

导游多维心理分析案例093：“有钱帮”与“没钱帮” 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_40129.htm 小吴没精打采地走进来了。小方问他：“怎么啦？”小吴说：“嗨，别提了！莫名其妙地就被客人投诉了。买不买东西是他们自己的事，能怪我吗？买了乱七八糟的东西，还怪我没有讲清楚。他们争强好胜，就拿我出气……”赵先生说：“哎呀，你这么说，谁也听不懂！事情已经发生了，坐下来慢慢说吧。”小吴说：“我这个团里的客人早就分成了两帮，一帮比较有钱，叫‘有钱帮’！一帮不太有钱，叫‘没钱帮’！一路上早就明争暗斗。”

“我当地陪，我跟他们说，一定不要在西湖边上买那些无证小贩的茶叶，可是‘没钱帮’不听，还是买了。更要命的是‘有钱帮’里居然也有几个人买了那种茶叶。游湖的时候，‘没钱帮’的人拿出茶叶来一看一哎呀，全是一些树叶茶渣。‘有钱帮’当然是要嘲笑他们啦，还话里有话地说：‘好货不便宜，便宜没好货！’分明是在骂那些‘没钱帮’的人‘不是好货’。‘没钱帮’的人虽然恨得牙根发痒，却也无话可说。这时候，‘有钱帮’中的几位客人在外面拍完照以后回到船舱里，看到别人在摆弄茶叶，也就把在西湖边上无证小摊贩那里买的茶叶拿出来看。一打开，从茶叶罐里蹦出了一个报纸团，还有一个烟头。这一下子‘没钱帮’的客人可开心了！有人就说：‘这世上啊，的确是便宜没好货，可是偏偏还有那有钱没好货的！’‘有钱帮’的人被骂得有苦说不出，一肚子的火就冲着我来了，硬说买了这样的茶叶都是我没有给他们说清楚。领队过来帮我说话，说‘小吴说过不要买

的’。那些‘有钱帮’的人还强词夺理，说：‘什么时候说的呀?我们怎么没听见呀!’这时候，‘没钱帮’的又开口了，说：‘小吴是说了的，我们都听见了。我们可不会没钱装有钱!’好像是帮我说话，实际上在刺‘有钱帮’。‘有钱帮’咽不下这口气，这不就暗地里写了一封信，寄到旅游局，告了我一状。”大家把小吴安慰了一番之后，赵先生说：“客人的收入有明显的差距，常常会因为‘钱多’和‘钱少’而形成帮派的。看来这是一个值得好好注意的问题。”

本案例讨论以金钱价值观为核心的“社会地位型亚群体对抗”。这是对抗形式最激烈、影响也最大的一类“亚群体对抗”。随着拜金主义流行，这种“亚群体对抗”形式有增加的趋势。“金钱”这种东西与社会交往的“利益层面”和“人际层面”都有紧密的关系。一方面，金钱被相当普遍地当做是社会地位的象征，许多人正是根据一个人“钱多”还是“钱少”来判断他的社会地位的。所以，这个“钱多钱少”的问题也就经常与人们的自尊心和虚荣心联系在一起。另一方面，旅游是一种“消费”活动，而金钱作为“一般等价物”，自然是与旅游中的各种消费都分不开的。在旅游团内，旅游者之间很难有较为深入的相互了解，而“钱多钱少”却因为旅游中花钱的机会很多而比较容易辨别的。来自同一地区的旅游者往往就按“钱多钱少”而形成了不同的“社会地位型亚群体”。当不同的它们要相互“较劲”的时候，“花钱”又会被认为是一种最“便捷”的形式。旅行社是按统一标准为团队中的全体旅游者提供服务的，但是，只要旅游者愿意花更多的钱，就可以自行提高临时服务的标准。各种各样的旅游项目都有可能被“引进”。当花钱被认为是地位的象

征，就会显示出人的“高低贵贱”的不同。即使那些花钱多的旅游者并非有意要去“刺激”其他游客，也会在客观上起到“刺激”的作用。因此，按照旅游团标准价格提供服务的平衡便被打破，更重要的是旅游者在统一旅游团服务标准下的尊重需要的平衡被打破，因而，作为服务的直接提供者导游员，成为这类亚群体对抗中失败者的攻击对象就不难理解了。在上个案例中我们说过，瓦解价值观类“社会地位型亚群体”的不易，瓦解“金钱观”为核心的“社会地位型亚群体”更不现实，更无成功的案例。所以，发现旅游者“花钱的多少”悬殊过大，防患于未然再次显得更具意义。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