis, 1978; Hirsh, 2010; Pettus e Gilles, 1987). In particolare, la coscienziosità è risultata associata positivamente al comportamento (autoriferito) di gestione dei rifiuti domestici (Swami, Chamorro-Premuzic, Snelgar e Furnham 2011), mentre la gradevolezza, la coscienziosità e l'apertura sono risultate collegate all'impegno ambientale riferito da sé (Milfont e Sibley, 2012). Quando però il modello è stato applicato alle scelte turistiche sostenibili, Passafaro e colleghi (2015a) hanno trovato che solo la coscienziosità correlava positivamente con le preferenze per attività e servizi turistici più sostenibili, mentre estroversione e apertura all'esperienza si legavano a preferenze per attività e servizi a maggiore impatto ambientale. Tuttavia, gli autori rilevavano anche come i punteggi che esprimevano la forza di tali associazioni si attestassero su valori piuttosto bassi, indicando associazioni non molto forti. Da una parte, secondo gli autori, ciò potrebbe essere legato al fatto che i tratti di personalità sono tipici fattori di ordine superiore, e che come tali tendono ad esercitare effetti indiretti, piuttosto che diretti, sui comportamenti specifici. Dall'altra, però, non è possibile escludere l'esistenza di altre dimensioni di personalità non colte a sufficienza dal modello del "Big Five", che potrebbero giocare

un ruolo più importante nelle scelte turistiche sostenibili. Uno di questi potrebbe essere il bisogno di chiusura cognitiva (BCC; Kruglanski, 2004; Roets, Kruglanski, Kossowska, Pierro e Hong, 2015), definito come il desiderio di ottenere una risposta ferma a una domanda, un problema o una situazione, per sfuggire l'incertezza, l'ambiguità o la confusione. E' infatti nota l'associazione tra il bisogno di chiusura cognitiva e la tendenza all'espressione di giudizi fondati su dati incompleti o stereotipati (Livi, Kruglanski, Pierro, Manetti e Kenny, 2015; Choi, Koo, Choi e Auh, 2008). Alcune ricerche hanno anche stabilito l'esistenza di un legame tra il bisogno di chiusura cognitiva e il pregiudizio etnico (De keersmaecker, Bostyn, Fontaine, Van Hiel e Roets, 2018). Sembra dunque lecito aspettarsi che le persone che manifestano un elevato bisogno di chiusura cognitiva possano preferire attività e servizi turistici che rientrano nelle tipologie a loro note o che comunque escludano l'incontro con la novità e la diversità (sociale o ambientale), come nel caso di alcune tipologie di turismo sostenibile.

### *Norme morali e scelte turistiche*

Secondo Schwartz (ad es. 1977) le norme "personali" (o morali) corrispondono ad aspettative del sé, basate su valori interiorizzati, riguardo al modo appropriato di comportarsi in circostanze specifiche. Un esempio che può aiutare a comprendere le implicazioni delle concettualizzazioni di Schwartz riguarda i comportamenti ecologici. Questi comportamenti sono stati spesso concettualizzati come comportamenti pro-sociali o altruistici (ad esempio Van Liere e Dunlap, 1978; Hopper e Nielsen, 1991) e / o comportamenti strettamente correlati al ragionamento morale (ad esempio Thøgersen, 1996; 2006). Ciò significa che possono essere collegati alla misura in cui le persone hanno interiorizzato valori specifici (in questo caso, i cosiddetti valori biosferici; es. Stern e Dietz, 1994; Stern, Dietz, Abel e Guagnano, 1998) e sono disposti a rispettare le particolari regole comportamentali (le norme morali o personali) associate a questi valori (che nel caso particolare potrebbero riguardare la scelta di viaggi a basso impatto ambientale, oppure modalità e / o attività turistiche e / o strutture ricettive più sostenibili, ecc.). Come conseguenza di ciò, ci si aspetta che le trasgressioni di tali norme producano una vasta gamma di sentimenti legati al sé, incluso il senso di colpa, mentre la conformità alle stesse è attesa indurre sentimenti di autostima e orgoglio. In campo ambientale, questo tipo di fattore si è dimostrato molto efficace nel prevedere i comportamenti ecologici. Inoltre, alcuni studi hanno evidenziato il ruolo delle norme personali e morali anche nella previsione di specifici comportamenti in ambito turistico (Chen e Tung, 2014; Doran e Larsen, 2016; Kiatkawsin e Han, 2017; Han, Hwang e Lee, 2017; Han, Hwang, Lee e Kim, 2019; Han e Hyun, 2017; Han, Jae e Hwang, 2016; Han, Kim e Kiatkawsin, 2017; Han, Lee, Chua e Kim 2019; Han, Meng e Kim, 2017; Han, Yu, Kim e Kim, 2019; Han, Yu, Koo e Kim, 2019; Han, Yu e Kim, 2019).

In sintesi, quindi, vi sono elementi per credere che l'insieme dei fattori fin qui individuati possa costituire una buona base di partenza per delineare le caratteristiche distintive del turista sostenibile. Ciò a sua volta potrebbe risultare utile tanto alla messa a punto di offerte turistiche mirate a specifici target della popolazione, quanto alla definizione di interventi educativi e formativi specificamente indirizzati in questo ambito.

### **Obiettivi della ricerca**

L'obiettivo generale dell'indagine qui presentata è stato quello di studiare le relazioni esistenti tra, da un parte, le preferenze per specifiche attività e servizi di tipo turistico (distinte in attività a basso e alto impatto ambientale) e, dall'altra, una serie di fattori psico-sociali che includevano l'orientamento pro-ambientale delle persone (atteggiamenti e valori pro-ambientali) le credenze circa l'impatto sociale e ambientale delle scelte turistiche, le norme personali/morali, l'affinità verso la diversità (ambientale e sociale) e il bisogno di chiusura cognitiva (quest'ultimo inteso come tratto caratteriale stabile). Al di là dei nessi relazionali con i fattori elencati (molti dei quali già comprovati dai risultati di ricerche precedenti), in questa sede si è mirato soprattutto a individuare gruppi diversi

di persone in base alle preferenze turistiche e ad utilizzare i fattori psicosociali sopra elencati quali variabili di disegno per caratterizzare meglio tali gruppi. Lo scopo ultimo è quello di approfondire alcuni risultati ottenuti da ricerche precedenti (es. Passafaro, et al. 2011, 2012; Passafaro et al., 2015a,b) che avevano mostrato come l'attenzione per l'ambiente e le questioni ecologiche, pur correlata con le scelte turistiche individuali, fosse in grado di spiegare tali preferenze solo in parte, e solo per alcune persone. Nello specifico, l'ipotesi generale di partenza è che le persone che aderiscono a valori di tipo pro-ambientale (es. biosferico e altruistico), che credono che il turismo abbia un impatto sull'ambiente e hanno norme morali tendenzialmente a favore del turismo sostenibile, tendano anche a preferire attività e servizi a più basso impatto (ambientale e sociale) e più in linea con i principi del turismo sostenibile o comunque riconducibili ad un turismo sostenibile in natura e viceversa che persone che presentano valori bassi su questi fattori e che aderiscono a valori e atteggiamenti più antropocentrici ed egoistici tendano a preferire attività e servizi più a più elevato impatto. Inoltre, ci aspettavamo che i fattori aggiuntivi considerati in questo studio (l'affinità con la diversità e il bisogno di chiusura cognitiva) fossero rispettivamente positivamente (la prima) e negativamente (il secondo) associati con le scelte turistiche sostenibili. Inoltre ci aspettavamo che questi ultimi fattori fossero di aiuto a delineare meglio il quadro caratteriale dei gruppi di persone distinti in base alle preferenze turistiche. Ossia, ci aspettavamo che tali fattori aiutassero a spiegare alcune incongruenze tra preferenze turistiche e atteggiamenti e valori registrate nelle indagini precedenti.

