

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری



بسیار

درس: ارتباطات انسانی در گردشگری

مدرس: ناهید خوشنویس

دانشگاه آزاد اسلامی { واحد تهران غرب }

پاییز 1401

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

ارتباط چیست؟

ارتباط عبارتست از فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر است. به طور کلی هر فرد برای ایجاد ارتباط با دیگران و انتقال پیام‌های خود به ایشان از وسایلی استفاده می‌کند (مانند وقتی می‌خندد). کلمه ارتباط معرف تمام جریان‌هایی است که به وسیله آنها یک اندیشه می‌تواند اندیشه دیگری را تحت تأثیر قرار دهد و به عبارت دیگر ارتباط سبب می‌شود که وجدان انسان در وجدان دیگران تصاویر، مفاهیم، تمایلات و رفتارها و آثار روانی گوناگونی پدید آورد ارتباط communication کلمه ارتباط به طور مفرد به معنای جریانی است که ضمن آن یک پیام از یک منشأ به یک مخاطب منتقل می‌شود و به زبان ساده می‌توان گفت ارتباط شامل چگونگی بیان یک مطلب به یک فرد است.

ارتباطات: communications کلمه ارتباطات به صورت جمع معمولاً به وسایل و روش‌های ارتباطی اطلاق می‌شود. از این لحاظ یک روزنامه یک سازمان رادیویی و تلویزیونی ... از نوع ارتباط به شمار می‌روند. آیا ارتباطات آموختنی است یا ارثی؟

ارتباطات آموختنی است و ارثی نیست. (نظریه یادگیری اجتماعی نظریه پاداش و خطاها - نظریه شرطی شدن پاولف) و خیلی از نظریه‌های دیگر نشان می‌دهد که ارتباطات آموختنی است هر چند مقداری از عوامل ارثی است ولی افراد از محیط می‌آموزند

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

1- پیام: هر چیزی که باعث بشود پیام از گیرنده و فرستنده رد و بدل شود. مثل: تلفن

تلگرام،

2- فرستنده

اجزای ارتباط 3- گیرنده

4- وسیله ارسال پیام

5- بازخورد

6- بازفرست

7- پارازیت (درونی و بیرونی) هر چیزی که باعث شود اختلالی بوجود بیاید که پیام به

گیرنده کامل نرسد.

ارتباط موثر چیست؟

عموما ارتباطات، زمانی موثر است که محرکی را به عنوان آغاز مورد نظر فرستنده با محرک گیرنده در یک راستا قرار دهید و آن دو به گونه ای نزدیک به هم مورد توجه قرار گیرند تا تفاهم برقرار گردد. ارتباطات زمانی کامل است که: معنی و مفهومی که از ذهن فرستنده بوده و قصد ارسال آنرا دارد (معنی مورد نظر یا منظور)، با آنچه گیرنده از آن دریافت می کند و از خود نشان می دهد (معنی مورد مشاهده یا شاهد) یکی باشد. هر فراگرد ارتباطی همه آنچه در ذهن فرستنده است به گیرنده منتقل نمی شود یا اگر منتقل شود به مرحله جذب نمی رسد و یا به گونه مشهود مشاهده نمی گردد.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

توضیحات استاد

ارتباط چه زمانی کامل می شود؟ معنی و مفهومی که در ذهن فرستنده بوده و قصد ارسال آن را دارد (معنی مورد نظر یا منظور) با آنچه گیرنده از آن دریافت می کند و از خود نشان می دهد (معنی مورد مشاهده یا شاهد) یکی باشد.

1- ارتباط با انسان

2- ارتباط با خدا

3- انواع ارتباط - ارتباط با ماوراء

4- ارتباط با اشیاء

5- ارتباط با حیوانات

6- ارتباط با گیاه

1- ارتباط انسان با خودش

2- ارتباط با دیگران (میان فردی) ارتباطات

3- ارتباط گروهی انسانی

4- ارتباط عمومی (جمعی)

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

1- تقویت اعتماد به نفس

2- درک متقابل

3- رضایت خاطر

4- احساس سودمندی

5- تقویت رشد اجتماعی ، روحی و روانی ، عاطفی

6- تأمین بخشی از نیازهای اساسی سازمان

7- انتقال صریح پیام به دیگران

اثرات برقراری ارتباط

رضایت خاطر مؤثر با دیگران

1- تساوی : احساس کنیم با هم برابریم مثل استاد و شاگرد

2- گشودگی : یعنی من از خودم حرف می زنم و دیگری هم از

خودش برای ما حرف بزند 1-طول رابطه داره 2-موضوع 3- شخصیت طرفین

3- همدلی: درک کردن طرف مقابل

4- مثبت گرایی : احترام به خودمان و دوستان بگذاریم

5- حمایت گری: پرخاشگری به آدمها

ارتباطات اثر بخش

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
نیاز به برقراری ارتباط خود ناشی از:

- نیازهای مادی
- نیاز به امنیت
- نیاز به تعلق و احترام
- نیاز به صمیمیت
- نیاز به حمایت و تأیید

توضیحات استاد

1- نیازهای مادی: پدر خانواده کار می کند بخاطر اینکه نیاز خانه را برطرف کند

2- نیاز به برقراری امنیت: من نیاز دارم پدر و برادرم از من حمایت کنند تا احساس آرامش کنم.

3- نیاز به تعلق و احترام: ما آدمها دوست داریم بهمان احترام از چیست بگذارند ما هم احترام می گذاریم تا احترام ببینیم .

4- نیاز به صمیمیت: همه ما دوست داریم یک انسان در زندگی مان باشد که باهاش صمیمی باشیم و بتوانیم باهاش صحبت کنیم .

5- نیاز به حمایت و تأیید: وقتی ما با کسی صحبت می کنیم دوست داریم که از ما حمایت و تأیید شود .

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

هدف برقراری ارتباط

- انتقال احساسات
- بیان نیازها و خواسته ها
- انتقال اطلاعات

انواع مهارتهای ارتباطی شامل :

مهارتهای انتقال پیام

کلامی verbal

غیرکلامی nonverbal

مهارتهای دریافت پیام

گوش دادن

مشاهده کرد

ارتباط غیر کلامی
زبان ایما و اشاره
حالات چهره
حالت بدن
تصاویر

ارتباط نوشتاری	ارتباط گفتاری
یادداشت ها	رو در رو
نامه ها	جلسات
گزارشات	ارائه
ایمیل، پیام کوتاه	تلفن
آگهی های دیواری	پست تصویری
تصاویر	وب کم
خبرنامه، روزنامه، و.....	رسانه های صوتی، تصویری

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

توضیحات استاد

انواع 1- مهارتهای انتقال پیام: انتقال اطلاعات می کند. که 7٪ کلامی است.

مهارتها پیام

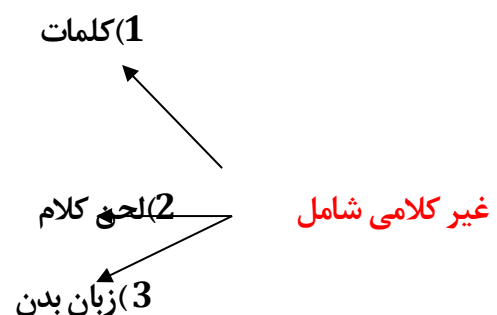
- کلامی فقط صدا است که دریافت می کنیم. پیام را یا می گیریم یا می شنویم
- غیر کلامی: 93٪ درصد غیر کلامی است. ایما و اشاره، تم صدا، آهنگ صدا

بلند،

صحبت کردن، صدایم را پایین بیاورم غیر کلامی

مهارتهای دریافت پیام

- گوش دادن
- مشاهده کردن



تعریف زبان بدن: همان تم یا تن و لحن و نوع بیان است که قراردادی است که بین اعضای یک جامعه بسته شده است.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
بن بست دو سویه: هنگامی که پیام کلامی، به همراه برخی حرکات مانند حرکات دست‌ها و یا
چهره و ادا می‌شوند و در انتقال برخی مفاهیم تاکید می‌کنند و یا توجه شنونده را جلب
می‌کنند، در واقع به درک صحیح و اصولی پیام کمک می‌کنند، در این صورت می‌توان گفت که
پیام‌های کلامی را تقویت کرده‌اند. اکنون چنانچه پیام کلامی با پیام غیر کلامی (حرکات بدن،
چهره و دست) در تضاد با هم بوده و یا مغایرتی داشته باشند، تعبیر و تفسیر آن دشوار خواهد
بود و این حالتی است که پیام غیر کلامی ما، که شامل برخی از حرکات است، در جهت نفی پیام
کلامی است. مثلاً به هنگامی که پرسشگر در کلاسی که استاد نیز حضور دارد، از ما در مورد نحوه
ارتباط، توانایی، شیوه تدریس، شیوه کردار و رفتار وی پرسش می‌کند، در حالی که با زبانمان از
وی تعریف می‌کنیم، ممکن است با چشمانمان و یا با تکان دادن سر گفته‌هایمان را به نوعی
تکذیب کنیم. آنجایی که بین پیام‌های کلامی و غیر کلامی تناقض وجود دارد افراد عموماً به جنبه
های غیر کلامی بیشتر اعتبار می‌دهند.

توضیحات استاد

بن بست دو سویه: زمانی که بین کلامی و غیر کلامی گیر می‌کنیم و نمی‌دانیم کدامش است به
غیر کلامی تکیه می‌کنیم در کلامش یک چیزی می‌گوید و غیر کلامش هم یک چیز دیگری
می‌گوید مثلاً خسته شدم مثلاً تون صدایمان می‌گوید خوب هستیم (کلامی) و آهنگش غیر
کلامی است در پیام‌های غیر کلامی چشم هیچوقت دروغ نمی‌گوید.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

پیامها از طریق غیر کلامی به سه حالت قابل ارسال است:

1) زبان علامات: زمانی آن را بکار می بریم که حرکات را جایگزین کلمات کنیم .

مانند نمادها؛ مثل علامت - پیروزی

2) زبان عمل: حالت فیزیکی بدن طرف مقابل می تواند پیام را به شما منتقل کند

مثل حالت چشم و بالا انداختن ابرو.

3) زبان اشیاء: نمایش ارادی یا غیر ارادی کالاهای مادی که توسط انسانها بکار گرفته می شود .

مثلا بستن کراوات در غرب، لباس سیاه

توضیحات استاد

پیامها از طریق غیر کلامی به سه حالت قابل ارسال است:

زبان علامت: زبان علامت زبانی است که با علامت با هم نشان می دهیم .

زبان عمل: وقتی خسته می شویم ، وقتی غذا می خوریم ، وقتی حرف می زنیم ، کارهایی که

انجام

می دهیم ، زبان غیر کلامی است .

زبان اشیاء: از خانه که می آییم بیرون و داریم میرویم اداری . مدل گوشی موبایل ، تیپ آدمهایی

که دارند با ما حرف می زنند مثلا اگر لباس مشکی پوشیده باشی یعنی داری میروی مجلس ختم

، یا اگر لباس مجلسی و شیک پوشیده باشی یعنی داری میروی مهمانی مهم .

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
تعارض: کشمکش مشهود که حداقل بین دو نفر برای اهداف متناقض و برای حل آن نیاز به
مذاکره داریم.

سطوح تعارض

1) درون فردی: بین عقل و احساس یک فرد تناقض ایجاد می شود (در واقع فرد با خودش مشکل
دارد)

2) بین فردی: بین دو نفر تناقض وجود دارد.

3) درون گروهی: در داخل یک مجموعه و یا یک گروه تناقض وجود داشته باشد.

4) بین گروهی: هرگاه تناقض در میان دو گروه..

روش های حل تعارض

1- اجتناب: هر گاه در مذاکره دعوا اوج می گیرد یکی از طرفین سکوت می کند و بحث را به
تعویق می اندازد و به زمانی دیگر موکول می نماید.

معایب: طرف مقابل ممکن است دیگر حاضر به مذاکره نباشد.

مزایا: در زمانی که قرار است ادامه بحث صورت گیرد تصمیمات منطقی تری گرفته خواهد شد.

2- همسازی یا پذیرش و تسلیم: یک طرف از حقوق خود می گذرد.

معایب: آن شخص ضرر می کند و به اهدافش نمی رسد.

مزایا: از نزاع جلوگیری به عمل می آید. آرامش برقرار می شود.

3) مقابله یا تحمیل: یک طرف مذاکره بر طرف دیگر سلطه پیدا می کند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
4) **مصالحه یا سازش و تفاهم:** در مصالحه برد-برد (50-50) می باشد؛ و هر دو طرف بطور مساوی
از نتیجه حاصله بهره مند می شوند.

5) **تشریک مساعی یا حل مسئله:** با همدیگر مذاکره می کنیم و مسئله حل می شود. معایب: خیلی
زمان می برد و چون زمان بر است در بیشتر مواقع استفاده نمی شود

توضیحات استاد

تعارض را چگونه حل کنیم؟

اجتناب: دعوا می شود ما می کشیم کنار و می رویم تو سکوت خودمان هیچ کاری با طرف مقابل
نمی کنیم خو بیش این است که پله های پشت سرمان را خراب
نمی کنیم و بدی اش این است که دچار افسردگی می شویم .

پذیرش تسلیم: هر چه من بگویم درست است طرف را وادار می کنی به چیزی که من می گویم
اطلاعت کند . باعث بی احترامی طرف مقابل میشود .

تحمیل: هر چه تو بگویی همان شود .

سازش و تفاهم: 5٪ درصد = 50٪ درصد یک حرفی تو بزنی یک حرفی هم من بزنم یعنی هم
حرف تو باشد هم حرف من . مثل یکی مان می گوید برویم مشهد یکی دیگرمان هم می گوید
برویم شمال و ما با هم هر دو را می رویم . بدیش این است که : هیچکدام به اون چیز و خواسته
ایی که مد نظرمان هست نمیرسیم و به خواسته اصلی مان نمی رسیم .

