

عنوان مقاله:

ارتباطات غیر کلامی و توسعه صنعت جهانگردی

محل انتشار:

فصلنامه علوم اجتماعی، دوره 9، شماره 20 (سال: 1381)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسنده:

مهدی کروی - عضو هیئت علمی

خلاصه مقاله:

ارتباطات غیرکلامی شامل کلیه پیام هایی می شود که افراد علاوه بر خود کلام، آنها را نیز مبادله میکنند. به کارگیری درست و شایسته ارتباطات کلامی و غیر کلامی در علم و عملی و تجارت می توان با سرعت بیشتری به توسعه در این زمینه دست یافت. هیچ زبان و فرهنگی را نمی توان یافت که در آن، ارتباطات غیرکلامی وجود نداشته باشد و انسان توانایی آن را دارد که حتی بدون درک کلمه ای از زبانی بتواند احساسات و عواطف خود را هر چند ناقص به دیگران منتقل کند. این مسیله به وضوح در صنعت جهانگردی که تنها صنعتی است که بیشترین کاربرد ارتباطات غیرکلامی در آن وجود دارد، مشاهده می شود. دستاوردکاران و صاحبانظران ارتباطات، به خصوص بیر دوربسال که در این حوزه ارتباطات غیر کلامی سرآمد دیگران است، تخمین زده اند که حداقل 65 درصد از کل معنا در ارتباطات چهره به چهره از طریق نشانه های غیر کلامی منتقل می شود. تحقیقاتی که در تعدادی از مدارس عالی بازرگانی و دانشکده های مدیریت در خارج از ایران انجام شده، نشان می دهد که مشکل اصلی دانش آموختگان این موسسه ها ضعف آنان در مهارت های انسانی و روابط عمومی است؛ این مسیله ای است که در کشور ما ایران و به خصوص در صنعت جهانگردی به آن پرداخته نشده است، زیرا کارشناسان و دست اندرکاران این رشته اکثرا ضعف ارتباطی دارند و معمولا این خلاء ارتباطی در آمیختن با دیگر مردمان از فرهنگ های مختلف به خوبی خود را نشان می دهد زیرا فرهنگ و شناخت آن است که غیرمستقیم به ما می آموزد که چگونه با دیگران به طرق مختلف ارتباط برقرار کنیم. این جاست که آموزش مهارت های ارتباطی اعم از کلامی و غیرکلامی جهت توسعه صنعت جهانگردی بسیار ضروری به نظر میرسد. از میان مهارت های ارتباطی غیرکلامی، به ترتیب چهره و دست ها و سپس کیفیت و نوع صدا و در نهایت جاذبه و ظاهر افراد و فاطه جهت جذب دیگران از اهمیت برخوردارند و این مسیله ای است که در چارچوب آموزش ارتباطات غیر کلامی، دست اندرکاران صنعت جهانگردی لحاظ میکنند هر کدام از این مهارت های ارتباطی می تواند پیام خاصی را به جهانگردان منتقل کند. بالاخره این که هر فرهنگی در به کارگیری ارتباطات غیرکلامی شیوه خاصی دارد که لازم است در بعد کلی ابعاد فرهنگی و ارتباطات غیرکلامی جهت توسعه صنعت جهانگردی آن را شناخت

کلمات کلیدی:

ارتباطات؛ ارتباطات غیر کلامی؛ ارتباطات کلامی؛ صنعت جهانگردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/684087>