## **METODO**

### **Disegno di Ricerca**

Lo studio è consistito in una indagine tipo survey basata su un questionario strutturato somministrato ad un campione di convenienza di rispondenti bilanciati per sesso ed età. Il disegno di ricerca ha rispecchiato quello di precedenti ricerche di Passafaro e colleghi (2011, 2012 e 2015a,b), in cui, come passo preliminare, furono identificate un elenco di attività e servizi turistici riferibili a due grandi categorie principali: (1) attività / servizi a basso impatto sociale/ambientale (riconducibili a forme più sostenibili di turismo); (2) attività / servizi ad alto impatto sociale/ambientale, tipici del turismo convenzionale o di massa. Successivamente tali attività sono state integrate (sotto forma di item) nello strumento di misura (questionario), ed utilizzate, unitamente ad altre misure, per rilevare le preferenze per attività e servizi turistici e la loro relazione con le misure dei fattori aggiuntivi.

### **Partecipanti**

L'indagine è stata condotta su un campione di convenienza composto da 343 rispondenti residenti in varie città del centro Italia (tra cui Roma, Terni, Latina, e Fano). Il campionamento (di convenienza) ha mirato a bilanciare i rispondenti per sesso e età (range 17 - 81 anni;  $M= 39,00$ ;  $DS=15,04$ ) e a rilevarne titolo di studio e professione. In tal modo è stato possibile accertare che il 46,4% ha dichiarato di possedere un diploma superiore; il 42,1% la laurea e il rimanente 11,5% la licenza media o elementare. Per il 36,1% si è trattato di impiegati con varie qualifiche e in vari settori (tra pubblico e privato); per il 24% di studenti; per il 9,7% di lavoratori autonomi (artigiani e imprenditori); il restante 30,2% era diviso tra le altre opzioni (disoccupato, pensionato, casalinga, o altro).

Strumento di misura

Ai partecipanti è stato somministrato un questionario strutturato per auto-somministrazione composto da diverse scale che ha richiesto circa 10-15 minuti per la sua compilazione.

In particolare lo strumento comprendeva le misure dei seguenti costrutti:

TURISMO E PSICOLOGIA, 12 (1), 2019

- Preferenze per attività e servizi turistici. Lo strumento iniziava chiedendo ai partecipanti di immaginare di dover pianificare le loro prossime vacanze estive all'estero (della durata di almeno sei giorni) e di indicare quanto avrebbero apprezzato / non apprezzato trovare nella destinazione delle vacanze ciascuna di una serie di 24 attività e servizi. Le opzioni elencate sono state selezionate da un elenco di attività e servizi derivati da una lista sviluppata da Passafaro e colleghi (2011, 2012, 2015a,b). I risultati delle ricerche fin qui condotti indicano che le attività e i servizi inclusi in tale lista sono riconducibili a 3 fattori o dimensioni principali. La dimensione del turismo "natura e cultura" (che racchiude attività a basso impatto ambientale generalmente svolte in natura o che implicano l'attenzione per la conoscenza della cultura presente e/o passata locale), la dimensione del turismo "comfort e svago" che raccoglie attività e servizi a maggior impatto ambientale e sociale, e la dimensione del turismo "sport e avventura in natura" che raccoglie attività svolte in natura, ma ad elevato impatto ambientale. Tutte le risposte sono state registrate su una scala a sette passi che andava da 1 "Non potrei sopportarlo affatto" a 7 "Mi piacerebbe molto".

- Atteggiamenti pro-ambientali generali. La scala NHIP (New Human Interdependence Paradigm – Corral-Verdugo et al., 2008) è stata utilizzata per rilevare questo tipo di atteggiamenti. La NHIP è costituita da una scala likert a 9 item con 7 passi di risposta (da 1 = completamente in disaccordo, 7 = fortemente d'accordo) che valuta le credenze sull'interdipendenza funzionale e temporale del progresso umano e della conservazione della natura. In particolare, alcuni item si riferiscono al concetto di interdipendenza funzionale tra progresso umano e conservazione della natura (ad es. "Il vero progresso umano può essere raggiunto solo mantenendo l'equilibrio ecologico"), mentre altri esprimono l'idea di un'interdipendenza temporale tra il benessere delle generazioni attuali e future nell'uso delle risorse naturali ("Salvaguardare il mondo naturale oggi significa garantire il futuro dell'umanità").

- Atteggiamento generale verso il turismo sostenibile (ATS). Questo aspetto è stato studiato per mezzo della scala di Passafaro e Cini (si veda Passafaro et al., 2012) composto da quattordici item che hanno lo scopo di valutare la tendenza individuale ad avallare i principi di sostenibilità in relazione a questioni turistiche. La scala misura le convinzioni individuali relative a due questioni fondamentali della sostenibilità del turismo: 1) l'importanza di accettare le responsabilità sociali e ambientali durante le vacanze (o di rifiutarle), 2) l'interesse a conoscere la cultura (presente e passata) delle comunità ospitanti (considerata un prerequisito per la conservazione della varietà e dunque diversità socio-culturale). Gli intervistati dovevano indicare il loro accordo / disaccordo (da 1 "completamente in disaccordo", a 7 "completamente d'accordo") con (7) dichiarazioni che recitavano ad esempio "I vacanzieri non dovrebbero preoccuparsi di rispettare l'ambiente locale, questo compito dovrebbe essere lasciato alle autorità locali" e "Durante le vacanze, è importante dedicare tempo alla comprensione della storia, della cultura e delle tradizioni presenti e passate del luogo visitato".

- Credenze circa l'impatto ambientale e sociale dei propri comportamenti turistici. Questo fattore è stato misurato attraverso i seguenti 4 item: 1) Credo che le mie scelte turistiche possono causare danni anche gravi all'ambiente del luogo visitato; 2) Non credo che una semplice e innocua vacanza, qualunque essa sia, possa causare gravi danni all'ambiente; 3) Credo che le scelte turistiche individuali possono causare danni anche gravi alle popolazioni dei luoghi visitati; 4) A mio parere in realtà non è vero che le scelte turistiche individuali possono riuscire a danneggiare le condizioni delle popolazioni locali. La scala di risposta variava da 1 (completamente in disaccordo) a 7 (completamente d'accordo).

- Valori personali. Questo aspetto è stato rilevato utilizzando l'inventario dei valori di Stern e Dietz (1994) che fa riferimento a 15 valori riconducibili a cinque dimensioni principali (valori altruistici, egoistici, conservativi, biosferici e di apertura al cambiamento). Agli intervistati è stato chiesto di indicare in che misura ciascun valore rappresentava un principio guida della loro vita. La scala di risposta variava da -1 ("opposto ai miei valori") a 5 ("di suprema importanza").

- Norme morali. Le norme morali sono state rilevate attraverso i seguenti 4 item: 1) Mi sentirei veramente in colpa se sceglessi di partecipare ad una vacanza dove viene sfruttata la manodopera

locale; 2) Sento l'obbligo morale di partecipare solo a vacanze dove la manodopera locale non viene sfruttata; 3) Mi sentirei veramente in colpa se partecipassi ad una vacanza che danneggia l'ambiente; 4) Sento l'obbligo morale di partecipare solo a vacanze dove l'ambiente non viene danneggiato. La scala di risposta variava da 1 (completamente in disaccordo) a 7 (completamente d'accordo).

- Affinità verso la diversità (ATD) è stata misurata usando la scala di Corral-Verdugo et al. (2009) composta da 14 item; sette voci fanno riferimento alla diversità sociale (ad esempio "Apprezzo l'esistenza di diversi orientamenti politici"), mentre le altre sette si riferiscono all'affinità con la diversità fisica e biologica (ad esempio "maggiore varietà di piante c'è meglio è per me"). La scala di risposta variava da 1 (completamente in disaccordo) a 7 (completamente d'accordo).- Bisogno di chiusura cognitiva (BCC) – questo è aspetto è stato rilevato tramite la versione italiana della Revised Need for Closure Scale (Rev NfCS; Livi et al., 2015). I partecipanti dovevano dichiarare il proprio accordo / disaccordo (da 1 fortemente in disaccordo a 6(fortemente d'accordo) con 14 affermazioni tra cui ad es. "Qualsiasi soluzione a un problema è meglio che rimanere in uno stato di incertezza" o "Preferisco le cose a cui sono abituato a ciò che non conosco e non posso prevedere".

