

● 阎纲 编著



导游旗丛书
DAOYOUQICONGSHU



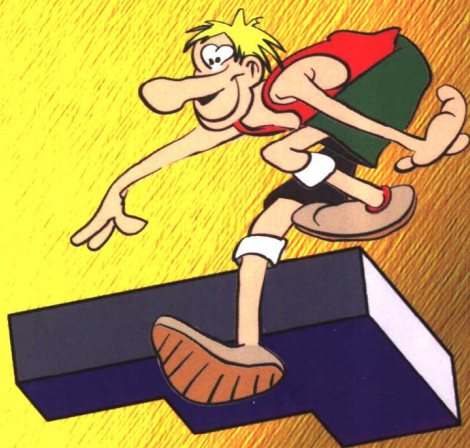
导游

DAOYOU

实操多维心理

shicaoduoweixinlifexianliyibai

分析案例100



BOOK

广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS



导游旗丛书
DAOYOUQICONGSHU

FS90.63
Y164

FS90



导游

实操多维心理

shicaoduoweixinlifexianliyibai

分析案例

100

● 阎纲 编著

BOOK

广东旅游出版社
GUANGDONG TOURISM AND TRAVEL PRESS



A1024804

图书在版编目(CIP)数据

导游实操多维心理分析案例 100/阎纲编著. —广州: 广东旅游出版社, 2003.2

(导游旗丛书)

ISBN 7-80653-400-8

I. 导... II. 阎... III. 旅游心理学 - 案例
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 009495 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

广东邮电南方彩色印务有限公司印刷

(广州市天河工业园建工路 17 号, 邮编: 510630)

广东旅游出版社图书网

www.travel-publishing.com

广东旅游网

www.gdtravel.com

850 × 1168 毫米 32 开 10.25 印张 170 千字

2003 年第 1 版第 1 次印刷

印数: 1 ~ 7000 册

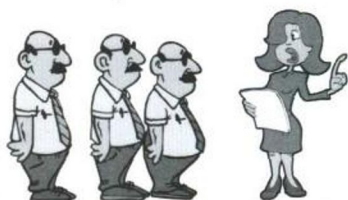
定价: 17.00 元

作者简介:

阎纲, 1981年起从事外事旅游接待工作。高级导游员, 经济师(旅游经济)。1989年起参加导游培训工作, 为浙江省旅游局旅游行业考评员。长期从事社会心理学、旅游心理学、管理心理学等理论及实践的探索。已发表的论文有《旅行团队中心人物现象及其利用》等旅游专业(类)论文十余篇。已出版的著作有《旅游心理学》(与吴正平台著)。

联系信箱: Zjhzyg@sina.com;

Zjhzyg@sohu.com。



DAOYOUSHI CAODUOWEIXINLI FENXIANLI YIBAI



序

吴正平

早在20世纪80年代末和90年代初，我就从《旅游学刊》上读到了阎纲关于“旅游团特殊群体现象”的三篇论文。后来，我有一段时间经常去杭州讲学，与阎纲有过多次面对面的交往。他给我的印象是：在实践中，他是一位解决难题的能手；在理论上，他又是一位孜孜不倦的探索者。我最突出的印象是：他之所以舍得在理论上下功夫，并不是因为他要给自己的实践经验贴上几个“某某学”的标签，而是因为他真正尝到了“用理论指导实践”的甜头。他不仅早就尝试根据各种心理学理念，如费斯廷格“认知不协调理论”等，去“调控”旅游者的认知和行为，而且对一些较晚才介绍到国内来的心理学理论，如班杜拉“自我效能论”等，也能及时掌握，并在导游实践中灵活运用。应该说，正因为他在理论上是一位孜孜不倦的探索者，才使他在导游工作的实践中成为一位解决种种难题的能手。