حل مسئله: هر دو تمام خواسته هایمان را می گویم . مشکل هم حل میشود زمان پر است از این

آدمها

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
تعارض سازنده هست یا مخرب؟

تعارض از دیدگاه گروه‌های مدیریتی سنتی باعث نابودی و از هم پاشیدگی گروه می‌شود.

و تعارض در گروه ارتباط انسانی جزء لاینفک زندگی است و در تمام جوامع وجود دارد.

ولی تعارض از دیدگاه جان آکر: هم می‌تواند مخرب باشد و هم می‌تواند سازنده باشد این رهبر

گروه است که با هدایت آن باعث تخریب و یا سازندگی آن خواهد شد.

پس این رهبر گروه است که باعث پیشرفت و یا انهدال گروه می‌شود.

حل تعارض از طریق مداخله شخص ثالث:

تسهیل‌گری

توافق

بازنگری همکاران

فریادرس

داوری

تسهیل‌گری: سعی می‌کند دو طرف را در یک جلسه دعوت می‌کند و مسیر راه‌حل را هموار

میکند ولی راه‌حل را نشان نمی‌دهد و خودشان به نتیجه می‌رسند و نفر سوم راه کار ارائه

نمی‌کند

معایب: ممکن است شخص راهنما اطلاعات کافی نداشته باشد)

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
توافق: دو طرفی که با هم در تعارضند در این حالت هیچ میلی به ارتباط گیری با هم ندارند و
شخص سوم بعنوان نقش کانال را بازی می کند و در واقع حرف های طرفین را رد و بدل می کند و
مذاکره در واقع دورادور صورت می پذیرد.

عیب: مدت زمان طولانی را در بر خواهد داشت.

مزایت: از مشاجره جسمی و هتک حرمتها جلوگیری می گردد)

بازنگری همکاران: همه دوستان و یا فامیل با هم جمع می شوند و مسئله را بررسی

و در نهایت آن جمع راه حل را خودشان ارائه می نمایند

فریادرس: شخصی است که برای سازمان کار می کند و بسیار مورد احترام و اعتماد همکاران خود می باشد
او به طور محرمانه به شکایات و دلخوری های مطروحه گوش داده و سعی می کند که برای آن راه حل مناسبی
بیابد

داوری: طرف های درگیر در تعارض یا منازعه با گذشت زمان موافقت می کنند تا تصمیم یک
داور بی طرف را در جلسه ای رسمی نظیر دادگاه با وجود مدارک قابل اصول قانونی اتخاذ می
شود.

توضیحات استاد

حل تعارض از طریق مداخله شخص ثالث:

1- تسهیل گری: مثلا زن و شوهر دعوا می کنند و فقط می آیند راه را هموار می کند ولی راه حل
ارائه نمی کنند .

2- توافق: گاهی اوقات دو نفر که با هم دعوا می کنند حاضر نیستند همدیگر را ببینند نفر سوم
می آید از من به شوهر می گوید و از شوهر به من مشکل حل می شود. نقش کانال دارد

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

3- **فریادرس:** شخصی است که برای سازمان کار می کند و بسیار مورد احترام و اعتماد

همکاران خود می باشد او به طور **محرمانه به شکایات و دلخوری های همکارانش گوش داده**

4- **داوری:** طرف های درگیر در تعارض یا منازعه با گذشت زمان موافقت میکنند تا تصمیم یک

داور

بی طرف را در جلسه ای رسمی نظیر دادگاه با وجود مدارک قابل اصول قانونی اتخاذ می شود.

تعریف ارتباط گریزی

در علم روانشناسی، واژه ای را که برای بیان ترس فرد به هنگام سخنرانی به کار می بریم، واژه ارتباط

گریزی است. این شخص ترس از صحبت در جمع را به اشکال مختلف دارد شخصی که از این مشکل رنج

می برد از آن آگاه است، زیرا پیام های درونی وی ترس و وحشت را به او القای می کنند. این پیام های درونی

موجب بروز رفتارهای خاص (ترس یا نگرانی بسیار قبل از انجام کار) نزد فرد می شوند و گاهی آثار و

عوارضی چون: بی خوابی، سردرد، دل درد و دل پیچه، خشک شدن دهان، لرزش زانوها، رنگ پریدگی یا

بر افروخته شدن صورت در فرد می شود هم چنین حس خود کم بینی و نومیدی در این فرد زیاد

می شود. افراد خجالتی و کم رو، خود را کاملا و دقیقاً نمی شناسند. آن ها غالباً تصور

می کنند که فردی بی عرضه اند آن ها معمولاً خود را به خاطر شکست هایشان سرزنش

می کنند و موفقیت دیگران را تحسین می کنند. آن ها معمولاً خود را کوچک می شمارند و به چهره و

چشمشان مخاطب خود نگاه نمی کنند، آهسته و ملایم و کمتر از دیگران حرف

می زنند و به ندرت در خصوص موضوعی مهم اظهار نظر می کنند. افرادی که از صحبت کردن در جمع و

سخنرانی هراس دارند، معمولاً خود را دست کم می گیرند.

ارتباط گریزی : آدمهایی که می ترسند از حرف زدن در جمع . کم رویی ، خجالت ، یکی از هیجانها است . آدمی که نمی تواند جلوی دیگران صحبت کند ، آدمی که ترس دارد از ارتباط برقرار کردن این آدمها وقتیکه با آدمهای دیگر می خواهند صحبت کنند خجالتی هستند معمولاً این آدمها برای خودشان احترام قائل نیستند . برای خودشان بی ارزش هستند وقتی که مشکلی تو زندگیشون پیش می آید تا ابد خودشان را نمی بخشند بخاطر کار اشتباهی که کردند . همه اش خودش را پایین تر از دیگران می داند ، وقتی با شما صحبت می کند چشم شما را نگاه نمی کند و سرش همیشه به پایین است . خیلی آرام حرف می زند چون عزت نفس پایینی دارند و خجالتی هستند در جمع حرف نمی زنند و می گویند هر چه جمع بگوید

مک کراساکی چندین فرض کرد که ارتباط گریزی با یاد در پیوسته تاری دیده شود

که شامل چهار نوع ارتباط گریزی است

1. ارتباط گریزی شخصیتی

. ارتباط گریزی موقعیتی

3. ارتباط گریزی وابسته به مخاطب

4. ارتباط گریزی وضعیتی

1) ارتباط گریزی شخصیتی یک جهت گیری نسبتاً پایدارتر شخصیت فرد نسبت به نوع خاصی از ارتباط

گریزی در شرایط گوناگون دارد این ارتباط گریزی را در زمان نسبتاً طولانی تجربه می کنند ارتباط گریزی

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری در ارتباطات شفاهی و ارتباط گریزی در ارتباطات نوشتاری از مهمترین اشکال ارتباط گریزی شخصیتی است

2. ارتباط گریزی موقعیتی فرد در یک موقعیت خاص، مانند ارایه یک سخنرانی برای عموم، از درجه بالای ارتباط گریزی رنج می برد اما در موقعیت های دیگر ارتباطی، مثل ارتباطات گروهی، ارتباط گریزی او ناچیز یا صفر است

3. ارتباط گریزی وابسته به مخاطب نوع دیگری از ارتباط گریزی است که با توجه به واکنش ارتباطی فرد نسبت به افراد یا گروهی خاص در طول زمان مشخص می شود. برای نمونه برخی از افراد و گروهها ممکن است باعث ارتباط گریزی بالایی شوند، در حالی که سایر گروهها و افراد در ارتباطات تولید تشویش نکنند. این نوع از ارتباط گریزی بسیار خاص است و ممکن است در افراد مختلف متفاوت باشد. تقریباً 70 درصد افراد اذعان دارند که در ارتباط برقرار کردن در موقعیتی خاص یا نسبت به افرادی خاص در طول زندگیشان دچار ترس شده اند.

4. ارتباط گریزی و وضعیتی در پایان پیوستار ارتباط گریزی، ارتباط گریزی که تنها افراد و گروهی خاص در موقعیتی ویژه تجربه میکنند را ارتباط گریزی وضعیتی گویند یک جهت گیری گذرا و کوتاه مدت نسبت به ارتباط با یک فرد یا گروهی از افراد. در اصل صد درصد افراد این ارتباط گریزی را تجربه کرده اند؛ برای مثال، وقتی معلم به ما میگوید مشکوک به تقلب در امتحان هستیم؛ یا وقتی که رئیس سمان ما را متهم به دستکاری تجهیزات کامپیوتری شرکت میکند یا وقتی که از شما خواسته میشود تا درباره موضوعی که دانش کمی از آن دارید، سخنرانی کنید)،

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
ریشه ها و علت های ارتباط گریزی

1) ارث

2) تقویت

3) توسعه نا کافی مهارت ها

4) نبود مدل های رفتاری مناسب در زندگی کودکی

1) ارث: در پژوهش ها مشخص شده است که حدود 10 الی 15 درصد از نوزادان ارتباط گریز بوده اند این کودکان در هنگام رویارویی با اشیاء و پدیده های نا آشنا به شدت متوحش شده و گریه می کنند

2) تقویت: پاداش (تقویت مثبت) و تنبیه (تقویت منفی) کودکانی که برای برقراری ارتباط پاداش دریافت کرده و به نوعی رفتارشان پشتیبانی شده است به رفتار خود با قوت بیشتر ادامه داده و آن را تقویت می کنند این کودکان نسبت به دسته ی دوم که برای برقراری ارتباط خود با دیگران تنبیه شده اند از سطح ارتباط گریزی پایین تری برخوردارند.

3) توسعه نا کافی مهارت ها: اگر والدین کودک به ندرت با او صحبت کنند و کودک فرصت تماس و برقراری ارتباط با همسالان خود خود را نداشته باشد، مهارت های موثر ارتباطی در او شکل نگرفته و اشکال و سطوح گوناگون کمرویی و ارتباط گریزی در او شکل می گیرد.

4) نبود مدل های رفتاری مناسب در زندگی کودکان: کودکان رفتارهای ارتباطی افراد پیرامون خود را مشاهده و تقلید می کنند اگر کودکی والدین یا معلمان با ارتباط گریزی درجه بالا داشته

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری باشد ، این کودک نیز عدم برقراری ارتباط و تری از آن را برای خود الگو قرار می دهد و سعی می کند که کمتر با دیگران ارتباط برقرار کند

توضیحات استاد

ریشه ها و علت های ارتباط گریزی :

- 1-ارث:** کلا بچه هایی که بدنیا می آیند و بغلش می کنیم غریبی و گریه می کند زمانی است که تازه بدنیا آمده آن بچه ایی که آنقدر گریه می کند که باید به مادرش بدهیم ارثی است ، ارثی هم ژنتیکی است .
- 2-تقویت:** پاداش (تقویت مثبت) و تنبیه (تقویت منفی . مثلاً می گویم در یک جمع یک بچه ایی شعر می خواند وقتیکه به بچه اهمیت دهیم . یا نظر بچه مان را در مورد لباس یا خوراکی ازش پرسیم داریم بچه مان را تقویتش می کنیم .
- 3-توسعه نا کافی مهارت ها:** من و شما باید به بچه هایمان آموزش دهیم ما باید یادش بدهیم که در جمع حرف بزند حس مثلاً بچه ام را یک سنی بفرستیم مهد کودک ، کلاس های مختلف بچه مان را بفرستیم مثل کلاس شنا ، نقاشی و غیره اگر بچه مان را بخواهیم فقط در خانه حبسش کنیم و یا فقط پیش مادر بزرگش باشد بچه مان هیچ چیزی یاد نمی گیرد که بخواهد توانایی کاری را داشته باشد بچه هایمان را باید در محیط اجتماعی بگذاریم .
- 4-نبود مدل های رفتاری مناسب در زندگی کودکان:** مادر و پدرها خودشان ارتباط گریز و کمرو هستند بچه هایشان هم مثل خودشان در می آورند .

درمان ارتباط گریزی

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

1) حساسیت زدایی منظم

2) خود حساسیت زدایی

3) تصویر سازی

4) روش تعدیل سازی

1) حساسیت زدایی منظم: مرحله ی اول : سلسله مراتبی از اضطراب های مختلف درست می

شود. از خفیف تا شدید مرحله ی

دوم : به فرد آموزش داده می شود تا به حالت آرامش کامل در آید

از او خواسته می شود که حالت خوشایندی را در گذشته داشته است را به خاطر بیاورد و خود را در وضعیت

آرامش عمیق ببرد

مرحله ی سوم: از او خواسته می شود ابتدا حالت آرامش را تجربه کند و سپس ضعیف ترین رویداد را از

سلسله مراتب رویداد ها اضطراب زا را تجسم کند

هر زمان که یکی از رویداد ها همراه با آرامش تجربه شود ، مقداری از پاسخ اضطرابی وابسته به رویداد

فهرست اضطراب خاموش می شود

2) خود حساسیت زدایی: در این روش مدد جو خود به تهیه فهرست سلسله مراتب اضطراب خود پرداخته

و آرامیدگی مورد نظر را را خود یافته و به اجراس برنامه حساسیت زدایی می پردازد

3) تصویر سازی: فرایند تصویر سازی ذهنی یک نفر از موفقیت خوداگر از کسی خواسته شود که

به طور مدام و مستمر تصویری موفقیت آمیز از خود و عملکرد خود در رفتار از خود نشان دهد ،

این تصویر سازی را می توان گونه ای از مداوای رفتاری وی تلقی کرد در این تمرین ها از فرد

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری خواسته می شود که پس از انجام یک تمرین تنفسی هر فکر منفی را در ذهن خود به مثبت تبدیل کند .