Il questionario si concludeva con una serie di domande volte a rilevare aspetti socio-demografici e residenziali.

#### Analisi dei dati

L'analisi dei dati è stata volta in primo luogo a valutare validità e affidabilità delle misure utilizzate nello studio, oltre a confermarne la struttura dimensionale. Successivamente, sono state valutate le relazioni tra i fattori considerati attraverso il computo delle correlazioni bivariate di Pearson (per le variabili su scala a intervalli) e non parametriche per le altre variabili. E' stata poi condotta un'analisi dei cluster per individuare gruppi di soggetti diversi in base alle preferenze turistiche. Tali gruppi sono stati poi ulteriormente caratterizzati attraverso dei test post hoc e un'analisi discriminante che ne hanno valutato le differenze sulla base dei vari fattori psico-sociali considerati.

#### Risultati

Analisi fattoriali e verifica affidabilità delle misure. Un'analisi fattoriale esplorativa basata sul metodo della fattorizzazione dell'asse principale (Principal Axis Factoring) eseguita sui dati ha mostrato diverse dimensioni latenti alla base delle preferenze dei partecipanti per le 24 attività e servizi proposte ai rispondenti. Coerentemente con i risultati di precedenti indagini, è stata scelta una soluzione a tre dimensioni sulla base dello scree test (Fig1) e della varianza spiegata totale. Queste dimensioni spiegavano nell'insieme il 37,06% della varianza totale (vedi Tabella 1) ed erano le sole che soddisfacevano il criterio di presentare almeno 3 variabili con saturazioni superiori a .40. La prima dimensione spiegava, dopo la rotazione, il 14,24% della varianza totale ed è stata denominata (coerentemente con le ricerche precedenti) "natura e cultura" in quanto raccoglieva le preferenze per i tipi di attività e servizi in linea con alcuni dei principi del turismo sostenibile (impatto ambientale e sociale comparativamente più basso e attenzione sia alle caratteristiche naturali che culturali della località turistica visitata; vedi tabella 2). La seconda dimensione spiegava il 14,23% della varianza ed è stata denominata "turismo comfort e svago". Questa dimensione ha raccolto le preferenze per le attività e i servizi a più alto impatto ambientale e sociale tipiche del turismo convenzionale, in cui il tempo libero e il comfort personale sono gli obiettivi pressoché unici della vacanza. La terza dimensione spiegava l'8,59% della varianza ed è stata denominata "sport e avventura in natura" in quanto, coerentemente con i risultati di indagini precedenti, raggruppava le preferenze per attività sportive all'aperto, in cui la sfida fisica, piuttosto che la contemplazione della natura, appare come il principale fattore motivante. Con lo stesso metodo sono state condotte anche le analisi fattoriali sulle misure relative agli altri fattori psico-sociali considerati nella ricerca. Per tutte le misure, le analisi hanno sostanzialmente confermato la struttura dimensionale attesa. In particolare: per quanto riguarda la scala di atteggiamento verso il turismo sostenibile, sono state individuate due dimensioni principali riconducibili rispettivamente ad un atteggiamento positivo verso il turismo sostenibile (APTS, che spiegava il 19,54% della varianza) e a

quello negativo (ANTS, che spiegava il 13,84% della varianza totale); per quanto riguarda le scale NHIP e ATD (affinità verso la diversità), per entrambe è stata confermata la struttura monodimensionale che spiegava rispettivamente il 37,26% e il 16,45% della varianza; una struttura monofattoriale è stata confermata anche per quanto riguarda le misure delle credenze (49% di varianza spiegata), delle norme morali (60% di varianza spiegata) e del bisogno di chiusura cognitiva (BCC; 20,26% di varianza spiegata). I risultati dell'analisi fattoriale sono stati poi utilizzati per costruire una serie di variabili aggregate corrispondenti alle dimensioni latenti alla base delle misure di tutti i fattori indagati. Tali nuove variabili sono state poi utilizzate nelle analisi successive al posto delle variabili osservate.

Correlazioni bivariate. Il pattern di correlazioni (riportato nella Tabella 1) conferma l'ipotesi principale (basata sui risultati di precedenti studi) circa l'esistenza di una relazione generalmente positiva tra le preferenze per le forme più sostenibili di attività e servizi turistici e gli atteggiamenti (generali e specifici) e i valori pro-ambientali, e una relazione generalmente negativa tra le preferenze per attività e servizi a più alto impatto ambientale e gli stessi fattori. Più specificamente, coerentemente con i risultati di precedenti indagini, le preferenze per le attività turistiche del tipo "natura e cultura" sono risultate positivamente associate agli atteggiamenti pro-ambientali generali ( $r = .37$ ,  $p < .01$ ), all'atteggiamento positivo generale nei confronti del turismo sostenibile ( $r = .41$ ,  $p < .01$ ), ai valori biosferici ( $r = .26$ ,  $p < .01$ ), a quelli pro-sociali ( $r = .24$ ,  $p < .01$ ) e all'affinità verso la diversità ( $r = .38$ ,  $p < .01$ ). Inoltre, le preferenze verso questo tipo di attività e servizi sono risultate correlate positivamente con le norme morali ( $r = .30$ ,  $p < .01$ ), e negativamente con il bisogno di chiusura cognitiva ( $r = -.18$ ,  $p < .01$ ). Nessuna relazione statisticamente significativa è stata invece riscontrata con le credenze, l'apertura al cambiamento e il titolo di studio.

Le preferenze per le attività e servizi di "comfort e svago" sono invece risultate positivamente correlate con l'atteggiamento negativo generale nei confronti del turismo sostenibile ( $r = .18$ ,  $p < .01$ ), con le credenze ( $r = -.21$ ,  $p < .01$ ), e con il titolo di studio ( $r = -.13$ ,  $p < .05$ ) e positivamente sia con i valori egoistici ( $r = .11$ ,  $p < .05$ ) che con quelli altruistici ( $r = .15$ ,  $p < .01$ ).

Le preferenze per le attività di "sport e avventura nella natura" sono risultate positivamente associate all'apertura al cambiamento ( $r = .19$ ,  $p < .01$ ) e agli atteggiamenti verso la diversità ( $r = .11$ ,  $p < .05$ ) e negativamente con l'età ( $r = -.23$ ,  $p < .01$ ).

Appare poi rilevante discutere anche le relazioni emerse tra gli atteggiamenti generali (positivi e negativi) verso il turismo sostenibile e i fattori psico-sociali considerati nello studio. Come atteso in base ai risultati di studi precedenti, gli atteggiamenti pro-ambientali generali, le norme morali e i valori biosferici e altruistici, correlano positivamente con gli atteggiamenti positivi verso il turismo sostenibile e negativamente con gli atteggiamenti negativi. Viene inoltre confermata anche l'associazione con l'affinità per la diversità (positiva con gli atteggiamenti positivi e negativa con quelli negativi). Emergono, invece qui, per la prima volta, le associazioni (di natura speculare) con le credenze e soprattutto con il bisogno di chiusura cognitiva. In particolare, gli atteggiamenti positivi verso il turismo sostenibile correlano positivamente con le credenze ( $r = .30$ ,  $p < .01$ ) e negativamente con il BCC ( $r = -.18$ ,  $p < .01$ ); viceversa, gli atteggiamenti negativi verso il turismo sostenibile correlano negativamente con le credenze ( $r = -.23$ ,  $p < .01$ ); e positivamente con il BCC ( $r = .38$ ,  $p < .01$ ). Gli atteggiamenti negativi correlano inoltre negativamente con il titolo di studio ( $r = -.21$ ,  $p < .01$ ).

