

导游多维心理分析案例072：“迈不过去”的刘先生 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_40223.htm 地陪小陈接的这个团

，交接地点是用晚餐的一家餐馆。团队刚下车，小陈就听到客人中的一位先生大声地说：“这家餐馆的服务不好，菜的味道不好，数量也不够！这里的地陪呢？地陪在哪里？去问问你们旅行社，为什么要把我们安排在这家餐馆？”这是家上个月还被评为本市“十佳”的餐馆。小陈刚想解释，却被全陪一把拉住了。全陪轻声地对他说：“小心，这位刘先生很不好弄！三年以前他就来过，对华东这一带的情况比较了解。这一回，每到一个地方他都要说上几句的。关于游览的安排，你最好先跟他商量一下，听听他的意见，要不然，他在背后搞点小动作，能让全团的游客跟你作对。”小陈听了全陪的介绍，心想：不至于吧，刘先生再厉害，一个人能左右全团吗？在从餐馆回住宿酒店的路上，正如全陪所说的那样，小陈刚刚讲完游览的安排，那位刘先生立刻就开始“鸡蛋里面挑骨头”了。他根据以前的旅游经历和前几个城市的游览情况，提出了一个与小陈的安排完全不同的计划，而且逼着小陈立即表态。刘先生的计划将会给旅行社增加巨额开支，于是小陈根据实际情况作了一些解释，并重申了自己的安排有哪些好处。可是小陈的话音刚落，刘先生立刻大声斥责：“你搞什么搞！连个电话都没有打，就一口拒绝我们的要求，我看你是成心不想让我们玩好！”他这一说，大多数的游客竟然都随声附和。面对这种情况，小陈只好答应打电话问一下旅行社，看看是否可以更改原来的计划。回到酒店，小陈看到全陪

分房也要和这位刘先生商量，更感到奇怪。全陪分完房间以后，安慰小陈说：“别难过!晚上打个电话给社里，看看有没有可以变动的地方，省得被投诉。你要是听我的劝，先跟他商量一下，也就不至于这么被动了。你看，我这个全陪，不是也要让他三分吗!”走在回家的路上，小陈还在想：这位刘先生是个什么人物?分析本案例讨论旅游团中普遍的一种群体现象：“旅游团中心人物”。“旅游团中心人物”的产生与旅游者“在旅游中能否得到预期的服务”的忧虑直接有关。当旅游者的利益受到服务方的侵犯，或者他们主观上认为利益得不到旅游服务方的保证时，他们就会推举一位旅游者作为代表与服务方交涉，以保护自己的利益。这位旅游者就是“中心人物”。他一般是旅游团中那些具有旅游目的地实际旅游经验，或者具有一定的社会经验的旅游者。“中心人物”在旅游团中举足轻重。一方面，他本身是旅游者；另一方面，他比其他旅游者有着更为丰富的社会经验、旅游目的地的旅游经验，所以他往往能提出一些为全团的旅游者谋利益的建议，受到全团旅游者的拥护。“中心人物”形成以后，他会处在传递旅游信息的“中心”位置，他的话对其他旅游者具有很强的“暗示”作用。中心人物产生以后，导游员为旅游者的服务就多了一个中间环节：为全团旅游者的服务，一定要经过中心人物的认可，才有可能被全团旅游者认可。如果中心人物自我意识恶性膨胀，那么，导游员的服务就进入两难境地：欲为全团旅游者服务，但不合“中心人物”之意，在“中心人物”的暗示之下，全团旅游者会认为服务是不好的；想满足“中心人物”的意愿，则将在实际上使全团旅游者的利益受到损害。本案例中的刘先生就是一位自我

意识恶性膨胀的“中心人物”，他的言行已经妨碍了旅游团的正常活动。但是，他的“中心人物”地位已经确立了。他的自我意识也已经“膨胀”起来了，要想“迈过他去”是不可能的，所以，全陪还是劝小陈事先一定先要跟这位刘先生商量一下。这也可以说是“两害相重取其轻”吧。注：“中心人物自尊意识的膨胀”请参见案例74 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