

导游多维心理分析案例034：我们部喜欢鬼 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\\_40073.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/40/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_A4_9A_E7_c34_40073.htm) 小王发现团里的客人明显地分成了三群。其中一群是年纪比较大的游客。另一群都是学校里的老师和学生。可还有一群，也是三群当中最大的一群，其中有老师，有工人，有机关干部，有街道的大妈，有建筑队的包工头，也有自由职业者……小王左看右看，也看不出这一群人究竟有什么共同点。在火车上，小王有意走进这最大的一群，想了解一下他们为什么愿意聚在一起。小王发现，这一群游客喜欢讲故事，也喜欢听故事，而故事的内容基本上都是妖魔鬼怪。有的游客把鬼故事讲得有鼻子有眼，就像真的一样，连小王这样走南闯北的导游员都听得毛骨悚然。小王心想：难道他们就是因为这些妖魔鬼怪的故事而聚在一起成为一群的吗？他有点怀疑自己的判断力了。在团队游览了丰都鬼城以后，小王问他们：“鬼城也看了。你们还要在一起讲鬼故事吗？”这群客人你看看我，我看看你，不说话，其中一位小姑娘却开口了：“我们喜欢鬼，我们就是喜欢听鬼故事！”

分析 本案例讨论旅游团中归属需要的特点。归属需要，是指每个人在感情上都具有自己归属于一定群体的社会需要，希望成为群体中的一员，与他人保持有意义的联系，并得到群体的认同、关心和帮助。在原永久居住地的社会组织中，由于人们长期在固定的社会空间中生活，社会关系稳定，归属指向的群体非常明确，像家庭、单位、朋友等等。旅游团是一种以经济功能为基础的、临时性的社会组织，不能成为旅游者归属的目标。旅游者社会心理上的

归属需要，要由他们自己在人与人的交往中来寻求满足。由于相处的时间短暂，旅游者之间不可能有较为全面和深入的了解，不可能根据对深层次品质的全面认知来相互认同，只能根据一些表面的、容易辨别的线索(例如，社会标签，情绪共鸣等)来实现相互认同。从人们在社会交往中的心理活动来看，情绪反应和情感体验是表层的、容易使人们彼此认同的认知线索。在本案例中，有鼻子有眼的鬼故事特别使在场的人产生共同的情绪反应和情绪体验(惊奇、害怕等等)，这种情绪上的“共鸣”就使他们愿意聚在一起。情绪反应和情绪体验会干扰人们认知活动。当人们有较强的融于一体的要求时会伴随着较高的情绪强度。人际感知都会因为较高强度的情绪活动而变得钝化。在这种情况下，人们就容易忽视彼此之间存在的一些比较重要的差异。例如本案例中那些喜欢鬼故事的旅游者，似乎只有“都喜欢鬼，都喜欢听鬼故事”才是最重要的，别的都不那么重要了。旅游者出于归属的需要，彼此寻求共同点而聚集在一起。形成一个一个的“群”，这就是“旅游团亚群体”的雏形。如果他们相互的认知继续深化，明确意识到“我们”与“他们”的不同之处，“旅游团亚群体”就会逐渐走向成熟。成熟的亚群体之间的对抗会严重地破坏旅游计划的执行。注：“旅游团亚群体”请参见案例89 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)