Nel complesso, le relazioni sin qui osservate confermavano quanto emerso nelle precedenti indagini (Passafaro et al., 2011, 2012, 2015a,b) anche relativamente agli aspetti di contraddizione e complessità degli stessi, suggerendo anche in questo caso l'utilità di approfondire il dato correlazionale attraverso una caratterizzazione delle differenze per gruppi.

Tabella 1: medie (M), deviazioni standard (DS), attendibilità (alfa di Cronbach) e correlazioni bivariate (di Pearson) tra i fattori considerati

	M	DS	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1) Natura e Cultura	5.29	.72	.77	.13*	-	.43**	-.19**	.15**	.35**	.31**	-.13*	.29**	.13*	.40**	.42**	-.17**	.25**	-
2 Comfort e divertimento <sup>e</sup>	5.19	.82	.78	-	-	.18**	-.21*	-	-	.11*	.15**	-	-	-	-	-	-	-.13*
3 Sport e Avv in Nat	4.82	.88	.68	-	-	-	-	-.16**	-	-	-	.20**	-.11*	-	-	-.30**	-	-
4 APTS	5.11	1.11			.75	-.36**	.30**	.69**	.43**	-.27**	.33**	-	.44**	.45**	-.18**	.20**	-	-
5 ANTS	2.82	1.14				.67	-.23**	-.23**	-.29**	.15**	-.18**	-.11*	-.24**	-.45**	.38**	-	-.21**	-
6 Credenze	3.75	1.47					.77	.33**	.14*	-	.16**	-	.21**	.19**	-.13*	-	.23	-
7 Norme Morali	5.17	1.40						.86	.38**	-.26**	.32**	-	.45**	.32**	-	.26**	-	-
8 Valori biosferici	4.02	.85							.84	-	.59**	.25**	.43**	.37**	-	.17**	-	-
9 Valori Egoistici	1.71	1.15								.65	-	.29**	-.16**	-.27**	.25**	-	-	-
10 Valori altruistici	3.95	.83									.72	.14*	.42**	.28**	-	-	-	-
11 Apertura al Cambiamento <sup>6</sup>	3.309	1.15										.72	-	.25**	-.17**	-.30**	.15*	-
12 NHIP	6.07	.84											.68	.42**	-	.23**	.13*	-
13 ATD	5.13	.79												.66	-.38	-	.15**	-
14 BCC	3.99	.95													.75	.16**	-.21**	-
15 ETA'	39	15.04														-	-.18**	-
16 Titolo studio <sup>^</sup>	3,29	.69																

Nota: \*p < .05 ; \*\*p < .01; ^ correlazione di Spearman; In diagonale sono riportati i coefficienti Alfa di Cronbach per la valutazione della consistenza interna.

APTS: Atteggiamento positivo verso il turismo sostenibile; ANTS: atteggiamento negativo verso il turismo sostenibile; NHIP: New Human Interdependence Paradigm;

ATD: affinità verso la diversità; BCC: Bisogno di chiusura cognitiva.

### *Analisi dei clusters.*

Un'analisi gerarchica dei cluster basata sul metodo di WARD è stata condotta utilizzando come variabili di disegno i tre fattori relativi alle preferenze per attività e servizi turistici. La scelta è caduta su una soluzione a quattro cluster formulata in base al criterio dell'aumento relativo del coefficiente di agglomerazione e dell'osservazione del dendrogramma. La bontà di tale soluzione (in termini di plausibilità e capacità informativa) è stata valutata anche alla luce dei risultati di una serie di test ANOVA e post hoc (cfr. Tabella 2).

Un primo risultato da rilevare è che quasi tutte le variabili psico-sociali considerate nel nostro studio sono risultate utili a differenziare le caratteristiche dei quattro gruppi selezionati attraverso l'analisi dei clusters. Infatti l'Anova ha evidenziato differenze statisticamente significative tra i gruppi in relazione a tutte le variabili considerate con la sola esclusione del BCC e dell'apertura al cambiamento. I clusters sono stati denominati tenendo conto dei centroidi e confrontando i risultati qui ottenuti con quelli degli studi precedenti. Il primo gruppo individuato è stato definito dei "vacanzieri comfort e relax" in quanto identificava quei partecipanti (N = 87) che mostravano preferenze elevate per il turismo comfort e svago (e le più basse per il turismo natura e cultura), nonché i punteggi più elevati relativamente agli atteggiamenti negativi verso il turismo sostenibile (e i più bassi sulla variabile dell'atteggiamento generale positivo verso il turismo sostenibile). Si tratta di persone che mostrano anche i livelli più bassi nelle misure dei valori biosferici e altruistici e pochi sensi di colpa nei confronti dell'ambiente. Sono tra coloro che credono meno nell'impatto ambientale e sociale delle proprie scelte turistiche, presentando anche i punteggi più elevati sulle misure dei valori egoistici (quelli che privilegiano la ricchezza e il potere) e quelli più bassi sulla affinità con la diversità. Il loro livello di chiusura cognitiva è più elevato rispetto agli altri gruppi, mentre si attestano su valori intermedi di apertura al cambiamento. In generale, si tratta inoltre del gruppo dei più giovani (età media 32,96) per i quali sembra probabile una propensione per vacanze in cui sono presenti sia comfort e svago che sport e avventura. Il secondo cluster chiamato "ecoturisti soft", è composto da quegli intervistati (N = 116) che meno amano le vacanze tipo comfort e svago, mostrando livelli intermedi di apprezzamento per le altre due tipologie proposte (sport e avventura e natura e cultura). Questi rispondenti, presentano punteggi intermedi (rispetto agli altri tre gruppi) sulle misure riguardanti i valori biosferici e altruistici, nonché sugli atteggiamenti verso il turismo sostenibile, su quelli proambientali, sulle norme morali e sull'affinità con la diversità, ma sembrano più degli altri convinti che le proprie scelte turistiche possano avere un impatto ambientale e sociale. Il loro livello di chiusura cognitiva è il più basso rispetto agli altri gruppi e mostrano il livello più elevato di apertura al cambiamento.

Il terzo cluster, chiamato "ecoturisti hard", è caratterizzato da persone (N = 61), con età media maggiore degli altri gruppi (44,06) e con punteggi elevati nelle preferenze per il turismo natura e cultura. Sono anche tra coloro che mostrano i punteggi più bassi nelle preferenze per le altre due tipologie di turismo e si schierano decisamente a favore del turismo sostenibile. Mostrano poi alti livelli sulla scala dei valori biosferici e altruistici e sono consapevoli che le proprie scelte turistiche possono impattare sull'ambiente e sulla società ospitante. Presentano inoltre punteggi bassi sui valori egoistici e elevati di apertura al cambiamento e affinità con la diversità. Si attestano anche su punteggi relativamente bassi di bisogno di chiusura cognitiva e sono tra coloro che provano i maggiori sensi di colpa quando non agiscono a favore dell'ambiente. Infine, il quarto cluster, denominato "turisti post-moderni", si riferisce ai partecipanti (N = 47, età media 40,63) che apprezzano tutte o quasi le attività proposte dal nostro strumento di indagine indipendentemente dalla loro classificazione in "natura e cultura", "comfort e svago", o "sport e avventura", evidenziando al contempo le maggiori contraddizioni nelle risposte agli altri fattori