4) **روش تعدیل سازی:** این روش سعی دارد که به افزایش اعتماد به نفس فرد بپردازد و بر آن تکیه نماید و این کار را با ایجاد تفکر مثبت در شخص انجام می دهد در این روش سعی می شود که نگرش منفی فرد نسبت به خود و کار خود به نگرش مثبت تبدیل و او را با توانایی های نهفته در خود آشنا سازد زمانی که فرد به توانایی و صلاحیت خود وقوف می یابد از میزان اضطراب او به شدت کاسته می شود.

توضیحات استاد

درمان ارتباط گریزی

1- **حساسیت زدایی منظم:** می گویم اگر خوابت می آید استراحت کن یا هر چیزی یک عاملی است که منفی را برطرف می کند هر بیماری یک بیماری دارد که می آید و درمانش می کند مثلاً من میروم پیش یک روانشناس و هر چیزی که برای من باعث استرس می شود لیست می کنم بی اطلاعی در مورد موضوع یا چیز جدید می بینم برایم دچار استرس می شود بعد روانشناس برایم اولویت می کند و بعد شروع می کند از سبک ترینش یک موضوع راه حل می آورد مثلاً می گوید تصور کن در جنگلی هستی که سکوت کامل است و فقط صدای جیک جیک گنجشکان را می شنوی تو آرامش می روی یک مدت هی این کار را انجام می دهی و به مرور زمان برطرف میشود و مثلاً حدود 20 جلسه طول می کشد که بخواهی پیش مشاوره بروی تا مشکلک کامل حل شود .

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

2- **خود حسایت زدایی** : یکبار می روی پیش مشاوره و دیگر نمی روی اول مشاوره آن دوره را

بهت یاد می دهد اما خیلی موثر نیست مشاور راهکار بهت ارائه می دهد که خودت انجام دهی که زیاد موثر نیست .

3- **روش تصویر سازی** : در خانه نشستیم و فکر می کنیم مثلا کنفرانس داریم کنفرانس را

می خوانیم و تصور می کنیم سر جلسه هستیم و ارائه خوبی انجام دادیم بهترین حالت را تصور

می کنیم از هر چیزی می ترسیم اگر در تصویر بهترین حالتش را برای خودمان ایجاد کنیم مثلا امتحان کنکور بهترین حالت را تصویر سازی کنیم که امتحان کنکور خوبی خواهیم داد بسیار روش خوبی است و خوب هم جواب می دهد .

4- **روش تعدیل سازی** : بعضی از آدمها می نشینند و فقط منفی های خودشان را می بینند و

عزت نفس کمی دارند مثلا می پرسیم دخترم نکات مثبت تو چیست ؟ خود واقعی آدم باشد نه برای جلب توجه

☞ نمونه ای از نکات مثبت قبل از سخنرانی

1) من به مخاطبان خود در طول ارایه سخنرانی نگاه می کنم

2) بلند صحبت می کنم

3) واضح و رسا

4) مکث طولانی ندارم

5) بهترین شکل ظاهر و لباس را دارم

6) تمرین لازم را دارم

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
گروه و نظریه های مرتبط (کورت لوین و سولومون اش و مظفر شریف)

تعریف گروه: نظر جامعه شناسان انسانها اساساً در گروه به دنیا می آیند و انسان را خارج از گروه نمی توان معنا کرد. اگر یک انسان را بخواهیم خارج از گروهی که به آن تعلق دارد، معنا کنیم نمی توانیم رفتارهای وی را ارزیابی کنیم. انسان ها ابتدا زندگی را در جمع خانواده آغاز می کنند و به تدریج در گروه های دیگری وارد می شوند. ما به طور طبیعی می توانیم گروه های مختلفی را در محله ببینیم. گروه های زنان، گروه های ورزشی، گروه های کودکان همبازی، گروه های جوانان، گروه های سالمندان داخل پارکها و ... اما آنچه در فعالیت های تسهیلگری باید مورد تأکید قرار گیرد این است که اعضای گروه باید با هم تعامل داشته باشند و نسبت به این تعامل و پویایی ها (دینامیک) آگاه باشند. ارتباط و تعامل شرط اصلی گروه است. فرض کنید در یک صف اتوبوس تعدادی از افراد به ردیف ایستاده اند و منتظر اتوبوس هستند. همه قرار است سوار یک اتوبوس شوند و به مقصد بروند. آیا به نظر شما این افراد یک گروه هستند. برخی پاسخ می دهند که بله چون همه هدف مشترک یا نیاز مشترک دارند. اما مادامی که این افراد هیچ ارتباطی با هم ندارند نمی توان آنها را یک گروه نامید. ارتباط و تعامل شرط اصلی گروه است.

گروه عبارت است از دو نفر یا بیشتر که:

- 1- کنش متقابل دارند.
- 2- هدف های مشترک دنبال می کنند
- 3- رابطه نسبتاً ثابتی دارند.
- 4- نوعی وابستگی متقابل نشان می دهند.
- 5- خود را عضو یک گروه به حساب می آورند

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

تاثیر گذاری گروه بر فرد : یک عده آدم سوار یک اتوبوس میشوند آیا گروه ما انسانها

اجتماعی هستیم آیا نیاز داریم که تو گروه زندگی کنیم ؟ خیر

گروه عبارت است از دو نفر یا بیشتر که:

تفاوت تیم و گروه

1) در یک گروه کاری افراد به صورت انفرادی پاسخگو هستند اما در یک تیم کاری ، موضوع پاسخگویی هم به صورت انفرادی و هم به صورت گروهی است .

2) در یک گروه کاری حمایت کمی از اعضا توسط گروه انجام می شود ، در حالیکه در یک تیم کاری حمایت های زیادی از سوی تمامی اعضا در مورد تک تک آن ها صورت می گیرد

3) اعضای یک گروه دارای مهارت های تصادفی و گوناگون هستند در حالیکه مهارت های افراد در یک تیم کاری مکمل یکدیگر است.

4) در یک گروه کاری ، ارتباطات میان اعضای گروه بسیار اندک ، در حالیکه در یک تیم کاری ، ارتباطات میان اعضای تیم بسیار زیاد و گسترده بوده و فرصت های زیادی برای بحث و گفتگو وجود دارد

5) در یک گروه کاری ، تمامی اعضا در فرآیند تصمیم گیری مشارکت ندارند . در یک گروه ، تطابق سازی و هم‌رنگ شدن با جماعت اهمیت بیشتری در مقایسه با کسب نتایج مثبت دارد . در حالیکه اعضای تیم کاری ، در فرآیند تصمیم گیری مشارکت کرده و دستیابی به نتایج مثبت از اهمیت بالایی برخوردار است و نه لزوماً تطابق و سازگاری

ناهدید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

توضیحات استاد

تفاوت تیم و گروه

📁-در یک **گروه** کاری افراد به صورت **انفرادی پاسخگو** هستند. اما در یک **تیم** کاری، موضوع پاسخگویی هم به صورت **انفرادی** و هم به صورت **گروهی** است.

📄-در یک گروه کاری، حمایت کمی از اعضا توسط گروه انجام می شود، در حالیکه در یک تیم کاری، حمایت های زیادی از سوی تمامی اعضا در مورد تک تک آن ها صورت می گیرد

📄-اعضای یک گروه دارای مهارت های تصادفی و گوناگون هستند در حالیکه مهارت های افراد در یک تیم کاری مکمل یکدیگر است

🕒-در یک گروه کاری، ارتباطات میان اعضای گروه بسیار اندک در حالیکه در یک تیم کاری، ارتباطات میان اعضای تیم بسیار زیاد و گسترده بوده و فرصت های زیادی برای بحث و گفتگو وجود دارد

📄-در یک گروه کاری، تمامی اعضا در فرآیند تصمیم گیری مشارکت ندارند. در یک گروه، تطابق سازی و هم رنگ شدن با جماعت اهمیت بیشتری در مقایسه با کسب نتایج مثبت دارد.

کورت لوین:

آزمایش های میدانی در تغییر عادت های غذایی سلسله آزمایش های تغییرات غذایی توسط لوین و دانشجویان دکترای او در پایگاه پژوهشی رفاه کودک آیووا انجام گرفت که حمایت آن از طریق کمیته عادت های غذایی انجمن تحقیقات ملی در واشنگتن دی. سی تامین شد. مطالعات غذایی لوین با مبارزات جنگ جهانی دوم در آمریکا هماهنگ شده بود و این تحقیقات به مطالعه کمبودهای غذایی، جیره بندی غذا توسط دولت و تغییرات غذایی لازم برای پیشبرد سلامتی و تغذیه عمومی می پرداخت. بهترین مطالعه غذایی لوین در آیووا مطالعه گوشت لوزالمعده گوساله

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری بود. آزمایشات لوین یک مطالعه کلاسیک در مورد تفاوت بین ارتباطات میان فردی متقابل (گروه گفت و گو کننده) و ارتباطات جمعی (برنامه ضبط شده) به شمار می رود. او نتایج مطالعه لوزالمعده گوساله و سایر تحقیقات انجام شده در آیووا را به یک روش 3 مرحله ای برای تحقیقات رفتاری، تقسیم می نماید:

ذوب، حرکت و انجماد.

متعاقب آن زمانی رفتار یک فرد تغییر کرد به سرعت به حالت اولیه باز می گردد، اگر چه یک تغییر مداوم مد نظر باشد. تاثیر اعضاء دیگر گروه در تغییر افراد، یکی از عوامل مهم به شمار می رود. همان طور که لوین نتیجه گیری می کند:

تصمیم ها و مباحث گروهی تاثیر تثبیت کنندگی بر روی رفتارهای آینده افراد خواهد گذاشت. **نظریه تغییر (کورت لوین) (ذوب - حرکت - انجماد)**

آقای کورت لوین در این نظریه بیان میکند که موقعیت فعلی چیست و نقایص آن چه می باشد. ابتداء مشکلات را ذوب کرده و اصلاحات را انجام داده تا به مرحله پیشرفت برسیم در این مرحله از روش انجماد استفاده می کنیم از نظر ایشان، انسان باید دائما در حال تغییر باشد مدام مشکلات را ببیند و آنها را ذوب کند، حرکت کند و به مرحله خوبی که رسید از روش انجماد استفاده کند و این مراحل را دائما برای تغییرات بکار برد.

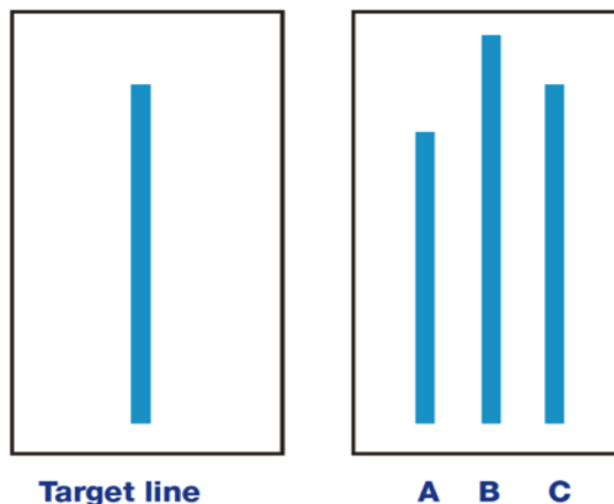
ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

توضیحات استاد

کورت لوین: 3 نظریه گروه بر فرد اثر می گذارد در جنگ جهانی دوم مواد غذایی کم بود و با توجه به وسایل و ابزار کم مردم را حمایت می کردند آنموقع فقط از گوشت گوسفند استفاده می کردند و مغز و کله و پاچه را نمی خوردند تحقیق ثابت کرد ارتباطات گروهی روی فرد چقدر تاثیر دارد یک عده ای را جمع کردند و برایشان فیلم گذاشتند و گفتند که بغیر از گوشت گوسفند از اعضای دیگر گوسفند مثل مغز و کله و پاچه اش هم می توان استفاده کرد بعد فیلم همه رفتند و تحقیق دوم فیلم را نمایش دادند و در مورد موضوع گفت و شنود کردند یعنی گروه روی فرد اثر دارد. وقتی فرد در گروه صحبت کند گروه می تواند در فرد اثر گذار باشد. (ذوب، حرکت، انجماد) **ثابت شدن کورت لوین:** ما آدمها اخلاق و نگرش ها را ذوب می کنیم حرکت کنیم انجمادش کنیم گاهی اوقات می گویم اخلاق ما مناسب این جامعه نیست می آییم و اخلاقمان را ذوب می کنیم در شرایط فعلی حرکت میکنیم بسوی اخلاق مورد پسند انجماد می کنیم و تشویق می کنیم که در آن اخلاقمان خوب بماند.

