

导游多维心理分析案例008：讲解数第一，首饰可不能数第一  
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\\_39965.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_A4_9A_E7_c34_39965.htm) 梅下团后心情非常不好，游客对她的穿戴打扮提了意见。小梅那天接团前精心打扮了一番，做了个渡浪式的发型，戴了一条金项链和一对带钻石的耳环，还有那条镶嵌宝石的手链，服装和手提包也都是名牌。她想：改革开放十几年了，该让客人看看我们的生活水平了。到了机场，小梅就觉得团队的游客对她“视而不见”。出口处就只有她一个导游，可是客人还一个劲儿地东张西望，直到小梅打着旗子走过去问他们是哪个团的，他们才看了她一眼。上车以后，小梅发现大多数女客人都是斜着眼看她，眼睛眯眯的，嘴角往下拉，就好像她欠了她们什么似的。小梅开始导游，可是，无论是自我介绍，还是导游大赛得奖的沿途景观介绍，客人一点掌声也没有，一个个都把眼睛往车窗外看。小梅心想：大概是太太们太厉害了，先生们的眼睛都不敢朝女导游身上看了。可是。那几位单身男士怎么也是毫无兴趣的样子呢？吃饭的时候，领队对小梅说：“小姑娘，你打扮得太漂亮了，把客人都比下去了。明天最好把首饰换一换……”小梅心里不服气。她想：长得漂亮是爹妈给的，首饰、衣服是自己挣的。穿什么戴什么还要你们来管吗？第二天，小梅换了一套更好的服装，又换了一条更好的项链，上面有一粒她从香港买回来的钻石。可是，不管小梅讲什么，客人还是一声不响，只有领队重复集合时间的时候，客人才应了几声。在送别游客的检票口，团长把小费递给小梅的时候说：“你的讲解很好，这几站就数你第一。不

过，你的首饰也是数第一，太抢眼了!大家是出来旅游的，不是来看你的首饰的。如果你真的想好好展示一下呢，不如去做模特儿。我想，模特儿挣的钱要比导游多得多吧?”小梅当时给气得真想把小费扔到他脸上去。小梅对小杨说了事情的经过之后，问道：“你说，真的是我错了吗?”小杨还没有开口，她们就听到了赵先生的声音：“大概是错在你的穿戴打扮不符合你的角色。”原来，她们的谈话已经被赵先生听到了。赵先生接着说：“你的角色是为客人提供服务的，可是，你的穿戴打扮像是要为客人提供服务的吗?客人会觉得你是要显示一种‘心理优势’。要把他们比下去，要让他们相形见绌!”小梅委屈地说：“我怎么会有那个意思呢?我也不是那种人哪!”赵先生说：“是呀，我们当然知道你不是那种人，可是客人根据什么来了解你呢?你在学校里不是学过一种什么‘效应’吗?”小梅说：“是‘第一印象效应’吧?哦，我明白了，客人对我的第一印象就不好。”赵先生说：“其实。我觉得你在这套服装，如果把首饰去掉就很好。你看，身材苗条，面容姣好，一身的青春气息，既不卑，又不亢，多好!”

分析本案例讨论“第一印象效应”。小梅带团的失利是因为她给了旅游者一个不良的“第一印象”。“第一印象”是人们初次见面时，通过认知对方的仪容仪表、言谈举止等表面因素而形成的人际印象。“第一印象”对人们是否愿意后续交往所起的作用就是“第一印象效应”。印象好就会接近对方，印象不好就会疏远对方。不好不坏就会保持原来的人际距离。“第一印象”的形成只能以对方的仪容仪表、言谈举止等“表面品质”为素材，所以，“第一印象”往往并不能准确地告诉人们，对方具有什么样的“内在品质”。

”。但是，“第一印象”形成以后，人们常常在它的基础上“故事化”对方是一个什么样的人。因此，“第一印象”对人们在实际交往中的人际认知策略和交往策略有一定的规定性。“第一印象”的形成与“人”的形象密切相关，而与“非人际”内容的联系比较少。如在本案例中，旅游者就是根据小梅的服饰而形成对她的“第一印象”，小梅的导游辞并没有起多大的作用。由此可见，导游员在与旅游者的初次交往中，不注意自己的服饰是否与自己的角色相符，以为只要自己的导游辞讲得好，服务做得好，就一定能“得人心”的想法是不切合实际的。因为“第一印象效应”会随着交往时间的延长而逐渐弱化，所以它对地陪的影响要远远大于对全陪的影响。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](http://www.100test.com)