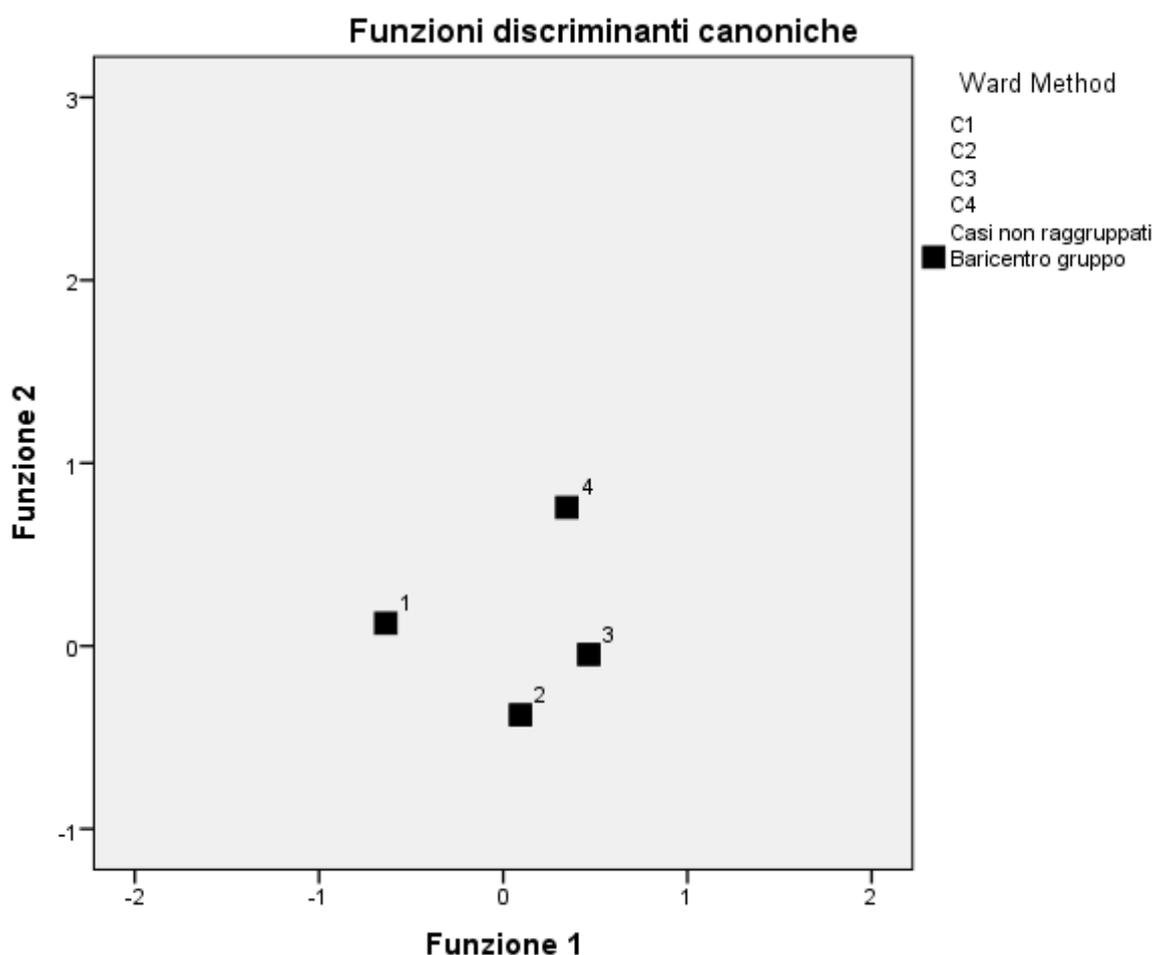
considerati. Ad esempio, mostrano atteggiamenti decisamente positivi verso l'ambiente in generale, ma non credono che le proprie scelte ambientali possano avere un elevato impatto sull'ambiente e la società, pur dichiarando che lo sfruttamento ambientale e sociale del turismo causa loro elevati sensi di colpa. Mostrano anche atteggiamenti decisamente ambivalenti nei confronti del turismo sostenibile in quanto hanno punteggi elevati sia sulla dimensione positiva che su quella negativa. Dichiarano una elevata affinità con la diversità, ma questa si contrappone curiosamente ad un elevato bisogno di chiusura cognitiva. Infine, hanno punteggi elevati sui valori egoistici e bassi di apertura al cambiamento.

#### *Analisi discriminante.*

Al fine di individuare gli aspetti chiave di differenziazione tra i cluster è stata condotta anche una analisi (AD), utilizzando i seguenti set di variabili psico-sociali come predittori (al fine di ridurre il pool di predittori, come predittori sono state utilizzate solo quelle dimensioni che erano significativamente correlate alle preferenze per attività e servizi in analisi): "atteggiamenti positivi e negativi nei confronti del turismo sostenibile", "credenze", "norme morali", "valori biosferici", "valori egoistici", NHIP, ATD, BCC età. Sono state trovate due principali funzioni canoniche discriminanti che hanno mostrato di distinguere sostanzialmente i quattro cluster (la Figura 1 mostra i centroidi del cluster sulle due funzioni e un riepilogo dei risultati di DA). La tabella 3 mostra le associazioni tra le variabili e le funzioni discriminanti. La prima funzione, fa riferimento all'atteggiamento positivo verso il turismo sostenibile e verso la protezione ambientale in generale, essa inoltre tiene conto delle credenze e delle norme morali, oltre che dell'età dei rispondenti. La seconda, invece fa riferimento ad una visione più antropocentrica in cui i valori altruistici si contrappongono a quelli pro-ambientali. In pratica si tratta della sottomissione delle questioni della sostenibilità alle esigenze personali e sociali.

	Medie (per gruppi)				Media nel campione	<i>Differenze tra le medie dei gruppi</i>	
	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 3	Gruppo 4		Totale	F (3,307)
Natura & cultura	4.95	5.28	5.80	6.29	5.44	46.033	.000
Comfort & svago	5.63	4.43	5.29	6.13	5.19	154.00	.000
Sport & Avventura in natura	5.04	4.81	4.38	4.98	4.81	6.487	.000
APTS	4.64	5.13	5.44	5.53	5.11	10.318	.000
ANTS	3.10	2.64	2.62	3.00	2.82	3.743	.011
Credeenze	3.45	4.01	3.83	3.48	3.74	3.110	.027
Norme morali	4.68	5.25	5.54	5.44	5.17	6.014	.001
Rispetto natura	3.80	3.98	4.21	4.27	4.02	4.523	.004
Potere	2.08	1.41	1.58	1.75	1.68	6.013	.001
Pace e giustizia	3.80	3.82	4.13	4.24	3.94	4.970	.002
Apertura al cambiamento	0.58	0.78	0.89	0.43	0.69	1.932	.124
NHIP	5.75	6.02	6.32	6.32	6.05	8.016	.000
BCC	4.11	3.86	3.93	4.05	3.97	1.248	.292
ATD tot	4.89	5.16	5.16	5.49	5.13	6.109	.000
Età	32.96	39.65	44.06	40.63	38.79	7.742	.000

Tabella 2. Caratterizzazione dei gruppi in base alle variabili psico-sociali considerate nello studio



Funzione	Autovalore	% di varianza	% cumulativa	Correlazione canonica
1	,180°	50,8	50,8	,390
2	,146°	41,3	92,1	,357
3	,028°	7,9	100,0	,165

a Nell'analisi sono state utilizzate le prime 3 funzioni discriminanti canoniche.

Test delle funzioni	Lambda di Wilks	Chi-quadrato	gl	Sign.
Da 1 a 3	,720	99,550	33	,000
Da 2 a 3	,849	49,570	20	,000
3	,973	8,310	9	,503

Fig.1: Analisi Discriminante. Posizionamento dei 4 gruppi rispetto alle due dimensioni individuate.

	Funzione		
	1	2	3
APTS	.733*	.171	.078
ETA	.639*	-.077	-.221
NHIP	.634*	.191	-.177
Norme Morali	.572*	-.005	-.009
Valori Biosferici	.457*	.210	-.097
Valori Altruistici	.373	.382*	-.288
Credenze		.216	-.378*
ANTS		-.324	.347*
BCC		-.165	.213*
ATD		.471	.253
Valori Egoistici		-.426	.376
			-.448*

Le variabili sono ordinate in base alla dimensione assoluta della correlazione all'interno della funzione.