آزمایش هم رنگی سولومون اش :

گروه چقدر قدرت دارد؟



ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

آزمایش هم‌رنگی سولومون اشخود را در این وضعیت در نظر بگیرید: در یک آزمایش روان‌شناسی شرکت کرده‌اید که در آن از شما خواسته شده است به یک آزمون (تست) تصویری پاسخ دهید. در یک اتاق همراه با دیگر شرکت‌کنندگان در این آزمایش نشست‌اید به شما یک تکه خط نشان داده می‌شود و شما باید در بین سه تکه خط با طول‌های متفاوت، خطی را که طول با آن تکه خط اولی است انتخاب کنید. آزمونگر از تک‌تک شرکت‌کنندگان به‌طور جداگانه جواب را می‌پرسد. بعضی وقت‌ها همه شرکت‌کنندگان خط درست را انتخاب می‌کنند اما گاهی اوقات همه آن‌ها متفقاً خط دیگری، به‌جز پاسخ درست، را برمی‌گزینند. خوب، هنگامی که نوبت به شما می‌رسد و آزمونگر از شما می‌پرسد پاسخ درست کدام است شما چه جوابی می‌دهید؟ آیا همان پاسخ اولیه خودتان را می‌دهید یا آن که با بقیه شرکت‌کنندگان هم‌نوا می‌شوید؟

آزمایش هم‌رنگی سولومون اشخود در اصطلاح روان‌شناسی، «هم‌رنگی» به تمایل و گرایش فرد به پیروی از رفتارهای گروه اجتماعی که به آن تعلق دارد، گفته می‌شود. پژوهشگران از دیرباز به میزان پیروی یا مقاومت افراد در مقابل هنجارهای اجتماعی علاقه‌مند بوده‌اند. در خلال دهه ۱۹۵۰، سالومون آش، روان‌شناس، دنبال‌های از آزمایش‌هایی را که برای نشان دادن قدرت هم‌نواپی در گروه طراحی شده بودند، انجام داد. در آزمایش‌های آش، به دانشجویان گفته می‌شد که باید تک‌تک در یک «آزمون تصویری» شرکت کنند. بقیه شرکت‌کنندگان در آزمایش، بدون آن که آن دانشجو بداند، همگی هم‌دست یا دستیار آزمونگر بودند. در ابتدا، هم‌دستان به پرسش‌ها پاسخ درست می‌دادند اما پس از مدتی شروع به گفتن پاسخ‌های نادرست می‌کردند. تقریباً ۷۵ درصد شرکت‌کنندگان در آزمایش‌های هم‌نواپی، حداقل یک‌بار، با بقیه گروه هم‌رنگ شدند. پس از ترکیب آزمایش‌ها، نتایج نشان داد که شرکت‌کنندگان تقریباً در یک سوم مواقع با

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری پاسخ نادرست گروه، هم‌نوا شده‌اند. به‌منظور اطمینان از این که شرکت‌کنندگان قادر به اندازه‌گیری دقیق طول خط هستند، از آنان خواسته شد که پاسخ‌های خود را به جای آن که زبانی اعلام کنند روی کاغذ بنویسند. نتایج نشان داد که ۹۸ درصد شرکت‌کنندگان پاسخ درست را انتخاب می‌کنند. آزمایش‌های آش همچنین به موضوع چگونگی تأثیر تعداد اعضای گروه بر هم‌نوایی پرداخت. هنگامی که آزمونگر تنها یک همدست داشت، تقریباً پاسخ‌های او هیچ تأثیری بر پاسخ‌های شرکت‌کنندگان در آزمایش نداشت. حضور دو همدست نیز تأثیر کمی داشت اما هنگامی که تعداد همدستان آزمونگر سه نفر یا بیشتر بود، قدرت هم‌نوایی به تدریج خود را نشان می‌داد. هم‌نوایی، هنجارطلبی یا هم‌شکلی یک رفتار اجتماعی است که وقتی بین اهداف و امکانات یا نیازهای تولید شده در فرهنگ و جامعه و ارزش‌های آن نیازها، هماهنگی و تعادل وجود داشته باشد، به وجود می‌آید. به کسانی که رفتار «هم‌نوا یا نه» دارند، «هم‌نوا» گفته می‌شود؛ هم‌نویان افرادی هستند که ارزش‌های عموماً پذیرفته شده و وسایل رسمی تلاش برای تحقق آن‌ها را می‌پذیرند و به موفقیت رسیدن یا نرسیدن آن‌ها تأثیری در پذیرش اجتماعی ایشان ندارد. هم‌نوایی در بیشتر موارد با پذیرش تمام هنجارها همراه است؛ می‌تواند از طرف یک فرد یا یک گروه اجتماعی باشد. ترس از مجازات، احساس محرومیت و یا درونی شدن ارزش‌ها از عواملی است که باعث افزایش میزان هم‌نوایی در افراد یا گروه‌ها می‌شود.

آزمایش هم‌رنگی سولومون اش: گروه چقدر قدرت دارد؟

آزمایش هم‌رنگی سولومون اش این است که می‌خواهد نشان دهد گروه در فرد اثر می‌گذارد اتفاقی که سولومون اش انجام دادی یک کاری کرد که صدای بچ دیگران را بشنوند تحت تاثیر گروه قرار می‌گرفت مثلاً امتحان ریاضی داریم و می‌نشینیم کنار بچه زرنکه و یک سؤال از بچه زرنکه تقلب می‌کنیم در حالیکه اگر بچه زرنکه اون سئوالی که ما فکر کردیم درست حل کرده اشتباه حل کرده باشد ما هم جواب سؤال را اشتباه حل کردیم. اول اعتماد سازی گروه می‌داند اشتباه است ولی اعتماد می‌کند روی گروه در گروه زندگی می‌کنیم گروه را مورد اعتماد می‌دانیم و مطمئن باشیم که گروه اشتباه هم می‌کند ولی باز خودمان خودمان را گول بزنیم و می‌گوییم که گروه درست می‌گوید همان هم‌رنگ جماعت شو

مظفر شریف: در محیطی فوق العاده تاریک، نقطه نوری که ساکن باشد بصورت متحرک دیده میشود. به

این خطای دید تاثیر اتوکینتیک **Autokinetic Effect** گفته می‌شود.

شریف از افراد شرکت کننده در این آزمایش خواست میزان تغییر مکان نقطه نور را ذکر کنند. هنگامی که

این افراد بصورت فردی میزان تغییر را ذکر میکردند، بازه پاسخها در بین افراد از ۵ سانتیمتر تا ۱۵

سانتیمتر متفاوت بود. اما هنگامی که این افراد در گروه حضور داشتند و از گروه خواسته میشد میزان

تغییر مکان نقطه نور را ذکر کنند، جواب شرکت کنندگان به متوسط ۱۰ سانتیمتر همگرا میشد. اگر چه

شرکت کنندگان تاثیر گروه در تعیین پاسخشان را رد میکردند، اما در آزمایشات بعدی باز پاسخی که

میدادند همگرا با پاسخ و قاعده گروه بود.

ناهدید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
تصمیم گیری در گروه

مرحله اول : شناسایی وضعیت

مرحله دوم: ایجاد راه حل های مناسب

مرحله سوم: ارزیابی و انتخاب بهترین راه حل یا گزینه

مرحله چهارم : اجرا

مرحله پنجم: ارزیابی

توضیحات استاد

تصمیم گیری در گروه :

مرحله اول : شناسایی وضعیت

مرحله دوم : ایجاد راه حل های مناسب

مرحله سوم : ارزیابی و انتخاب بهترین راه حل یا گزینه

مرحله چهارم : اجرا

مرحله پنجم : ارزیابی

تصمیم گیری در گروه : اگر قرار باشد مشکلی در جمع بوجود آید بصورت گروهی حل شود

شناسایی و وضعیت کنیم، مشکلی آیا مالی است بر شکست شدن ، یا به رکود رسیدی؟ ببینیم

مشکل چی هست و چه اتفاقی افتاده و به چه دلیل این اتفاق افتاده ؟ و کاملا بررسی اش کنیم

ایجاد راه حل مناسب : من مشکل مالی پیدا کردم می توانم وام بگیرم قرض بگیرم روشهای

متفاوت

ناهدید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
مرحله سوم: اگر وام بگیرم چند وقته باید برگردانم اگر بخواهم چیزی همه خوبی و بدی هایش
را در نظر می گیرم اگر موفق شدم هر چی اگر نشدم اول اجرا می کنم بعد ارزیابی می کنم و
ارزیابی مرحله مثبت آخر است

طوفان مغزی یا جوشش فکری (آزبن)

گاهی اوقات در سازمان مشکلی پیش می آید، مدیر میز گردی تشکیل می دهد تا در خصوص
مشکل مربوطه با کارمندان و افراد دعوت شده مشورت کند این میز گرد به این دلیل است که همه
در یک سطح می باشند یکی از راهکارها این است که رهبر ریاست جلسه ای را به عهده میگیرد
و تمامی کارکنان علاقمند به حضور در آن موضوع خاص، در جلسه حاضر می شوند، داشتن علاقه
و اطلاعات در مورد موضوع جلسه برای حضور در جلسه مهم است و اصلا پایه و رتبه کارمندان
مهم نیست. جلسه در پشت میز گرد صورت می پذیرد بدون توجه به جایگاه افراد در کنار هم قرار
میگیرند ریاست نظر همگی را جویا میشود کسی اجازه ندارد نظر کسی را انکار یا نقض کند در
اینجا کمیت نظرها مهم است نه کیفیت. و در پایان جلسه بهترین ایده ها مشخص می شود

نکات قابل توجه در جوشش فکری

1: انتقادی صورت نگیرد

2: آزادانه سخن گفتن مورد حمایت قرار گیرد

3: کمیت ایده ها مورد توجه است. هرچه تعداد ایده ها بیشتر باشد، بهتر است. از کمیت به
کیفیت خواهیم رسید

4: از قبل به علاقه مندان شرکت در جلسه اطلاع دهند و موضوع را مطرح کنند و افراد مشتاق
در جلسه حضور داشته باشند

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
5: میز گرد از ارکان اساسی جلسه می باشد

6: ارزیابی در انتها صورت گیرد

«شش شخص»

« دین بارنلوند » ارتباطات را در نگرشی که فرد از «شش شخص» دارد بیان می کند ، در واقع او ارتباط میان دو انسان را به شش شخص تعمیم می دهد:

- 1- نگرش ما در مورد خودمان
- 2- نگرش ما در مورد دیگری
- 3- فکر می کنیم دیگری به ما چگونه می نگرد؟!
- 4- نگرش دیگری درباره شخص
- 5- نگرش دیگری نسبت به ما
- 6- اعتقاد دیگری نسبت به اینکه ما به او چگونه می نگریم

توضیحات استاد

((شش شخص))

دین بارنلوند « ارتباطات را در نگرشی که فرد ((شش شخص)) دارد بیان می کند در واقع او ارتباط میان انسان را به تنش شخص تعمیم می دهد :

۱- نگرش ما در مورد خودمان

۲- نگرش ما در مورد دیگری

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

۳- فکر می کنیم دیگری به ما چگونه می نگرد ؟

۴- نگرش دیگری درباره شخص

۵- نگرش دیگری نسبت به ما

۶- اعتقاد دیگری نسبت به اینکه ما به او چگونه می نگریم

وضعیت های زندگی در نظریه اریک برن

از نظر اریک برن کودک خرد سال در ابتدای روند زندگی اعتقادات را سخی در مورد خودش و افراد دور و برش پیدامی کند. تصمیم گیری درباره خود، دنیای خود و روابط با دیگران در طول پنج سال اول زندگی متبلور می شود. این تصمیمات در شکل گیری موقعیت زندگی فرد اساسی بوده و تعیین کننده نقشهای زندگی او است. به طور کلی، زمانی که فرد درباره موقعیت زندگی خود تصمیم گیری کرد، این گرایش وجود دارد که این تصمیمات را در هم ریزد. افراد از طریق محفوظاتی که در ذهن پرورانده اند، حتی اگر نامطبوع و منفی هم باشد، درصدد تلاش برای امنیت برمی آیند.

توضیحات استاد

و وضعیت های زندگی در نظریه اریک برن : نگاهی که من به خودم و شما به من دارید نگاه هایی که آدمها به هم دارند من خودم را چگونه می بینم شماها چطوری من را می بینید من در مورد خودم چه فکر می کنم ، شما در مورد من چه فکری می کنید ، نگاه هایی است که آدمها به خودشان و آدمهای دیگر دارند، من خوبم تو بدی ، من بدم تو خوبی

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
ما به چهار وضعیت در مورد خودمان و دیگران می‌رسیم:

من خوب نیستم، شما خوب هستید.

من خوب نیستم، شما خوب نیستید.

من خوب هستم، شما خوب نیستید.

من خوب هستم، شما خوب هستید.

و وضعیت اول: من خوب نیستم، شما خوب هستید (و وضعیت انزوا و گوشه‌گیری یا وضعیت افسردگی) فرد قرار گرفته در این وضعیت به علت ضعف در مقابل دیگران، دائماً احساس افسردگی می‌کند، به نیازهای دیگران بیشتر از نیازهای خود اهمیت می‌دهند در نتیجه احساس قربانی شدن دارند. در چنین موقعیتی فرد خود را از تمام افراد اطراف خود کوچکتر می‌بیند، در نتیجه قادر نیست کارهایی را که دیگران انجام می‌دهند را به انجام برساند. ماندن در این وضعیت احساس درماندگی بوجود می‌آورد

و وضعیت دوم: من خوب نیستم، شما خوب نیستم (و وضعیت بیهودگی و پوچی) این وضعیت با پوچی و ناکامی همراه است کسانی که این وضعیت را انتخاب کرده‌اند، نسبت به دیگران رفتاری تدافعی دارند، از نظر آنها مردم اهمیت ندارند، آنها بدون پایبندی به اصول و قرارداد زندگی می‌کنند، قادر نیستند با مردم و جهان واقعی سازگار باشند. این عدم سازگاری آنها منجر به کناره‌گیری گسترده‌ای از دیگران، رفتارهای ناپخته و حتی جنایتکارانه نیز می‌گردد. ادامه این وضعیت منجر به خودکشی و یا دیگرکشی می‌گردد.