《导游实操多维心理分析案例100》一书的出版，使我们能分享阎纲多年以来“行”与“思”的心得体会，我由衷地为此感到欣喜。

从实用的角度来看，阎纲的这本书的一大特点，是把



导游员“为游客提供优质服务”和“对游客的言行实行调控”合情合理地统一起来了。这里的“调控”一词丝毫没有对游客不尊重的意思，恰恰相反，正是因为对游客有高度的责任感，正是为了让游客能如愿以偿地获得美好的旅游经历，让他们的安全、归属和尊重的需要都能得到应有的满足，导游员才必须对游客在旅游团中的言行实行必要的“调控”。我相信，书中那些行之有效的“调控手段”必将引起许多读者朋友的浓厚兴趣。但是，要恰当地运用这些“调控手段”，就不仅要“知其然”，而且要“知其所以然”；就不能只看案例中的那些故事，而不去阅读和思考那些具有一定理论深度的案例分析。

尽管这本书还不是一部学术著作，但是，体现在案例分析中的观点和思路已经是清晰可辨了。其中特别值得注意的是“一种特殊群体”、“社会交往的两个层面”和“三种特殊的群体现象”。

旅游团是一种什么样的群体？是“正式群体”还是“非正式群体”？阎纲认为，既不能说它是“正式群体”，也不能说它是“非正式群体”，因为“正式群体”和“非正式群体”是对长期性群体的划分，而旅游团根本就不是一种长期性群体。阎纲对旅游团这一特殊群体的临时性和松散性作过相当深入的研究，如果阎纲以后能够较为完整地提出他所构建的理论体系，“旅游团的临时性和松散性”很可能就是其理论体系的一块“基石”。

旅游团的临时性和松散性造成了旅游团中的“社会尊重严重不足”，而“社会尊重严重不足”又是旅游团中发生形形色色的人际矛盾的一个极为重要的“内因”。因此，对解决人际矛盾的种种“调控手段”的运用决不仅仅是一



个“技术问题”。没有对人性的深刻理解，不懂得怎样去关心人、理解人、尊重人，再有多少“技术”也是枉然。

“社会交往的两个层面”是指社会交往的“利益交换层面”和“人际交流层面”。弄清楚这两个层面，才不至于在遇到问题时“见事不见人”，才能通过对“人”与“事”之间的辩证关系的分析，找到问题的症结之所在；也才能利用“人”与“事”之间的相互作用，凭借可以利用的资源，去实行事半功倍的“调控”。

“三种特殊的群体现象”是指旅游团“中心人物”的产生和“飘移”，旅游团不同“亚群体”的形成和对抗，以及被称为“骚动”的旅游团“集体闹事”。导游员在带团的实践中所遇到的“难题”，差不多都与这三种现象有关。经不起这三种现象的“考验”，不能算是“调控”的高手。当然，真正的“高手”都能“见微而知著”和“防患于未然”。

虽然我本人也写过几本“旅游心理学”的书，上过不少“旅游心理学”的课，但我以为，仅仅是“心理学在旅游业中的应用”还不能算是名副其实的“旅游心理学”。“旅游心理学”要能作为心理学的一个分支学科而“站住脚”，就必须有一套它所特有的概念和原理。因此我以为，阎纲所作的理论上的探索是非常有意义的。我希望阎纲的这本书不仅引起“实干家”的关注，而且能引起“理论家”的关注。有交流、有讨论、有争鸣才能有发展。



写在前面的话

什么是导游服务的精髓？这是从事导游工作和即将从事导游工作的人们经常提出的，也是长期萦绕在笔者心头的问题。

为了解答这个问题，在从业的二十年里，笔者从社会学、心理学和社会心理学等角度对导游活动进行了考查和思索。笔者以为：如果我们能够看到，导游服务是在特定的社会组织中发生的，是在导游员与旅游者之间的“社会交往”中实现的，我们就会对导游服务有新的认识，就会有新的答案。

为了与关心导游工作的朋友们继续探讨，笔者从收集的近千个案例中筛选出 100 个具有典型意义的案例，写成了这本《导游实操多维心理分析案例 100》。

本书共分七篇。第一篇是关于“旅游团的性质”的 6 个案例。这些案例所讨论的是，旅游团是一种什么样的群体，人们在旅游团中所形成的社会关系与人们在日常生活条件下所形成的社会关系有何不同。有关这些问题的讨论被放在本书的首篇，是因为在这以后所要讨论的种种问题都发生在旅游团这一特殊群体之中。