\* Correlazione assoluta più grande tra ciascuna variabile e qualsiasi funzione discriminante

Tabella 3. Correlazioni tra le variabili discriminanti e le funzioni discriminanti canoniche standardizzate considerate entro i gruppi

## Discussione e conclusioni

Nel complesso, così come per le indagini precedenti svolte sullo stesso tema (Passafaro et al., 2011, 2012, 2015a,b) anche i risultati di questa indagine possono essere interpretati secondo due livelli principali di lettura. Ad un livello più generale, si può concludere ancora una volta che le persone che presentano valori e atteggiamenti pro-ambientali (sia generali che specifici) tendono a preferire attività e servizi turistici più sostenibili (ossia a minor impatto ambientale e sociale e con una maggiore attenzione per i contesti socio-ambientali in cui si recano). In questa stessa direzione si possono inoltre leggere le correlazioni positive tra le preferenze per il turismo del tipo 'natura e cultura' e fattori quali le credenze, l'affinità verso la diversità e le norme morali. Queste ci dicono che chi sceglie questa tipologia di turismo tende anche, in generale, a credere più degli altri che le proprie scelte turistiche possano avere un impatto sull'ambiente, ad apprezzare la varietà socio-culturale e ambientale esistente nel mondo che le circonda e a provare sensi di colpa quando questa non viene salvaguardata. Inoltre, in questa sede emerge per la prima volta un'associazione negativa con il bisogno di chiusura cognitiva, dato che indica una certa flessibilità e disponibilità da parte di queste persone ad esaminare a fondo problemi e questioni (probabilmente anche quelli sociali e ambientali qui affrontate) prima di prendere decisioni nella propria vita. Questo dato appare interessante anche perché raramente le indagini psicologiche sono riuscite a cogliere nessi di questo tipo tra specifici fattori di personalità e preferenze e scelte turistiche (come già discusso in precedenza nel testo di questo articolo).

Un altro dato generale che vale la pena qui sottolineare riguarda il risultato complessivo relativamente alle credenze circa l'impatto delle proprie scelte turistiche sull'ambiente e la società. In particolare, è evidente come a fronte di orientamenti pro-ambientali piuttosto marcati (le medie per le variabili NHIP, APTS e norme morali si attestano su valori oltre il 5 in una scala da 0 a 7), le convinzioni di questo gruppo di rispondenti sul proprio impatto ambientale e sociale risultano molto meno marcate (la media complessiva su questa variabile si attesta su valori inferiori a 4). Ciò significa che in generale, i nostri rispondenti non sono molto convinti che le proprie scelte turistiche possano avere un impatto sull'ambiente e sulla società. Tale scarsa convinzione è evidentemente presente anche tra alcuni di coloro che dichiarano atteggiamenti favorevoli alla sostenibilità. Purtroppo per la sua struttura, questa indagine non ci consente di comprendere quanta parte di queste risposte sia spiegabile in base ad un basso livello di informazione sugli impatti sociali e ambientali del turismo, piuttosto che a forme di razionalizzazione a posteriori dovute a meccanismi di riduzione della cosiddetta "dissonanza cognitiva" (negazione di dati di fatto di cui si è a conoscenza che contrastano con inclinazioni individuali). Tuttavia è evidente che almeno nel nostro caso, sarebbero necessari interventi in grado di incrementare non tanto gli atteggiamenti, quanto la consapevolezza della serietà del problema, poiché come è stato qui evidenziato, le due cose possono anche non coincidere.

Vale la pena poi commentare i risultati emersi dall'analisi delle differenze per gruppi. Anche queste ricalcano in parte quanto già trovato negli studi precedenti, ossia che l'attenzione per l'ambiente e le questioni ecologiche, pur correlate con le scelte turistiche individuali, possono spiegare tali preferenze solo in parte, e solo per alcune persone. In molti casi infatti persone che dichiarano orientamenti fortemente pro-ambientali possono preferire attività e servizi tipici del turismo tradizionale o di massa (ossia a forte impatto ambientale). Viceversa, alcune attività e servizi tipici dell'ecoturismo possono guadagnarsi la preferenza di persone non particolarmente attente alle questioni ecologiche. Quest'ultimo fenomeno si lega probabilmente alla possibilità che il turismo sostenibile offre di effettuare vacanze 'alternative', sportive, di benessere e di 'qualità', e presenta non poche implicazioni sia teoriche che pratiche per la comprensione e la gestione di queste forme di turismo.

Questa ricerca ha però consentito di ampliare la nostra prospettiva sulle determinanti delle scelte turistiche sostenibili, mostrando la necessità di leggerle in relazione ad un ampio set di fattori psico-sociali e non solo a quelli strettamente legati alle questioni ecologiche in senso stretto. D'altra parte è proprio su questo che sono incentrati i principi dello sviluppo sostenibile in generale.

## BIBLIOGRAFIA

- Ajzen I (1991) The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes* 50, 179-211.
- Alfsen-Norodom C e Lane B (2002) Global knowledge networking for site specific strategies: The International Conference on Biodiversity and Society. *Environmental Science and Policy*, 5 3-8.
- Bamberg S e Möser G (2007) Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behavior. *Journal of environmental psychology*, 27, 14-25.
- Bar-Tal D (2000) *Shared beliefs in a society: social psychological analysis*. Sage, London.
- Berno T e Ward C (2005) Innocence abroad: A pocket guide to psychological research on tourism. *American psychologist*, 60, 593-600.
- Bonnes M, Carrus G, Corral-Verdugo V e Passafaro P (2009) The socio-psychological affinity towards diversity: From biodiversity to socio-ecological sustainability. In: Corral-Verdugo V García-Cadena C H and Frías-Armenta M (eds) *Psychological approaches to sustainability*. New York NY: Nova Science Publishers (1-17)
- Borden RJ e Francis JL (1978) Who cares about ecology? Personality and sex differences in environmental concern. *Journal of personality*, 46, 190-203.
- Bramwell B e Lane B (1993) Sustainable tourism: an evolving global approach *Journal of sustainable tourism* 1: 1-5.
- Brownlee, MTJ, Powell, R. e Hallo, JC (2013) A review of the foundational processes that influence beliefs in climate change: opportunities for environmental education research. *Environmental education research*, 19, 1, 1-20.
- Byrd ET (2007) Stakeholders in sustainable tourism and their role: Applying stakeholder theory to sustainable development. *Tourism review*, 62, 6-13.
- Caspi A e Bem DJ (1990) Personality continuity and change across the life course. In: Pervin L A (ed) *Handbook of personality: Theory and research*. New York NY: Guilford Press (549-575).
- Chen, M-F., e P-J. Tung (2014) Developing and extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International journal of hospitality management*, 36, 221-30.
- Choi, JA, Koo, M, Choi, I, e Auh, S (2008). Need for cognitive closure and information search strategy. *Psychology & marketing*, 25, 1027-1042.
- Corral-Verdugo V, Carrus, G, Bonnes, M, Moser, G, e Sinha, JBP (2008) Environmental beliefs and endorsement of sustainable development principles in water conservation: toward a new human interdependence paradigm scale. *Environment and behavior*, 40, 5, 703-725.
- Corral-Verdugo V, Bonnes M, Tapia-Fonllem C, Fraijo-Sing B, Frías-Armenta M and Carrus G (2009) Correlates of pro-sustainability orientation: the affinity towards diversity. *Journal of environmental psychology*, 29, 34-43.
- Crick-Furman D e Prentis R (2000) Modeling tourists' multiple values. *Annals of tourism research*, 27, 69-92.
- Davis JL, Green JD e Reed A (2009) Interdependence with the environment: Commitment interconnectedness and environmental behavior, *Journal of Environmental Psychology*, 29, 173-180.
- De keersmaecker J, Bostyn DH, Fontaine JRJ, Van Hiel AV, e Roets A. (2018) Toward an integrated cognitive perspective on ethnic prejudice: an investigation into the role of intelligence and need for cognitive closure. *Social psychological and personality science*, 9, 6, 719-726.
- di Castri F e Balayi W (eds) (2002) *Tourism biodiversity and information*. Leiden: Backhuys Publishers.