وضعیت سوم: من خوب هستم، شما خوب نیستید (وضعیت خود بزرگ‌انگاری)

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری افرادی که این وضعیت را در خود درونی کرده اند، تمام مشکلات و مسایل خود را به دیگران نسبت می دهند، آنها را سرزنش می کنند، در سطح پایین تری قرار می دهند و از آنها انتقاد می کنند. بازی که در این وضعیت بیشتر وجود دارد و تقویت می شود، شامل خود بزرگ بینی افراطی (من خوب هستم) می گردد. این وضعیت به این دلیل و وضعیت خوبی نیست که فرد عصبانیت، خودخواهی، تنفر خود را به دیگران نسبت می دهد و آنها را سپر بلا می کند (شما خوب نیستید). به طور کلی فردی که در این وضعیت قرار دارد هیچکس را خوب نمی بیند. این افراد از عینی بودن در برخورد با وقایع زندگی ناتوان هستند و گناه را به گردن دیگران می اندازند و علل شکستها را در دیگران جستجو می کنند

وضعیت چهارم: من خوب هستم، شما خوب هستید (وضعیت موفق و سالم)

در این وضعیت معمولاً بازی وجود ندارد، کسانی که در این وضعیت قرار دارند به ارزشهای دیگران احترام می گذارند و برای همه افراد ارزش قایل هستند از نظر آنها مردم با توجه به هر شخصیتی که دارند خوب هستند. از ویژگی هایی که این افراد دارند باز بودن به عقاید و افکار، اراده برای رسیدن به اهداف، اعتماد به خود و دیگران می باشد. در این وضعیت هیچ بازنده ای وجود ندارد و تنها برنده است. به عقیده اریک برن هر فردی در بدو تولد خوب می باشد و این به دلیل آن است که افراد بسمت سلامتی، بهبود و اطمینان به دیگران گرایش دارند. در واقع در اعماق وجودشان این می جوشد، ولی در اثر تربیت و انتخاب وضعیت های دیگر است که فرد تغییر می کند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

توضیحات استاد

ما به چهار وضعیت در مورد خودمان و دیگران می‌رسیم:

من خوب نیستم تو خوبی: یعنی من احساس می‌کنم از لحاظ روحی و روانی و جسمی خودم را ضعیف می‌بینم یعنی در مقابل من تو ایده آل هستی خود را در مقابل افراد دیگر کوچک می‌بیند و آدمهای گوشه‌گیر و افسرده هستند

من خوب نیستم شما هم خوب نیستی: یعنی همه آدمهای دنیا مشکل دارند من نقطه ضعف دارم تو هم نقطه ضعف داری بدترین وضعیت است.

من خوب هستم شما خوب نیستید: من از هر لحاظ فوق‌العاده هستم و شما در وضعیت ناپه‌نچار هستید من خوش اخلاق هستم تو بد اخلاق هستی، من با نظم هستم و تو بی‌نظم هستی، من خوب هستم و تو بد هستی

بهترین و وضعیت (من خوب هستم شما هم خوب هستی): یعنی من به عنوان یک انسان سالم هستم و تو هم به عنوان یک انسان سالم هستی.

تحلیل رفتار متقابل Transactional Analysis

شاید شما هم از بعضی رفتارهای آدمیان به شگفت آمده باشید اگر با نظریه تحلیلی عاملی "اریک برن" آشنا شوید، خود و دیگران را بهتر درک کرده و می‌توانید رفتارتان را بهبود بخشید. ضمناً کمتر نسبت به رفتار دیگران متعجب می‌شوید در این نظریه شخصیت هر فردی از ۳ بخش تشکیل شده است. ولی در هر فردی یکی از این بخشها غالب است، لذا بیشتر کارهای فردی از بخش غالب سرچشمه می‌گیرد. اریک برن می‌گوید رفتارها، افکار، احساسات و عواطف مختلف

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری انسان از بخش های مختلف شخصیت وی سرچشمه می گیرد. در اجزاء شخصیت انسان را به سه بخش تقسیم می شود:

۱- حالت من کودک ((child ego stage

۲- حالت من والد ((parent ego stage

۳- حالت من بالغ ((adult ego stage

کودک به هنگام به دنیا آمدن، احساس های درونی و نیازهایی دارد که منجر به رفتارهایی در وی می شود. مثلاً با گر سینه بودن، می گیرد و با تامین بودن، می خندد... و این حالت در کودکی پایان نمی پذیرد و تا بزرگسالی در افراد مختلف به انحاء مختلفی ادامه می یابد. این بخش شخصیت بدون هیچ تدبیر، فکر یا برر سی جوانب، فقط با احساسات و لذات سروکار دارد. پیوسته به دنبال لذت جویی و دفع درد و رنج است.

سه خاصیت کلی " حالت من کودک " عبارت است از:

۱- هرگز از لذت جویی سیر نمی شود.

۲- آینده را نمی بیند.

۳- خواسته اش را به تاخیر نمی اندازد.

احساسات منفی، خلاقیت، کنجکاوی، علاقه به دانستن، اصرار به تجربه کردن و احساس کردن از جمله خصوصیات حالت من هستند. این بخش از شخصیت فرد را وا می دارد که هر چیزی را شخصاً خودش تجربه کند. اصلاً خویشتن دار نیست و به عواقب احتمالی رفتارش توجهی ندارد. تمایلی به رعایت قیود اجتماعی، عرف، مذهب، قانون، تعقل و... ندارد

تحلیل رفتار متقابل

اریک برن می گوید رفتارها ، افکار ، احساسات و عواطف مختلف انسان از بخش های مختلف شخصیت وی سرچشمه می گیرد.

در TA اجزاء شخصیت انسان را به سه بخش تقسیم می شود:

۱- حالت من کودک (**childegostage**)

2- حالت من والد (**parentegostage**)

3- حالت من بالغ (**adultegostage**)

حالت من کودک:

کودک به هنگام به دنیا آمدن، احساس های درونی و نیازهایی دارد که منجر به رفتارهایی در وی

می شود . مثلا با گر سینه بودن، می گیرد و با تامین بودن ، می خنددو این حالت در کودکی پایان نمی پذیرد و تا بزرگسالی در افراد مختلف به انحاء مختلفی ادامه می یابد. این بخش شخصیت بدون هیچ تدبیر ، فکر یا بررسی جوانب ، فقط با **احساسات و لذات** سرو کار دارد پیوسته به دنبال لذت جویی و دفع درد و رنج است.

سه خاصیت کلی " حالت من کودک " عبارت است از:

۱- هرگز از لذت جویی سیر نمی شود.

۲- آینده را نمی بیند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
- ۳ خواسته اش را به تاخیر نمی اندازد.

احساسات منفی ، خلاقیت ، کنجکاوی ، علاقه به دانستن ، اصرار به تجربه کردن و احساس کردن از جمله خصوصیات حالت من هستند. این بخش از شخصیت فرد را و می دارد که هر چیزی را شخصا خودش تجربه کند. اصلا خویشتن دار نیست و به عواقب احتمالی رفتارش توجهی ندارد. تمایلی به رعایت قیود اجتماعی ، عرف ، مذهب ، قانون ، تعقل و ... ندارد.

انواع کودک درون

ما ۲ نوع کودک درون داریم؛ کودک سازگار و کودک طبیعی.

کودک سازگار اصلا چیز خوبی نیست چون که کاملا تحت تاثیر والد است؛ یعنی نوعی از کودکی کردن که والدین آدم دوست دارند و کاملا تحت سلطه است.

کودک طبیعی کاملا شاد و سر حال و بشاش است و اگر هم پر خاشگری می کند، به هر حال خودش است اما کودک سازگار فقط دارد دیکته والدین خودش و جانشینان والدین اش در اجتماع (از معلم گرفته تا همسر) را اجرا می کند و فقط هدفش مقبول بودن است.

۳- **کودک «انطباق یافته یا مطیع»** - ان بخش از شخصیت که رفتار خود را تحت تاثیر تربیت والدین تغییر داده و اصلاح کرده است. جنبه مثبت آن موجب می شود بتوانیم در جامعه مورد پذیرش و تایید قرار بگیریم، مثلا:

(وقتی سر کار خیلی دلتان می خواهد یک چرت حسابی بزنید اما چون توی اداره جای چرت زدن نیست چای می خورید تا خواب از سرتان بپرد).
شما در «کودک مطیع مثبت» خود هستید.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
اما گاهی وقت ها ما برای اینکه مورد پذیرش یا تایید دیگران قرار بگیریم اجازه می دهیم مورد
تحقیر یا تمسخر آنها واقع شده یا نادیده گرفته شویم. مثلا:

(وقتی با وجود این که خیلی دلتان می خواهد از همسرتان بخواهید که شما را در رفتن به نزد
پزشک همراهی کند تنها می روید و چیزی به او نمی گوئید چون یاد گرفته اید که باید خودتان
همه کارها را انجام بدهید.)

شما در «کودک مطیع منفی» خود هستید.

کودک انطباق یافته به انواع کودک مطیع، منزوی و پرخاشگر تقسیم میشود.

توضیحات استاد

انواع کودک درون

ما 2 نوع کودک درون داریم؛ کودک سازگار و کودک طبیعی.

کودک سازگار: اصلا چیز خوبی نیست چون که کاملا تحت تاثیر والد است؛ یعنی نوعی از
کودکی کردن که والدین آدم دوست دارند و کاملا تحت سلطه است.

کودک طبیعی: کاملا شاد و سرحال و بشاش است و اگر هم پرخاشگری می کند، به هرحال
خودش است اما کودک سازگار فقط دارد دیکته والدین خودش و جانشینان والدین اش در
اجتماع (از معلم گرفته تا همسر) را اجرا می کند و فقط هدفش مقبول بودن است.

کودک انطباق یافته یا مطیع: آن بخش از شخصیت که آزاد، خلاق، شاد و عاشق تفریح است
وجنبه مثبت آن باعث می شود از زندگی لذت ببریم و با احساس های واقعی خود ارتباط
برقرار کنیم، کودکی ماست قبل از این که تحت تعلیم و تربیت قرار بگیریم. مثلا: وقتی به
طبیعت می روید و از دویدن روی چمن ها و یا خیس شدن زیر باران لذت می برید. شما در
(کودک طبیعی مثبت خود هستید)) اما جنبه منفی آن گاهی ما را به دردمس می اندازد.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

وقتی که دوست داریم بدون توجه به قواعد اجتماعی یا قانونی، کاری را فقط بخاطر این که دلمان

می خواهد انجام دهیم. مثلا: وقتی در جایی که حداکثر سرعت 110 کیلومتر است با سرعت 150 کیلومتر رانندگی می کنید). شما در حالت ((کودک طبیعی منفی)) خود قرار دارید.

کودک انطباق یافته یا مطیع: ان بخش از شخصیت که رفتار خود را تحت تاثیر تربیت والدین تغییر داده و اصلاح کرده است. جنبه مثبت ان موجب می شود بتوانیم در جامعه مورد پذیرش و تایید قرار بگیریم، مثلا: (وقتی سر کار خیلی دلتان می خواهد یک چرت حسابی بزنید اما چون توی اداره جای چرت زدن نیست چای می خورید تا خواب از سرتان بپرد). هر سه برای ما وجود دارد و طبیعی است که وجود داشته باشد ولی یکی از من ها برای ما بیشتر است.

حالت من والد: در سالهای اولیه کودکی (مخصوصا 3 سال اول)، باید و نبایدهای زیادی از طرف والدین به کودکان تحمیل شده یا یاد داده می شود. این مجموعه عظیم از وقایع خارجی و تحمیلی غیر قابل سؤال در حالت من والد ثبت می گردد. و در آینده بخشی از شخصیت فرد را تشکیل می دهد این بخش شخصیت، مسئول خشک و متعصب کارهای انضباطی فرد، قانون مداری، باید ها و نبایدها در افراد مختلف است. وقتی فردی بدون توجه به احساسات و عواطف، یا بدون توجه به تعقل و منطق به امری مبادرت می کند و یا صحبت می کند و یا دیگران را مجبور به انجام چنین اموری می نماید از این بخش شخصیت خود استفاده میکند. همانطور که بعدا خواهیم گفت، 3 بخش شخصیت در هر فرد وجود دارد ولی مقدار اثر گذاری آنها از فردی به فرد دیگر فرق می کند همچنین حاکمیت شخصیت در هر فرد ممکن است به عهده یکی از این اجزاء باشد که هر کدام طبیعتا حکومت های متفاوتی را بنا خواهند گذاشت. پس

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری شخصیت افراد متفاوت خواهد شد. شاید شما کسانی را دیده باشید که برای آنها زندگی کار است و کار است و کار و یا کسانی را دیده باشید که بسیار سخت گیر و منضبط هستند، به مانند یک نیروی نظامی مقید به ترتیب و توالی خاصی هستند و هیچ انعطافی را در زندگی نمی پذیرند. این افراد باید ساعت خاصی بیدار شوند یا به رختخواب بروند و استثنائی بر این امر قائل نیستند، اضافه کاری و غرق شدن در کارهای جدی چنان است که تفریح و سرگرمی خانواده، دوستان و فرزندان شان بی اهمیت جلوه می کنند، جلسات متعدد دارند، قرارهای متعدد دارند، در شیوه تربیتی سخت و خشک و متعصب عمل می کنند، دیدن خنده آنها مانند خورشید گرفتگی هر چند سال یکبار در یک زمان کوتاه اتفاق می افتد و البته آنها هم روی نظم معین خودش که می توانید رصد کنید.

والد به ۲ دسته تقسیم می شود:

والد حمایتگر: با علاقه از دیگران حمایت می کند. قدرتمند و کارآمد است و اهل نوازش، به همین دلیل به او احترام می گذارند.

والد سرزنشگر: همان گونه که پیداست انگشت بر نقاط ضعف و ایرادات افراد

می گذارد. سختگیر و گاهی آزاردهنده است. اطرافیان از عملکردش دچار ترس و واهمه می شوند. باعث می شود تا دیگران حس بدی نسبت خود پیدا کنند. او محترمانه حکم نمی کند چون قدرت نظارت یا ریاست بر دیگران را دارد بر آنها امر و نهی می کند.

1-والد حمایتگر: Nurturing Parent

ان بخش از والد که جنبه مثبت آن، به از سان کمک می کند تا یاد بگیرد چگونه کارها را انجام دهد شامل عشق، حمایت و تشویق هایی است که در زندگی تجربه کرده ایم. مثلاً وقتی به فرزندتان می گوئید: (مطمئن هستم که تو می توانی راه حل مناسبی برای این مشکل پیدا کنی). شما در «والد حمایتگر مثبت» خود هستید. اما جنبه منفی آن با حمایت های بیجا و بی مورد، والد حمایتگر باعث می شود

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری ما اساس ناتوانی و ضعف کنیم و برای انجام امور مختلف به بزرگترهایمان وابسته باشیم. مثلاً وقتی به فرزندتان می‌گویید: (فکر نمی‌کنم بتونی حرفتو به معلمت بزنی بذار من باهات صحبت کنم). شما در «والد حمایتگر منفی» خود هستید.