本书的第二篇是关于“认知和交往”的 22 个案例。这些案例所讨论的是，旅游者与旅游者之间，旅游者与导游员和其他服务人员之间是如何认知、如何交往的，是从



旅游团中发生的事谈人的基本认知活动和交往活动。在这些案例的讨论中，强调了无论是对旅游者，还是对导游员和其他服务人员，都要放在彼此发生相互作用的、动态的过程中来进行考察。

本书的第三篇是关于“旅游者和导游员”的19个案例。这些案例所讨论的是，在旅游团这一特殊群体中，旅游者和导游员不同于日常生活的社会关系，比较特殊的心理活动，带有鲜明特色的行为。如果说第二篇讨论的是社会交往中带有普遍性的问题，那么本篇的讨论则更着重于旅游团内较为特殊的现象。

本书的第四篇是关于“服务和调控的技巧”的24个案例。这些案例所讨论的是，导游员如何利用一切可以利用的资源，事半功倍地解决旅游团中出现的种种问题，以保证旅游团的和谐和旅游计划的完整。

本书的第五篇、第六篇和第七篇都是关于“旅游团特殊群体现象”的案例，其中第五篇的8个案例是关于“旅游团的中心人物”的，第六篇的9个案例是关于“旅游团的骚动”的，第七篇的12个案例是关于“旅游团的亚群体”的。这些案例所讨论的是，当导游员遇到旅游团的特殊群体现象时，如何有针对性地运用服务和调控的技巧。

尽管笔者努力做到“把一个大问题分为若干个小问题，尽可能用一个案例来说明一个小问题”，案例与案例之间的相互交叉和相互涵盖仍是不可避免的。笔者根据案例发生在哪一范畴内更多一些，而将它归入那一篇。要全面、深入地讨论某一案例，还需要参看其他有关的案例。为此，笔者在许多案例的后面都注明了有关哪一个问题请参见哪一些案例。



本书所有的案例都是真实的。有些是笔者亲身经历的，有些是在“不让访谈对象知晓采访动机”和“6~8个月以内回访”的原则下，通过对同事和同行的访谈而得到的，虚假的已经淘汰。案例的真实性并不在于案例中的人物姓甚名谁，而在于这些“事”都是在导游第一线实实在在地发生过的。导游员在带团中遇到的问题，有70%可在本书中找到相同或相似的案例。书中有成功的案例，也有失败的案例，总的说来失败的案例略多于成功的案例，这是因为失败案例的意义所涵盖的范围往往大于成功的案例，能让我们学到更多的东西。

许多新手都希望对案例的分析能提供解决问题的现成方法，这种想法有些简单。笔者的一位同行曾经说过：“导游是创造性的工作，每带一个团都是一次创造的活动。”她的话使笔者想起了《孙子兵法》中所说的“战胜不复，而应形于无穷”（每次打胜仗都不是重复以往的战法，而是根据不同的情况变化无穷）。从笔者和同行的实践来看，“问题的答案”也永远不止一个，“解题的思路”却“所见略同”。因此，书中案例的“分析”部分固然离不开“问题”和“答案”，但更多的是关于“解题思路”的探讨。

尽管笔者要求自己从多维的角度观察问题，“敢于独立思考”，努力做到“自圆其说”，但是，本书案例分析中的观点仅仅通过笔者个人的理论思考和实践检验是远远不够的，它们应该在更加广泛的空间和更大跨度的时间内被更多的人检验。借本书案例分析，笔者期望专家学者、同行和读者朋友用最挑剔的眼光来寻找漏洞和谬误。如果本书能起到“抛砖引玉”的作用，笔者所得之回报足矣。