- Digman JM (1990) Personality structure: emergence of the five-factor model. *Annual review of psychology*, 41, 417-440.
- Doran R e Larsen S. (2016) The relative importance of social and personal norms in explaining intentions to choose eco-friendly travel options. *International journal of tourism research*, 18, 2, 159-166.
- Frew E e Shaw R (1999) The relationship between personality gender and tourism behavior. *Tourism management*, 20, 193-202.
- Frijda NH, Manstead ASR e Bem S. (EDS) (2000) *Emotions and beliefs: how feelings influence thoughts*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Gifford R. (2014) Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: a review. *International journal of psychology*, 49, 3, 141-157.
- Gilchrist H, Povey R, Dickinson A e Povey R (1995) The sensation seeking scale and its use in a study of the characteristics of people choosing 'adventure holidays'. *Personality and individual differences*, 19, 13-S16.
- Griffith D e Albanese P (1996) An examination of Plog's psychographic travel model within a student population. *Journal of travel research*, 34, 47-51.
- Guillitte O (2005) Biodiversity and sociodiversity for a sustainable development. *Liaison energie francophonie*, 68, 95-98.
- Han H, Hsu LTJ e Sheu C. (2010) Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism management*, 31, 325-34.
- Han H, Hwang J e Lee MJ (2017). The value-belief-emotion-norm model: investigating customers' eco-friendly behavior. *Journal of travel and tourism marketing*, 34, 5, 590-607.
- Han H, Hwang J, Lee S e Kim J (2019) Word-of-mouth, buying, and sacrifice intentions for eco-cruises: exploring the function of norm activation and value-attitude-behavior. *Tourism management*, 70, 430-443.
- Han H e Hyun SS (2017) Drivers of customer decision to visit an environmentally responsible museum: Merging the theory of planned behavior and norm activation theory. *Journal of travel and tourism marketing* 34 (9), 1155-68.
- Han H, Jae M e Hwang J (2016) Cruise travelers' environmentally responsible decision-making: An integrative framework of goal-directed behavior and norm activation process." *International journal of hospitality management*, 53, 94-105.
- Han H, Kim W e Kiatkawsin K (2017) Emerging youth tourism: Fostering young travelers' conservation intentions. *Journal of travel and tourism marketing*, 34 (7), 905-18.
- Han H, Lee MJ, B-L Chua e Kim W (2019) Triggers of traveler willingness to use and recommend eco-friendly airplanes. *Journal of hospitality and tourism management*, 38, 91-101.
- Han H, Meng B, e Kim W (2017) Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior. *Journal of sustainable tourism*, 25, 292-309.
- Han H, Yu J e Kim W (2019) Investigating airline customers' decision-making process for emerging environmentally-responsible electric airplanes: influence of gender and age. *Tourism management perspectives*, 31, 85-94.
- Han H, Yu J, Kim H-C e Kim W (2019) Impact of social/personal norms and willingness to sacrifice on young factioners' pro-environmental intentions for waste reduction and recycling. *Journal of sustainable tourism*, 26, 12, 2117-2133.
- Han H, Yu J, Koo B e Kim W (2019) Vacationers' norm-based behavior in developing environmentally sustainable cruise tourism. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 20, 1, 89-106.
- Hirsh JB (2010) Personality and environmental concern. *Journal of environmental psychology* 30: 245-248.

- Holland JL (1958) A personality inventory employing occupational titles. *Journal of applied psychology*, 42, 336-342.
- Holland JL (1985) *Making vocational choices. A theory of vocational personalities and work environments* (2nded). Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Hopper JR e Nielsen JM (1991) Recycling as altruistic behavior, normative and behavioral strategies to expand participation in a community recycling program. *Environment and behavior*, 23, 195-220.
- Hoxter A e Lester D (1987) Personality correlates of allocentrism versus psychocentrism in choice of destination for travel. *Psychological reports*, 60, 1138.
- Hume D. (1738) *Trattato sulla natura umana*.
- Hunter C (1997) Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of tourism research*, 24, 850-867.
- I C L E I (International Council on Local Environmental Initiatives) (1999) *Tourism and Sustainable development: sustainable tourism a local authority perspective*. Bonn Germany: ICLEI.
- Jackson LE (1986) Outdoor recreation participation and attitudes to the environment. *Leisure studies*, 5, 1-23.
- Jackson LE (1987) Outdoor recreation participation and views on resource development and preservation. *Leisure studies*, 9, 235-250
- Jimeno M, Sotomayor M e Valderrama L (1995) *Chocó: Diversidad cultural y medio ambiente [Chocó: Cultural diversity and environment]*. Bogotá Colombia: Fondo FEN.
- Jurowski CM, Uysal DR, Williams e FP Noe (1995) An examination of preferences and evaluations of visitors based on environmental attitudes: Biscayne bay national park. *Journal of sustainable tourism*, 3, 73-86.
- Kals E, Schumacher D e Montada L (1999) Emotional affinity toward nature as a motivational basis to protect nature. *Environment and behavior*, 31, 178-202.
- Kellert SR (1997) *Kinship to mastery: Biophilia in human evolution and development*. Washington DC: Island Press.
- Kellert SR e Wilson EO (Eds ) (1993) *The biophilia hypothesis*. Washington DC: Island Press.
- Kiatkawsin K e Han H (2017b). Young travelers' intention to behave pro-environmentally: merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism management*, 59, 1, 76-88.
- Ko JTG (2001) Assessing progress of tourism sustainability. *Annals of tourism research*, 28, 817-820.
- Kruglanski A W (2004). *The psychology of closed-mindedness*. New York: Psychology Press.
- Lee YC (2013) The influence of personality traits health knowledge and product attributes on intent to purchase Taiwan's healthcare tourism products. *Social behavior and personality*, 41(3): 395-410.
- Lepp A e Gibson H (2008) Sensation seeking and tourism: Tourist role perception of risk and destination choice. *Tourism management*, 29, 740-750.
- [Li C-Y](#) e [Tsai B-K](#) (2013) Impact of extraversion and sensation seeking on international tourism choices. *Social behavior and personality*, 41(2), 327-334.
- Litvin S W (2008) Sensation seeking and its measurement for tourism research. *Journal of travel research* 46: 440-445.
- Livi S, Kruglanski AW, Pierro A, Mannetti L e Kenny, D. A. (2015) Epistemic motivation and perpetuation of group culture: Effects of need for cognitive closure on trans-generational norm transmission. *Organizational behavior and human decision processes*, 129,105-112.
- Lu L e Kao S-F (2009) Direct and indirect effects of personality traits on leisure satisfaction: Evidence from a national probability sample in Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 37(2), 191-192.
- Lund FH (1925) The psychology of belief. *The journal of abnormal and social psychology* (ora Journal of abnormal psychology), 20, 1, 63-81.