توضیحات استاد

حالت من والد:

در سالهای اولیه کودکی (مخصوصاً ۳ سال اول)، باید و نباید‌های زیادی از طرف والدین به کودکان تحمیل شده یا یاد داده می‌شود. این مجموعه عظیم از وقایع خارجی و تحمیلی غیر قابل سؤال در حالت من والد ثبت می‌گردد. و در آینده بخشی از شخصیت فرد را تشکیل می‌دهد. این بخش شخصیت، مسئول خشک و متعصب کارهای انضباطی فرد، قانون مداری، باید ها و نبایدها در افراد مختلف است

. وقتی فردی بدون توجه به احساسات و عواطف، یا بدون توجه به تعقل و منطق به امری

مبادرت

می‌کند و یا صحبت می‌کند و یا دیگران را مجبور به انجام چنین اموری می‌نماید از این بخش شخصیت خود استفاده میکند

والد به ۲ دسته تقسیم می‌شود:

والد حمایتگر: آن بخش از والد که جنبه مثبت آن، به انسان کمک می‌کند تا یاد بگیرد چگونه کارها را انجام دهد شامل عشق، حمایت و تشویق‌هایی است که در زندگی تجربه کرده ایم. مثلاً وقتی به فرزندتان می‌گویید: * مطمئن هستم که تو می‌توانی راه حل مناسبی برای این مشکل پیدا کنی).

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
شما در ((والد حمایتگر مثبت)) خود هستید. از طرف حمایت مثبت می‌کنم طرف را تأیید می‌کنم

والد سرزنشگر یا انتقادگر یا مستبد آن بخش از والد که توصیه‌های جنبه مثبت آن برای حفظ سلامتی و تندرستی لازم است، چگونه باید

مواظب خودمان باشیم که زنده بمانیم، مریض نشویم یا جایگاه اجتماعی خود را حفظ کنیم. مثلا

وقتی به فرزندتان می‌گویید:

(قبل از غذا حتما باید دستهایت را بشویی).

شما در ((والد سرزنشگر مثبت)) خود هستید.

اما جنبه منفی آن با انتقادهای مداوم و بی‌پایان آرامش را از ما می‌گیرد. دائم درباره ما قضاوت

می‌کند و به ما می‌گوید چه باید بکنیم، چگونه باید باشیم، چگونه باید فکر کنیم، حرف بزنیم و غیره.

این بخش از والد هرگز از انتقاد، سرزنش و عیب‌جویی از ما دست برنمی‌دارد و در این کار کم

نمی‌آورد. افراد متعصب و مستبد اغلب در والد سرزنشگر منفی خود هستند. وقتی به خودتان می‌

گویید:

(تو حتی نمی‌تونی یک کار به این سادگی رو انجام بدی).

شما در ((والد سرزنشگر منفی)) خود هستید.

ایگوگرام: آدمها کدام یک از من هایشان مسلط است و باید درمانشان کنیم انواع من ها چیست؟

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
برخی از پیام های والدی اشاره می کنیم:

به بزرگترها سلام کن

دختر که در جمع بلند نمی خنده

مرد که گریه نمی کنه

پسر خوب پسری هست که...

به قوانین احترام بگذار

حالت من بالغ:

در واقع مجموعه ای از احساسات، نگرشها و طرح های رفتاری خود مختار و مستقل است که فرد را با واقعیت های موجود تطبیق و هماهنگی می دهد. این بخش شخصیت است که تجزیه و تحلیل می کند، آینده نگری می کند، میان احساسات و تعقل فرد تعادل برقرار می کند، احتمالاتی را که برای حل و فصل موثر دنیای خارج ضروری هست، محاسبه می کند، فعالیت های دو بخش قبلی (کودک و والد) را تنظیم می کند و واسطه عینی شدن میان آنهاست. بالغ درونبخش به اصطلاح عاقل شخصیت ماست؛ بخشی که تصمیم های منطقی می گیرد، با دیگران رابطه محترمانه برقرار میکند و کلاً واقع گراست. ما اوقاتی که داریم مثل بچه یک انسان بحث منطقی را با دیگران راه می اندازیم، به بخش بالغ درون مان راه داده ایم. در واقع شخصیت کامل انسانی، شخصیتی است که ۳ بخش فوق (کودک-والد-بالغ) توأم به صورت متعادل در آن حضور داشته باشد. رئیس بخش بالغ می باشد و با روشنفکری در جای خود به کودک و در جای خود به والد اهمیت دهد. و شخصیت را با تجزیه و تحلیل متعادل نگه دارد.

آزمون ایگوگرام

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری هر یک از حالات نفسانی شما (والد-بالغ-کودک) تا چه حد در شخصیت شما موثر و مهم هستند؟ جک دوسی (Jack Dusay) برای پاسخ به این سوال یک نمودار ارائه نموده است که به آن ایگوگرام یا نمودار حالات نفسانی میگویند..

CPوالد انتقادگر

Critical Parent

NPوالد حمایتگر (Nurturing Parent)

Aبالغ Adult

FCکودک طبیعی

Free Child

ACکودک تطبیق یافته

Adapted Child

اریک برن می گوید وقتی که 2 تا آدم رو به روی هم قرار می گیرند، انگار دو شخصیت 3 بخشی روبه روی هم قرار گرفته اند. هر کسی یک جنبه از این سه بخش را وارد رابطه می کند. او می گوید ما در ساده ترین شکل می توانیم 6 نوع رابطه اجتماعی داشته باشیم:

1- کودک - کودک که شما دارید با دوستان آب بازی می کنید، وقتی که شروع می کنید به تعریف جوک و اس ام اس خواندن برای همدیگر و وقتی با هم شوخی های پاستوریزه می فرمایید، دارید وارد یک رابطه کودک - کودک می شوید.

2- بالغ - کودک. این هم وقتی است که یک طرف رابطه دارد با منطقش حرف می زند و می خواهد تصمیمات منطقی بگیرد اما طرف مقابل هی می خواهد قضیه را عاطفی کند و با گریه کردن و لوس بازی و ناز کشیدن، بازی را به نفع خودش تمام کند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
3- بالغ - بالغ. در این رابطه هم ما و هم طرف مقابل مان منطقی هستیم و همه چیز مطابق منطق
پیش می رود و عاطفه دخالتی در رابطه ندارد. مثلاً وقتی که ما با استادمان در مورد یک مفهوم
آماری حرف می زنیم، احتمال دارد این بازی را راه انداخته باشیم

4- والد - کودک. تا حالا هر دو طرف بخش های مشابه شخصیت شان را می گذاشتند و سطر اما
امان از وقتی که یک نفر یک بخش از شخصیت اش و دیگری یک بخش دیگر را می آورد توی
میدان. در رابطه والد - کودک، یک طرف رابطه، نقش پدر و مادر را بازی می کند و نفر دیگر
می رود در لاک کودکی اش. در بدترین حالتش (و متأسفانه رایج ترین اش) والد جنبه سختگیرش
را می آورد وسط و هی امر و نهی می کند و کودک بخش سازگارش را و هی می گوید (چشم، چشم،
شما درست می فرمایید). اما رابطه والد - کودک همیشه این قدر هم وحشتناک نیست؛ کافی است
که والد جنبه حمایت گرش را وارد کند و (کودک) طرف مقابل، خودش را لوس کند. در این حالت
چیزی شکل می گیرد که (اریک برن) اسمش را گذاشته (نوازش) و معتقد است که همه ما آدمها
به نوازش کردن و نوازش شدن احتیاج داریم.

5- بالغ - والد. این رابطه هم خیلی رایج است؛ یعنی وقتی یک طرف دارد با منطق رفتار می کند
یا حرف می زند اما طرف مقابل شروع می کند به انتقادهای سختگیرانه، خندیدن و مسخره کردن
و هره بازی. مثلاً تصور کنید یک نفر دارد سخنرانی می کند که یکدفعه یک نفر از وسط جمع
شروع می کند به بلند بلند خندیدن و انتقاد کردن و مسخره کردن سخنران.

6- والد - والد. در بازی والد - والد هر دو طرفمان می خواهیم ژست یک بزرگسال چیزفهم را
بگیریم. اگر والد حمایت کننده مان وسط باشد، مثالش می شود حرف زدن در مورد آب و هوا و
تایید همدیگر و گفتن (به به! به به!) به هم. اما خدا نکند والد کنترل کننده بیاید وسط؛ آن وقت
است که دعوا شروع می شود و هر کس می خواهد حرف های خودش را به کرسی بنشاند. آشتی با

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری کودک درون آشنایی با موضوع کودک درون و چگونگی برقراری ارتباط با آن، از جمله مباحثی است که به تازگی مورد توجه روان شناسان قرار گرفته است

پنجره جوهری JOHARI WINDOW

	آشنایی خود Known to Self	ناآشنایی خود Not Known to Self
شناخته شده برای دیگران Known to Others	بلز اطلاعاتی که شما و دیگران هر دو از آن‌ها اطلاع دارید Known to You and to others	کور اطلاعاتی که شما نمی‌دانید ولی دیگران از آن‌ها اطلاع دارند Known only to others
Not Known to Others ناشناخته برای دیگران	پنهان اطلاعاتی که شما می‌دانید ولی دیگران از آن‌ها اطلاع ندارند Known only to you	ناشناخته اطلاعاتی که نه شما می‌دانید و نه دیگران از آن‌ها اطلاع دارند Known neither to me nor to others

یکی از الگوهای بسیار جالب و مورد توجه در تصویر کردن سطوح آگاهی در رفتار انسانی پنجره جوهری است. این نام از ابتدای اسامی کوچک دو روانشناس - «جوزف لوفت» و «هری اینگهام» که مدل را طراحی کرده‌اند گرفته شده است. این مدل پیوند فرد با اشخاص دیگر را در چهار خانه نشان می‌دهد که این چهار خانه هر یک خانه‌ای از یک پنجره بزرگ است. اندازه هر خانه نشان دهنده آگاهی - به وسیله خود فرد یا به وسیله دیگران - از رفتار، احساسات و انگیزه‌های خود است

این خانه‌ها موارد زیر را بیان می‌کنند: منطقه گشوده که نشان دهنده جنبه‌هایی از شخصیت فرد است که توسط او و توسط دیگران معلوم است.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری منطقه کور که نشان دهنده جنبه‌هایی از شخصیت فرد است که برای دیگران شناخته شده است ولی برای خود فرد ناشناخته است.

منطقه پنهان که نشان دهنده جنبه‌هایی از شخصیت فرد است که برای خود فرد شناخته شده است ولی برای دیگران ناشناخته است.

منطقه ناشناخته که نشان دهنده جنبه‌هایی از شخصیت فرد است که نه برای خود فرد شناخته شده است و نه برای دیگران

مطابق مدل پنجره جو-هری هر قدر ناحیه عمومی افراد گسترده تر شود توان برقراری ارتباطی آنها بیشتر، انعطاف پذیری در سبک رهبری آنها گسترده تر و حالات من آنها وسیع تر می شود زیرا در این ناحیه طرفین شناخت دارند و امکان بروز تضاد ضعیف است. پس افراد برای افزایش توان ارتباطی خود باید ناحیه عمومی را گسترش دهند

توضیحات استاد

پنجره جوهری: ما آدمها چقدر خودمان، خومان را می شناسیم و یا دیگران ما را می شناسند، مثلا من چقدر دو ستم را می شناسیم و او نیز من را می شناسد در حقیقت چقدر شناخت روی همدیگر داریم.

منطقه گشوده: من خودم را می شناسم و دیگران هم من را می شناسند.

منطقه کور: منطقه ایی است که من خودم را نمی شناسم یعنی استعدادها و علاقه های خودم را خبر ندارم و دیگران خبر دارند. ارتباط برقرار کردن با دیگران باعث میشود دیگر بهتر ما را بشناسند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

منطقه پنهان: من خودم استعدادها و باورهای خودم را می شناسم ولی دیگران نمی دانند بر

اثر ارتباط که با دیگران می گیریم دیگران هم پی به استعدادهای ما می برند

منطقه ناشناخته: نه تو اون را می شناسی و نه خودت، خودت را می شناسی. نه خودت می

دانی نه بقیه شناختی از تو دارند. مثل بعضی اوقات که ما از خودمون جا میخوریم.

راهکارهای گسترش ناحیه عمومی یا باز عبارتند از:

1- افشا یا خودگشودگی

افشا یا خودگشودگی یعنی این که فرد (در اینجا مدیر) پیرامون خودش اطلاعات منتشر کند.

لازم به ذکر است که افشا باید به موقع و طرفینی باشد یعنی اگر در فرایند ارتباطات فقط یک

طرف اقدام به خودگشودگی نماید و دیگری آن را انجام ندهد ارتباط برقرار نمی شود. افشا باعث

پیشروی ناحیه عمومی در خصوصی می شود و ناحیه خصوصی را کوچک می کند.

2- بازخور

بازخور باعث گسترش ناحیه عمومی در ناحیه کور می شود.

تعریف انگیزه و انگیزش Motive انگیزه اصطلاحاً به نیرویی اطلاق می شود که از درون یک فرد

را به سمت یک هدف سوق می دهد.