本书中的心理学主流概念以朱智贤先生主编的《心理学大词典》为准。

在本书的写作过程中,笔者得到了许多人的真诚帮助。

首先要感谢的是吴正平教授。笔者有幸经钱炜教授的介绍结识了北京第二外国语学院的吴正平教授。多年以来,笔者阅读了吴教授推荐的许多书籍,并与他有过多面对面的交流和切磋,这使笔者有了更为开阔的视野,对一些问题也有了更为深入的思考。虽然笔者的学术观点与吴教授并不完全相同,比如,在谈到心理学在旅游业中的应用时,常常是吴教授更多地从“动力”方面来谈,而笔者更多地从“认知”方面来谈,但是,在“以人为本”和“学以致用”这两个基点上,我们是完全一致的。现在笔者能把这本书奉献给读者朋友,更是与吴教授的鼓励、指导和帮助分不开的。尤其让笔者感激和不能忘怀的是,在笔者处境艰难时,吴教授始终给笔者以精神上的巨大支持。可以说,没有吴教授的激励,笔者是不可能写出这本书来的。

笔者还要感谢浙江大学旅游学院的丁力教授。他是笔者多年的朋友,对旅游有广泛的研究,亦有相当丰硕的成果。他对笔者的写作提出了很好的建议,特别是他作为一位颇有建树的教授,能以自己的亲身经历告诫笔者,如何才能少走弯路,他的胸怀、气度使笔者深为感动,他的宝贵经验使笔者获益非浅。

笔者还要感谢有十六年友谊的好友殷红。她以曾经出色的导游经历和丰富的旅游者阅历,对本书中案例的筛选和分析多次提出中肯的意见。她还根据她自己的成功经验对本书的结构提出了极好的建议。



还有多位师长和朋友读过本书的全部或部分手稿，向笔者提出了中肯的意见和很好的建议。笔者在这里谨向他们表示深深的谢意！他们当中有（以姓氏笔划为序）：仇向明、叶青、伍夏平、吴坚、徐云松、余向东、张继东、张群和、陈刚、陈红、郭勤、蒋浩、傅淑雁。

还有许多帮助过笔者的朋友，笔者也在这里一并向他们表示衷心的感谢！

最后，要感谢笔者的妻子王冬梅女士，她在本书的写作过程中给笔者以多方照顾，且是本书的第一读者。

阎 纲

2003 年元月于西子湖畔



目 录

序	(1)
---------	-----

写在前面的话	(4)
--------------	-----

第一篇 关于旅游团的性质

案例1: 游客为什么不来信	(2)
---------------------	-----

案例2: 想想团队里最缺的是什么	(6)
------------------------	-----

案例3: 王先生的火气果然越来越小了	(9)
--------------------------	-----

案例4: 夸客人可不能这样夸	(11)
----------------------	------

案例5: 旅游团也有“十八变”	(14)
-----------------------	------

案例6: “灵魂”与“润滑剂”	(17)
-----------------------	------

第二篇 关于认知和交往

案例7: 自己吓自己	(22)
------------------	------

案例8: 讲解数第一, 首饰可不能数第一	(24)
----------------------------	------

案例9: 不是你“命大”, 是你感动了客人	(27)
-----------------------------	------

案例10: 祸不单行, 却因祸得福	(31)
-------------------------	------

案例11: 面对“二龙戏珠”的四种游客	(33)
---------------------------	------



案例 12: 周先生梦见凉嗖嗖的火	(37)
案例 13: 为什么不接我的烟	(40)
案例 14: 指着行李箱对骂	(43)
案例 15: 老人家给了你多少小费	(46)
案例 16: 客人把投诉信要回来撕了	(49)
案例 17: 拍桌子有几种原因	(52)
案例 18: 不要开口就说“不是”	(55)
案例 19: 屠先生与沈先生大打出手	(57)
案例 20: 沉默是火山爆发前的宁静	(60)
案例 21: 从头到脚会说话	(63)
案例 22: 是“会亲戚”还是“犯猫腻”	(67)
案例 23: 黄小姐不再有被“紧跟”的烦恼	(70)
案例 24: 我已经敲了门	(73)
案例 25: 为什么眼睛看着天花板	(75)
案例 26: 谁是需要避开的“第三者”	(77)
案例 27: 她怎么从男厕所里走出来了	(79)
案例 28: 从北京一直争到上海	(82)

