

导游多维心理分析案例051：张太太到处找“大鱼” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/40/2021\\_2022\\_\\_E5\\_AF\\_BC\\_E6\\_B8\\_B8\\_E5\\_A4\\_9A\\_E7\\_c34\\_40015.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/40/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_A4_9A_E7_c34_40015.htm) 小赵带团到浙江绍兴去游览，第一站就是大禹陵。在头一天晚上，小赵仔细阅读了有关的景观材料，作了充分准备。在去大禹陵的路上，小赵就热情而又非常自信地向客人作了绘声绘色的介绍。到达大禹陵之后，小赵采用“触景生情”的导游方法，在现场向客人作了仔细的介绍。最后，他宣布给大家半个小时的自由活动时间。小赵因为十分卖力而累得满头大汗，正在他擦汗的时候，他看到那位年近60岁的张太太在那里东张西望，好像是在找什么东西。小赵赶紧走过去，很热情地问：“张太太，您在找什么？是不是丢了什么东西？”张太太抬起头，用迷惑的眼光看了小赵一会儿，说出一句小赵怎么也意想不到的话：“小伙子，我看你待人倒是满热情的，可是你不该蒙人哪！你说了半天‘大鱼林’、‘大鱼林’，大鱼在哪里呀？我找了半天，也没有找到一条大鱼呀！”。分析本案例讨论旅游者欣赏导游辞心理规律。旅游者欣赏旅游景观的一条基本规律是：旅游者首先要知道他所欣赏的景观“是什么”，然后才能展开联想和想像；先要知道它“是什么”，然后才能对它的历史的、现实的、自然的、人文的意义有进一步的理解。小赵的导游辞不管是怎样的内容丰富、旁征博引、词藻华丽，布局巧妙，它恰恰没有首先说清楚“大禹陵”究竟是什么。正因为小赵没有对“大禹陵”作出最基本的说明，所以不识字的张太太只能根据语音来判断，把“大禹陵”当成了“大鱼林”。所以。导游员在构思自己的导游辞时，决不能

想当然地认为，旅游者一定会对景观有最基本的了解，而忽视对景观作最基本的说明。否则，华丽的词藻，复杂的数据，深奥的典故，其结果可能还是从旅游者那里得到一个“蒙人”的评价。一位特级导游员说得好：“导游辞的风格应该是散文，导游辞的内容应该是说明文。” 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)