Motivation انگیزش به فرآیند یا جریانی اطلاق می شود که از طریق آن ما قادر به ایجاد انگیزه

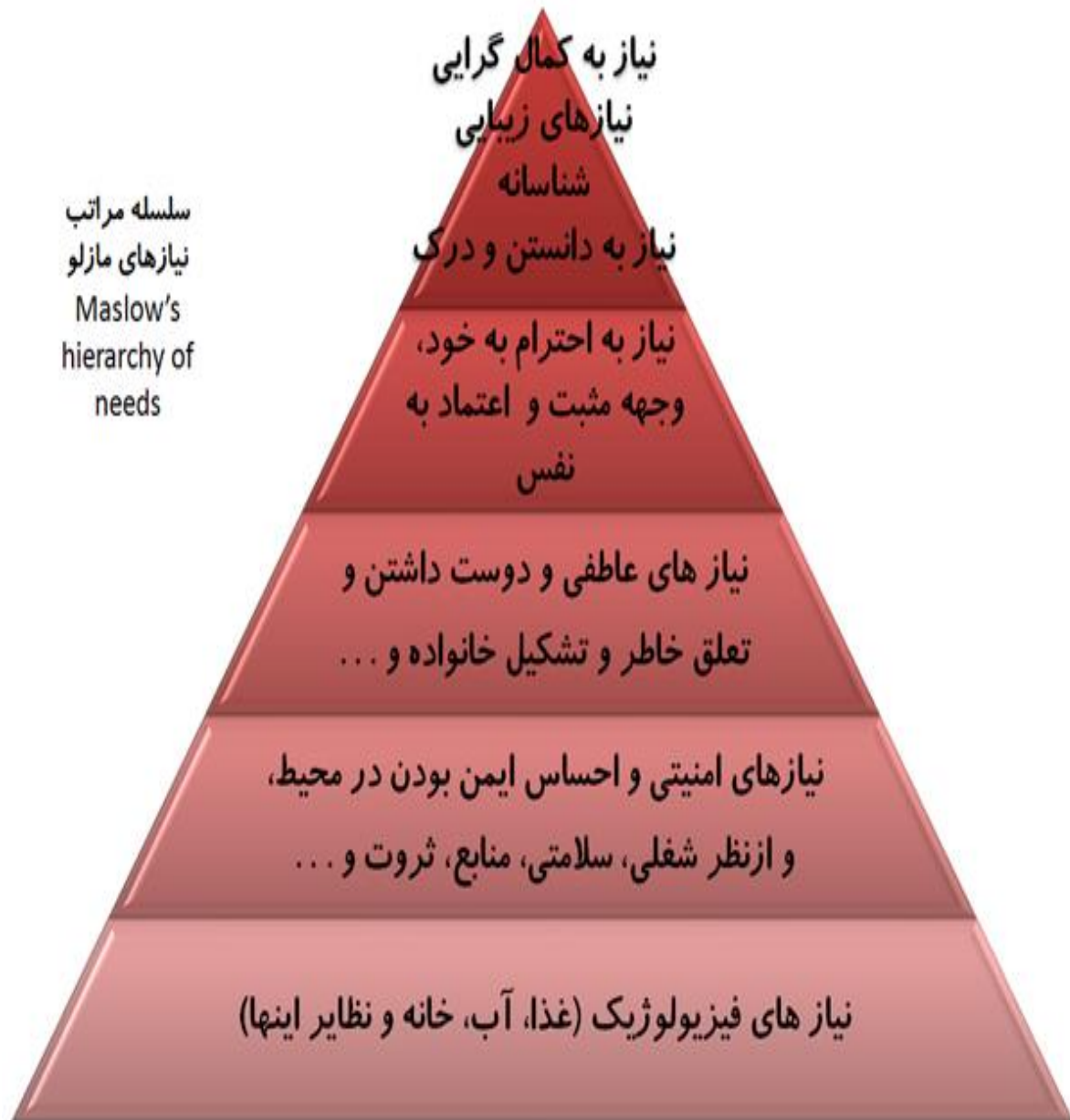
در دیگران می شویم. پس انگیزه به صورت بالقوه در وجود آدم ها هست و دیگران آن را برانگیخته

می کنند. **تفاوت «هدف» و «انگیزش»:** برخی هدف ها را با انگیزه ها یکی می دانند. در حالی که

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری هدف ها جنبه خارجی داشته و انگیزه ها جنبه درونی دارند. هدف ها از این جهت مورد توجه هستند که وضعی را به وجود می آورند تا انگیزه های فرد را ارضا نمایند. مثلاً دانشجویی که هدفش اخذ مدرک بالاتر است، این هدف را دنبال می کند، زیرا با اخذ مدرک تحصیلی بالاتر، موقعیت شغلی و کاری و نیز درآمد وی بیشتر خواهد شد. این موقعیت شغلی و درآمد بیشتر، انگیزه ای است که در درون فرد وجود دارد و موجب می شود که او به دنبال هدفش که عاملی بیرونی است، برود

انگیزش و تأکید بر تفاوت های آدمی: افراد متفاوت ممکن است توسط عوامل انگیزشی متفاوتی برانگیخته شوند چون آدم فقط به این دلیل که دیگران درباره او چگونه عمل و عکس العملی را نشان می دهند، برانگیخته نمی شود، بلکه انگیزش او صرفاً در جهت انجام خواسته ها، آن هم به صورتی که خود او احساس می کند، می باشد و این خواسته ها و احساس ها متفاوت است. اشخاص مختلف در مقابل اعمال نفوذ های یکسان، واکنش های مختلفی نشان می دهند. تشویق و ترغیب هایی که در مورد افراد صورت می گیرد، در همه اشخاص یکسان اثر نمی بخشد، بلکه اثر آنها متناسب با آمادگی انگیزه ای اشخاص برای قبول آن تشویق ها خواهد بود. لذا به دلیل همین تنوع در مکانیزم ها و محرک های انگیزشی، نظریه های مختلفی در بحث رفتار فردی و رفتار سازمانی توسط دانشمندان مختلف ارائه شده که هر یک روشن می کند که چگونه می توان نیازهای افراد را شناخت و آنها را برانگیخت تا در راه رسیدن به نیازشان تلاش کنند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری



سلسله مراتب نیازها

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری آبراهام مزلو، ایده سلسله مراتب نیازها را در کتاب خود به نام «انگیزه و شخصیت» در سال 1943 مطرح نمود. او هدف و آرمان اصلی انسان را و تربیت و تقلای او را دست یافتن به مرتبه والای انسانی و همانا تحقیق خویشتن یا خود شکوفایی می داند. وی مراتبی را برای دسترسی به این آرمان به صورت سلسله مراتب نیازها تدوین نموده است. سلسله مراتب نیازهای مزلو غالباً به صورت یک هرم نشان داده می شود. در سطوح پائین تر هرم، ابتدائی ترین و پایه ای ترین نیازها و در بالاترین سطح هرم، نیازهای پیچیده تر قرار دارند. طبق تعریف مزلو، پنج سطح مختلف در سلسله مراتب نیازهای انسان وجود دارد:

1- نیازهای فیزیولوژیکی یا نیازهای جسمانی

این نیازها شامل ابتدایی ترین و اساسی ترین نیازهایی هستند که برای ادامه بقا ضرورت دارند، مثل آب، هوا، غذا و خواب مزلو عقیده داشت که اینها اساسی ترین و غریزی ترین نیازها در سلسله مراتب نیازها هستند زیرا تا اینها برآورده نشوند بقیه نیازها در اولویت قرار نمی گیرند.

2- نیازهای امنیتی

نیازهای امنیتی نیز برای بقا اهمیت دارند اما به اهمیت نیازهای فیزیولوژیکی نیستند. نمونه هایی از نیازهای امنیتی عبارت است از تمایل به داشتن شغل ثابت، بیمه پزشکی، همسایگان بی خطر و سرپناهی در مقابل محیط

3- نیازهای اجتماعی یا نیازهای تعلق پذیری و عشق

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری این نیازها شامل وابستگی، تعلق خاطر، عشق و عاطفه است. به عقیده مزلو این نیازها کمتر از نیازهای فیزیولوژیکی و نیازهای امنیتی، اساسی هستند. روابط دوستانه، وابستگی عاطفی و روابط خانوادگی به ارضاء این نیازها کمک می کند. عضویت در گروه های اجتماعی، محلی و مذهبی نیز چنین اثری دارد

4-نیازهای احترامی پس از ارضاء نیازهای فیزیولوژیکی، امنیتی و اجتماعی، نیاز به مورد احترام واقع شدن، اهمیت فزاینده ای می یابد. این نیازها شامل نیاز به چیزهایی است که در احترام به خود، ارزش های شخصی، شناخت اجتماعی و پیشرفت، انعکاس می یابد. مازلو در کتاب انگیزش و شخصیت در توضیح نیاز به عزت نفس می گوید: همه افراد جامعه ما (بجز برخی بیماران) به یک ارزشیابی ثابت و استوار و معمولاً عالی از خوشان، به احترام به خود یا عزت نفس یا احترام به دیگری تمایل دارند ولی در جای دیگر می گوید: این سطح از نیازها را می توان در دو مجموعه فرعی طبقه بندی کرد اول اینکه آنها عبارت از: تمایل به قدرت، موفقیت، کفایت، سیادت، شایستگی، اعتماد در رویارویی با جهان، استقلال و آزادی. دوم اینکه در ما چیزی هست که می توانیم آن را تمایل به اعتبار و حیثیت (که آن را احترام دیگران نسبت به خودمان می توان تعریف کرد)، مقام، شهرت، افتخار، برتری، معروفیت، توجه و اهمیت و حرمت یا تحسین بنامیم مازلو در مورد پیامدهای عدم ارضای این سطح از نیازهای پنجگانه می نویسد: بی اعتنائی به این نیازها موجب احساساتی از قبیل حقارت، ضعف و درماندگی می شود که این احساسات نیز خود به وجود آورنده دلسردی و یاس اساسی خواهد شد و یا اینکه گرایش های روانی نژندی یا جبرانی را به وجود خواهد آورد. ارزشیابی ضرورت اعتماد به نفس بنیادی و درک این مطلب زاکه مردم بدون آن چقدر احساس درماندگی می کنند و می توان از طریق مطالعه روان نژندی ناشی از ضربه شدید روحی بدست آورد.

5-نیازهای خودشکوفایی

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری این بالاترین سطح نیازها در سلسله مراتب مزلو است. انسان‌های خودشکופا، افرادی هستند خودآگاه، علاقه‌مند به رشد شخصی، کم‌توجه به عقاید دیگران و علاقه‌مند به ارضاء توانائی‌های بالقوه خود. مزلو به این نتیجه رسید که افراد خود شکوفا دارای چند خصیصه مشترک اند. واقعیت را به خوبی درک کرده و قادرند شرایط مبهم را تحمل کنند. خود و دیگران را آنچنان که هستند قبول می‌کنند. در اندیشیدن و رفتار خود جوشند. بیشتر مسئله‌مدارند تا خود مدار. از بذله‌گویی بر خوردارند. بسیار خلاقند. به سادگی هم‌رنگ جماعت نمی‌شوند. به شادکامی انسان‌ها علاقه‌مندند. از تجربه‌های اساسی زندگی عمیقاً لذت می‌برند. بیشتر با مردمان معدودی روابط عمیق و ارضاکننده دارند تا با تعداد زیادی از مردم. قادرند به نحو عینی به زندگی بنگرند

می‌توان سلسله مراتب نیازهای مزلو را چون نردبانی پنداشت که باید پیش از رفتن به پله دوم پای خود را روی پله اول و پیش از پله سوم، روی پله دوم گذاشت، الی آخر. از این رو، پایین‌ترین و نیرومندترین نیاز، باید پیش از بروز نیاز طبقه دوم برآورده شده باشد و سلسله مراتب به همین ترتیب پیش برود تا پنجمین یا نیرومندترین نیاز، یعنی تحقق خود پدیدار شود. بدین ترتیب، شرط اولیه دست یافتن به تحقق خود، ارضای چهار نیازی است که در سطوح پایین‌تر این سلسله مراتب قرار گرفته‌اند. به دیگر سخن، تحقق خود (خودشکوفایی) عالی‌ترین سطح سلسله مراتب مزلو است، اما مرتبه‌ای است که او احساس می‌کرد که معدودی از انسان‌ها، براساس شالوده‌ای استوار، به آن رسیده و در آن متمکن شده‌اند. با توجه به اینکه در الگوی مزلو، هر مرحله به مرحله قبلی وابسته است، هر فرد باید در هر مرحله جدید از زندگی خود، تا اندازه‌ای این نیازها را از نوازیابی کند. می‌توان سلسله مراتب نیازهای مزلو را چون نردبانی پنداشت که باید پیش از رفتن به پله دوم پای خود را روی پله اول و پیش از پله سوم، روی پله دوم گذاشت، الی آخر.