- Lundholm H (1936) *The psychology of belief*. Duke University Press: Durham, NC, US.
- McCrae RR (2010) The place of the FFM in personality psychology. *Psychological inquiry*, 21, 57–64.
- McCrae RR e Costa PI Jr (2008) Empirical and theoretical status of the Five-Factor Model of personality traits. In: Boyle G Matthews G and Saklofske D (eds) *Sage handbook of personality theory and assessment* (Vol1). Los Angeles CA: Sage Publications (273–294).
- McCrae RR e John OP (1992) An introduction to the five factor model and its applications. *Journal of personality*, 60, 175-215.
- McDougall W (1921) Belief as a derived emotion. *Psychological review*, 28, 5, 315-327.
- Milfont TL e Sibly TC (2012) The big five personality traits and environmental engagement: associations at the individual and societal level. *Journal of environmental psychology* 32: 187-195.
- Mill JS (1884) *What is rejected as knowledge by sir w. Hamilton, brought back under the name of belief. An examination of Sir William Hamilton's Philosophy and of the principal philosophical questions discussed in his writings*, vos 1 and 2. Henry Holt and Company.
- O'Hara S (1995) Valuing sociodiversity. *International Journal of Social Economics* 22: 31-49.
- Passafaro P (in stampa) Attitudes and tourists' sustainable behavior: an overview of the literature and discussion of some theoretical and methodological issues. *Journal of travel research*. DOI: [10.1177/0047287519851171](https://doi.org/10.1177/0047287519851171).
- Passafaro P, Cini C, Bocchi D e Pichini I (2012) Atteggiamenti ecologici e preferenze per attività e servizi turistici nella prospettiva della Psicologia Ambientale. *Turismo e psicologia* vol 5, issue 1: 27-45. Disponibile a [http://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2012\\_1\\_03.pdf](http://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2012_1_03.pdf) (accessed 12 september 2019).
- Passafaro P, Cini F, Boi L, D'Angelo M, Heering MS, Luchetti L, Mancini A, Martemucci V, Pacella G, Patrizi F, Sassu F e Triolo M (2015a) The sustainable tourist: Values, attitudes and personality traits. *Tourism and hospitality research*, 15, 4, 225-239.
- Passafaro P, Cini F, Diaco V, Schirru O, Boison A, Gasparri V e Giannantoni S (2015b) Understanding preferences for nature based and sustainable tourism: the role of personal values and general and specific environmental attitudes. *Current research in psychology*, 6 (1), 1-14.
- Passafaro P, Giannantoni S e Ludovici S (2011) Turismo, sostenibilità e atteggiamenti ecologici: uno studio sulle basi psicologico sociali e ambientali delle preferenze ecoturistiche. *Turismo e psicologia*, 4, 1: 395-410. Disponibile a [http://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2011\\_1\\_36.pdf](http://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2011_1_36.pdf)
- Passafaro P. e Vecchione M (2019). Values and tourists' sustainable behaviours: overview of studies and discussion of some theoretical and methodological issues. Articolo in preparazione.
- Pepitone A (2001) Belief and cultural social psychology. In LL Adler e UP Gielen (eds) *Cross-cultural topics in psychology* 2ed. Westport: Praeger.
- Pettus AM e Giles MB (1987) Personality characteristics and environmental attitudes. *Population and environment*, 9, 127-137.
- Plog SC (1987) Understanding psychographics in tourism research. In R Ritchie and C Goeldner (eds) *Travel tourism and hospitality research*. New York NY: Wiley (203-214).
- Plog SC (1991) A carpenter's tools re-visited: Measuring allocentrism and psychocentrism properly...The first time. *Journal of travel research*, 29, 51.
- Plog SC (2002) The power of psychographics and the concept of venturesomeness. *Journal of travel research*, 40, 3, 244-251.
- Roets A, Kruglanski AW, Kossowska M, Pierro A, e Hong YY (2015) The motivated gatekeeper of our minds: New directions in need for closure theory and research. *Advances in experimental social psychology*. 52, 221-283.

- Schwartz SH (1977) Normative influences on altruism. In L Berkowitz (ed.) *Advances in experimental social psychology*, 10, 221-279.
- Shah K, McHarry J e Gardiner R (2002) *Sustainable tourism –turning the edge*. Towards Earth Summit 2002.
- Staats H. 2003. Teoria del comportamento pianificato e comprensione di atteggiamenti e comportamenti pro-ambientali. In M Bonnes, M Bonaiuto, T. Lee, (Eds.) *Teorie in pratica per la psicologia ambientale*. Raffaello Cortina Editore. Milano.
- Steg L e Vlek C (2009) Encouraging pro-environmental behavior: An integrative review and research agenda *Journal of environmental psychology*, 29(3), 309-317.
- Stern PC e Dietz T (1994) The value basis of environmental concern. *Journal of social issues*, 50, 3, 65-84.
- Stern PC, Dietz T, Abel T. e Guagnano GA (1998) A brief inventory of values. *Educational and psychological measurement*, 58, 984-1001.
- Stern PC., Dietz T, Kalof L e Guagnano GA (1995) Values, beliefs, and pro-environmental action: attitude formation toward emergent attitude objects. *Journal of applied social psychology*, 25, 1611-1636.
- Swami V, Chamorro-Premuzic T, Snelgar R e Furnham A (2011) Personality individual differences and demographic antecedents of self-reported household waste management behaviors. *Journal of environmental psychology*, 31, 21-26
- Tam K-P (2013) Concepts and measures related to connection to nature: Similarities and Differences. *Journal of environmental psychology*, 34, 64-78.
- Thøgersen J (1996) Recycling and morality: a critical review of the literature. *Environment and behaviour* 28, 550-558.
- Thøgersen J (2006) Norms for environmentally responsible behaviour: an extended taxonomy. *Journal of environmental psychology*, 26, 247-261.
- Tonn B (2007) Futures sustainability. *Futures*, 39, 1097-1116.
- UNEP/CBD/COP/DEC/X/2 (2010a) *Report of the tenth meeting of the conference of the parties to the convention on biological diversity*. Available at <http://www.cbd.int/doc/?meeting=cop-10> Retrieved February 5<sup>th</sup> 2014.
- UNEP/CBD/COP/X/27/Add 1 (2010b) Strategic Plan for Biodiversity 2011-2020. *Provisional technical rationale possible indicators and suggested milestones for the aichi biodiversity targets* Available at <http://www.cbd.int/doc/meetings/cop/cop-10/official/cop-10-27-add1-en.pdf>. Retrieved February 5<sup>th</sup> 2014.
- United Nation Environmental Program UNEP (1992) *Convention on biological diversity* Available at <http://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf>. Retrieved February 5<sup>th</sup> 2014.
- UNWTO - United Nations World Tourism Organization (2007) *Davos declaration on climate changes and Tourism – Responding to global challenges* Davos Switzerland 3-Oct 2007. Available at [http://www.unwto.org/climate/support/en/pdf/decla\\_davos\\_e.pdf](http://www.unwto.org/climate/support/en/pdf/decla_davos_e.pdf). Retrieved 18 November 2010.
- Uysal M, Jurovski C, Noe FP, e McDonald CD (1994) Environmental Attitude by Trip and Visitor Characteristics: US Virgin Islands National Park. *Tourism management*, 15, 284-294
- Van Lange PAM (1999), The pursuit of joint outcomes and equality in outcomes: an integrative model of social value orientation. *Journal of personality and social psychology*, 77, 337-349.
- Van Liere KD, e Dunlap RE (1978), Moral norms and environmental behaviour: an application of Schwartz's norm-activation model to yard burning. *Journal of applied social psychology*, 8, 174-188.

- Wille B e De Fruyt F (2014) Vocations as a Source of Identity: Reciprocal Relations Between Big Five Personality Traits and RIASEC Characteristics Over 15 Years. *Journal of applied psychology*, 99, 262-281
- Wilson EO (1999) *The diversity of life*. New York: WW Norton.
- WTTC e UNWTO – World Travel and Tourism Council World Tourism Organization and the Earth Council (1996) *Agenda 21 for the travel and tourism Industry: Towards environmentally sustainable development*.
- Zubek JP e Solberg PA (1954) *Human development*. McGraw-Hill. New York
- Zuckerman M (2006) Biosocial bases of sensation seeking. In Canli T (Ed) *Biology of personality and individual differences*. The Guilford Press. New York
- Zuckerman M (2008) Personality and sensation seeking. In: GJ Boyle, G Matthews, DH Saklofske (eds) [\*The SAGE handbook of personality theory and assessment Vol 1: Personality theories and models\*](#). Thousand Oaks CA US: Sage Publications, (379-398).
- Zuckerman M, Kolin EA, Price L e Zoob I (1964) Development of a sensation-seeking scale. *Journal of consulting psychology* ,28(6), 477–482.