第三篇 关于旅游者和导游员

案例 29: 叫人摸不透的教师团	(86)
案例 30: 好像换了一个人	(90)
案例 31: 令人讨厌的“慈父”	(93)
案例 32: 真是“人心不知足”	(95)
案例 33: 您可真会讲故事	(98)



案例 34: 我们都喜欢鬼	(101)
案例 35: 打个哈欠也叫人心惊胆颤	(104)
案例 36: 住宿登记引起的风波	(107)
案例 37: 骆小姐真是忘性大	(110)
案例 38: 她说刘先生“不是个好东西”	(113)
案例 39: 蒋先生被吓得尿了裤子	(116)
案例 40: 父与子的争吵	(119)
案例 41: 雨中游览去不去	(122)
案例 42: “照葫芦画瓢”不灵	(125)
案例 43: 裘氏夫妇吵架, 反应各不相同	(128)
案例 44: 机场关闭, 全团哗然	(131)
案例 45: 《旅馆法》的规定您不会不知道吧	(135)
案例 46: “经理级导游”并非美称	(138)
案例 47: 为什么好导游也被客人投诉	(141)

第四篇 关于服务和调控的技巧

案例 48: 请带上配药用的鸡蛋	(146)
案例 49: 白发老先生的一声咳嗽	(148)
案例 50: “绝招”就是拉起小孩的手	(150)
案例 51: 张太太到处找“大鱼”	(152)
案例 52: 高明的“座谈会专家”	(154)
案例 53: 表明我的心	(158)
案例 54: 高人一筹才是专家	(161)
案例 55: 这一次团长没有发火	(165)



案例 56: 这个“缓冲”很重要	(167)
案例 57: 小皮帽与龙井茶	(171)
案例 58: 这都是“榜样的力量”	(174)
案例 59: 情绪有涨有落, 行为大不相同	(177)
案例 60: 你不知道张太太是“醋店老板”吗	(179)
案例 61: 冰块在人情的暖流中融化	(184)
案例 62: “借题发挥”与“小题大做”	(187)
案例 63: 全怪我没有安排好	(190)
案例 64: 在沙漠风暴面前我决不投降	(192)
案例 65: 会说、会听还要会问	(195)
案例 66: 赵大哥怎么变得啰里啰嗦	(198)
案例 67: 这么好的诀窍为什么不早告诉我们	(201)
案例 68: 小白的“艳遇”	(205)
案例 69: 有不懂的就来问我吧	(208)
案例 70: 观潮归来	(212)
案例 71: 客人坚持要小方退钱	(216)

第五篇 关于旅游团的中心人物

案例 72: “迈不过去”的刘先生	(220)
案例 73: 梁太太说话真管用	(223)
案例 74: 中心人物“成长史”	(226)
案例 75: 孟先生的话比团长的话管用	(229)
案例 76: 好厉害的领队	(232)



案例 77: 左右为难, 如何是好	(236)
案例 78: 从“缩短距离”开始	(239)
案例 79: 让彭先生替我说话	(242)

第六篇 关于旅游团的骚动

案例 80: 只怪你的导游辞太精彩	(248)
案例 81: 小朱委屈又窝火	(251)
案例 82: 赵先生挽狂澜于既倒	(254)
案例 83: 错失时机, 寡不敌众	(257)
案例 84: 我们也学学阿凡提	(260)
案例 85: 光吓唬不行, 光讲道理也不行	(263)
案例 86: 小陈把客人分为四大类	(266)
案例 87: 聪明而又内向的最难弄	(269)
案例 88: 这一次只能坐硬席	(274)

第七篇 关于旅游团的亚群体

案例 89: 正好一半对一半	(278)
案例 90: 他们加菜, 我们也要加菜	(281)
案例 91: 前胸后背都挨打	(283)
案例 92: 从风味到故事	(286)
案例 93: “有钱帮”与“没钱帮”	(288)
案例 94: 就像搞了一场“文化大革命”	(291)