

导游多维心理分析案例016：客人把投诉信要回来撕了 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_A4_9A_E7_c34_39921.htm 赵先生对同事谈起他遇到的一件有关司机的怪事：到黄河边去游览，他把车停在很远的地方，客人给他小费，请他多开一段路，他也不肯，让客人走了一个多小时才走到山顶。每次出发，他总要迟到半小时，让所有的人等他一个人。地陪说了他两句，他就说汽车坏了，发动不起来了。在餐馆就餐，他又把车停在很远的地方，说是餐馆没有停车场。等客人走到餐馆一看，门口空着的停车场足有三个篮球场那么大。吃完饭，我请他把车开过来接客人，他答应了，可是左等右等，就是不见他把车开过来。最后，客人不得不自己走过去，发现他正在车上睡觉。客人要他开车去地接社指定的商场，他不去，说那里的东西太贵。客人愿意去。他还是不去，也不和地陪打个招呼，就把车开回宾馆了。客人倒是想了一个办法：专门给他买了一条烟。谁知道他竟然把烟退回来了，还说：“我是爱国者，不会抽外国人的烟！中国人只抽中国烟！”当时，简直把客人的鼻子都气歪了。客人联名写了一封投诉信，让我和地陪在上面签名。可是后来的事恐怕你们谁都想不到。在去洛阳的路上，靠近白马寺的地方出了车祸。当时没有一辆车停下来救人。拦车的人见我们是豪华旅游车，车上又坐着外宾，就不抱什么希望，但还是举了举手。我刚说停车救人，司机已经刹车了。司机和我，还有几位游客，把伤员抬上车，司机拿手机与洛阳的医院联系急救，然后用最快的速度把伤员送到了医院。伤员的家属赶到医院以后，拿出一叠钱要给这

位司机，司机没有收钱，也没有多说话。他开车接上地陪就送客人游览去了。在这以后，客人对司机的看法来了个180度的大转弯。当天晚上，客人向我要回了那封投诉信，当着我的面撕掉了。我问他们这是为什么，他们居然找出许多理由来为那位司机开脱。有的说可能是他太疲劳了，脾气自然就不好。有的说可能这里的人就这个脾气。还有的说那么多的车都开过去了，就只有他停下来救人，人家给钱也不要。这肯定是一个好人嘛！至于在z市嘛，那总是有别的什么原因。算了，算了，过去的事情就算了！小李说：“以前听赵大哥讲过一个‘否定后肯定效应’。是不是在司机救人以后，客人对他有了一个‘否定后肯定效应’呢？”赵先生说：“这里是有‘否定后肯定效应’，但是，恐怕还有别的原因。那位司机救人以后，客人认为他是一个好人，这是很自然的事。问题是。客人对他以前的不良表现都改变了看法，这又是为什么呢？”

分析本案例讨论社会交往两个层面的平衡关系。在“利益交换”和“人际交流”之间，存在着一种通过相互补偿而达到平衡的关系。这就是：改变赋予“利益交换”的“人际意义”，就可以改变对交往对象的“人际认知”；同样，改变对交往对象的“人际认知”，也可以改变对“利益交换”所赋予的“人际意义”。本案例中，旅游者因那位司机在白马寺附近救人而认为“他是一个好人”，这就是改变了对他的“人际认知”。此后，旅游者对他前面的不良表现作出的新的评价，这就是因为改变了对他的“人际认知”。所以也就对他以前的“利益交换”方面的种种表现赋予新的“人际意义”。这个案例决不是说导游员可以像那位司机那样，先给旅游者留下恶劣的印象，然后再靠某种偶然事件来改

变旅游者的印象。那位司机如果没有遇到车祸的机遇，旅游者就肯定要把投诉信寄给有关部门。只有在旅游者已经对导游员的服务赋予不良的“人际意义”，在导游员的服务动机已经或将要被曲解的时候，导游员才能运用自己的“调控”技巧，去改变旅游者对自己的“人际认知”，先让旅游者对自己这个“人”作出肯定的评价，再让他们对自己所提供的服务作出肯定的评价。当社会交往出现问题时，导游员都应该根据社会交往的两个层面之间可以通过相互补偿而达到平衡的原理，来灵活地进行“调控”。根据不同的具体情况，或从“人际交流”层面开始，或从“利益交换”层面开始。这是提高“调控”技巧的一条极为重要的思路。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com