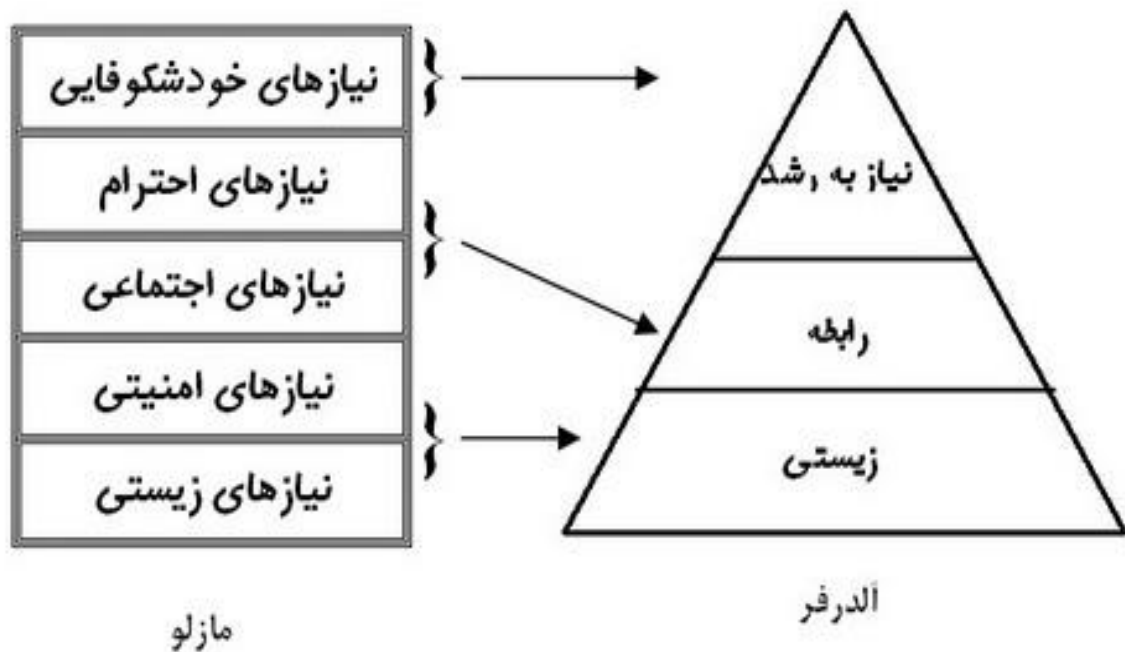
از این رو، پایین‌ترین و نیرومندترین نیاز، باید پیش از بروز نیاز طبقه دوم برآورده شده باشد و سلسله مراتب به همین ترتیب پیش برود تا پنجمین یا نیرومندترین نیاز، یعنی تحقق خود پدیدار شود.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری بدین ترتیب، شرط اولیه دست یافتن به تحقق خود، ارضای چهار نیازی است که در سطوح پایین تر این سلسله مراتب قرار گرفته اند. به دیگر سخن، تحقق خود (خودشکوفایی) عالی ترین سطح سلسله مراتب مزلو است، اما مرتبه ای است که او احساس می کرد که معدودی از انسان ها، براساس شالوده ای استوار، به آن رسیده و در آن متمکن شده اند.

با توجه به اینکه در الگوی مزلو، هر مرحله به مرحله قبلی وابسته است، هر فرد باید در هر مرحله جدید از زندگی خود، تا اندازه ای این نیازها را از نو ارزیابی کند.

می توان سلسله مراتب نیازهای مزلو را چون نردبانی پنداشت که باید پیش از رفتن به پله دوم پای خود را روی پله اول و پیش از پله سوم، روی پله دوم گذاشت، الی آخر. از این رو، پایین ترین و نیرومندترین نیاز، باید پیش از بروز نیاز طبقه دوم برآورده شده باشد و سلسله مراتب به همین ترتیب پیش برود تا پنجمین یا نیرومندترین نیاز، یعنی تحقق خود پدیدار شود. بدین ترتیب، شرط اولیه دست یافتن به تحقق خود، ارضای چهار نیازی است که در سطوح پایین تر این سلسله مراتب قرار گرفته اند. به دیگر سخن، تحقق خود (خودشکوفایی) عالی ترین سطح سلسله مراتب مزلو است، اما مرتبه ای است که او احساس می کرد که معدودی از انسان ها، براساس شالوده ای استوار، به آن رسیده و در آن متمکن شده اند. با توجه به اینکه در الگوی مزلو، هر مرحله به مرحله قبلی وابسته است، هر فرد باید در هر مرحله جدید از زندگی خود، تا اندازه ای این نیازها را از نو ارزیابی کند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری



تفاوت نظریه مازلو و آلدرفر : 1 در نظریه مازلو تا یک نیاز برطرف نشود، به نیاز بعدی نمی‌رویم،

اما در نظریه آلدرفر به‌طور همزمان نیازها را برطرف می‌کنیم.

2 - در نظریه آلدرفر نیازها سلسله مراتبی نیست.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
انتقادات وارد بر نظریه مازلو

1 - حدود در آن مشخص نیست (نیاز افراد متفاوت است)

2 - احترام از دیدگاه دیگران دلایل مختلفی دارد. احترام در بعضی وراثتی است و برخی دیگر آن را کسب می کنند (اکتسابی)

دیوید مک کلند

نظریه انگیزشی سه گانه

- نیاز به کسب موفقیت
- نیاز به تعلق
- نیاز به قدرت



نظریه نیازهای سه گانه مک کلند

McClelland's Achievement Motivation Theory

در اوایل دهه 1950 توسط دیوید مک کلند (مک کله لند) مطرح شده است به این موضوع می پردازد که انگیزش ریشه در فرهنگ دارد. این نظریه، در کنار نظریه های سه گانه مازلو و مراحل مختلف زندگی و نظریه ی زیستی- تعلق- رشد آلدرفر، از نظریه های انگیزش می باشند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

مک کلند بیان می دارد که همه ی انسان ها سه نیاز مهم دارند:

1- نیاز به کسب موفقیت

Need for Achievement

توفیق طلبی، میل به انجام چیزی بهتر با کارایی بالاتر برای حل مسائل یا تسلط بر کارهای پیچیده می باشد. یعنی پاداش موثر برای این افراد، تحقق اهداف و آرزوهایشان در رابطه با انجام کار است.

2- نیاز به کسب دوستی و روابط

Need for Affiliation یعنی تمایل به کسب دوستی، حمایت دیگران و ایجاد روابط صمیمی با

آنها.

3- نیاز به کسب قدرت

Need for Power : یعنی کسب توانایی برای اعمال نفوذ بر دیگران و کنترل آنها.

اعتبار منبع پیام

- اعتبار اولیه
- اعتبار ثانوی
- اعتبار نهایی

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
عوامل تاثیر گذار در میزان اعتبار منبع پیام

• شهرت شخصی به درستکاری

• نیت متقاعد سازی

• بکارگیری مقام

• ظاهر و نحوه معرفی خود

• همراهان

• جذابیت شخصی

• برخورد صمیمانه

• همانندی شناخته شده

پنج اصل نفوذ

1) اصل شباهت (هر چه شباهت ها بیشتر = تاثیر پذیر بیشتر)

2) اصل اختیار (هر چه اختیارات ، مقام ، قدرت و .. بیشتر = بیشتر تحت تاثیر قرار می گیرند)

3) اصل کمیابی (هر چه کالا و خدمات کم تر = محبوب تر نزد مردم) پنج اصل نفوذ

4) اصل رفتار متقابل (انسان ها با دیگران همانگونه برخورد می کنند که دیگران با آنها برخورد می کنند)

5) اصل اثبات اجتماعی مراجعه به تصمیم گیری و رفتار دیگران در شرایط مشابه

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
و این نشان می دهد این مسئله برای دیگران نیز رخ داده است

حافظه

در حافظه انسان هیچ چیزی پاک نمی شود، فقط در مواردی فراموش می شود.
رویدادها اگر با موضوع مهم یا هیجان خاصی تداعی داشته باشند ساده تر به یاد آورده میشوند. همچنین
اتفاقات فراموش شده را با استفاده از هیپنوتیسم می توان به یاد آورد.
حافظه با هیجان ارتباط نزدیک دارد و اگر هیجان از ساختار حافظه انسان گرفته شود همه چیز از بین می
رود.

انواع داده ها در حافظه:

۱، رویدادها:

همان خاطرات و تجارب زندگی هستند. رویدادها دارای هیجان هستند. تجربه های اوج در بخش خاطرات
حافظه انسان هستند.

۲، داده هایی از جنس عمل:

مهارتهای انسان از نوع حافظه عمل هستند. پیچیده ترین مهارت انسان مهارت نوشتن است. راه رفتن،
دویدن، دوچرخه سواری و ... از این نوع حافظه می باشند.

۳، داده هایی از جنس علم (معنایی):

سواد و آنچه یاد میگیریم مربوط به این قسمت می باشد. مطالبی را که یادآوری می کنیم با توجه به زمان
یادآوری می تواند مربوط به دو نوع مختلف حافظه باشد. دانش آموزی را تصور کنید که در کلاس درس
مطالبی را در مورد موضوعی یاد می گیرد، مثلاً نام یک آتش فشان یا پایتخت یک کشور و ... زمانی که
بلافاصله و در همان کلاس درس سوالاتی از این مطالب از وی می شود، در پاسخگویی به آن از حافظه کوتاه
مدت خود استفاده می کند، ولی زمانی که سوالات در جلسه بعد و چند روز دیگر از او پرسیده می شود و او
پاسخ می دهد، در واقع از حافظه دراز مدت خود استفاده کرده است. وقتی ما مطلبی را بلافاصله بعد از

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری شنیدن آن به خاطر می آوریم، یادآوری آن کار آسانی خواهد بود و به سهولت انجام خواهد گرفت، اما زمانی که مدتی از شنیدن مطلب می گذرد و تلاش می کنیم آن را یاد بیاوریم، با مشکل بیشتری روبرو خواهیم شد.

زمانی که ما بلافاصله مطالب را یادآوری می کنیم، در واقع از دانش فعال خود که هنوز در سطح هشیاری ما قرار دارد، استفاده می کنیم، ولی زمانی که مدتی بعد از شنیدن مطالب قصد یادآوری آنها را می کنیم، دانشی که از آن استفاده می کنیم، نفعال است. با این تو صیف در تقسیم بندی هایی که از حافظه به عمل آمده، آن را به دو نوع حافظه کوتاه مدت و دراز مدت تقسیم بندی کرده اند. تفاوت این دو نوع حافظه عمدتاً به مدت زمان نگهداری اطلاعات مربوط می شود. هرچند تفاوت های دیگری نیز با یکدیگر دارند. مطالعات نشان داده اند که آدمی انواع مختلفی از حافظه **Memory** را دارد. اینکه «اطلاعات برای مدت زمان کوتاهی ذخیره می شوند یا برای مدت زمان بلند» باعث تقسیم حافظه به انواع «حافظه کوتاه مدت» **Short-Term Memory** و **حافظه بلند مدت Long-Term Memory** شده است. با وجود این تقسیم آنها برای ذخیره کردن اطلاعات مراحل سه گانه حافظه را اجرا می کنند، البته به شیوه ها و ساختارهای مختلف این کار را انجام می دهند. نکته دیگر آنکه در بعضی از مطالعات و منابع از حافظه نوع سوم نیز به نام «حافظه حسی» **Sensory Memory** صحبت می شود. حافظه حسی، حافظه ای فرآر است که کمتر از نیم ثانیه ماندگاری دارد. این حافظه به شما امکان می دهد که یک تصویر، صدا یا سایر حس ها را به صورت تقریباً تصویری در خاطر حفظ کنید. این تصاویر فوق العاده فرآر، بلافاصله به حافظه کوتاه مدت منتقل می شوند. حافظه کوتاه مدت به عنوان فیلتر و یک مخزن ذخیره ی کوتاه مدت عمل می کند. خاطرات حسی در این حافظه فیلتر شده، سپس یا فراموش می شوند و یا در حافظه بلند مدت قرار می گیرند. حافظه بلند مدت جایی برای ثبت همه ی شگفتی های اطلاعاتی است که ارزشمند و تشخیص داده شده اند. برخلاف حافظه حسی و کوتاه مدت، حافظه بلند مدت قادر است مقادیر نامحدود اطلاعات را برای مدت نامحدود ذخیره کند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری

حافظه‌ی حسی، حافظه‌ای فرّار است که کمتر از نیم ثانیه ماندگاری دارد.

این حافظه به شما امکان می‌دهد که یک تصویر، صدا یا سایر حس‌ها را به صورت تقریباً تصویری در خاطر حفظ کنید.

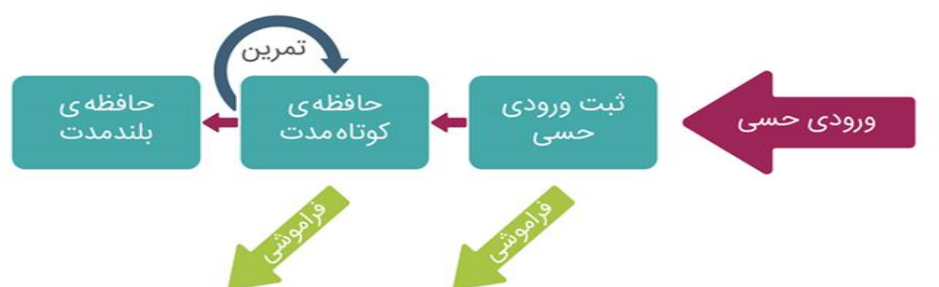
این تصاویر فوق‌العاده فرّار، **بلافاصله به حافظه کوتاه مدت منتقل می‌شوند**.

حافظه کوتاه مدت به عنوان فیلتر و یک مخزن ذخیره‌ی کوتاه‌مدت عمل می‌کند.

خاطرات حسی در این حافظه فیلتر شده، سپس یا فراموش می‌شوند و یا در حافظه‌ی بلندمدت قرار می‌گیرند

حافظه‌ی بلندمدت جایی برای ثبت همیشگی اطلاعاتی است که ارزشمند تشخیص داده شده‌اند.

برخلاف حافظه‌ی حسی و کوتاه‌مدت، حافظه‌ی بلندمدت قادر است مقادیر نامحدود اطلاعات را برای مدت نامحدود ذخیره کند.



چطور

انواع حافظه (حسی، کوتاه مدت، بلند مدت)

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری حافظه ی حسی: Sensory Memory اطلاعات یک محرک، بدون تغییر وارد حافظه ی حسی میشوند. در حافظه ی حسی نسخه ی دقیقی از اطلاعات حسی ذخیره میشود البته حواس دیداری و شنیداری بیشترین مقدار اطلاعات محیطی را به ما میرسانند.

حافظه ی حسی منطبق با حس بینایی را مخزن تصویری و حافظه ی حسی منطبق با حس شنوایی را مخزن پژواکی مینامند. ما در هر لحظه اطلاعاتی بسیار فراتر از آنچه بتوانیم به یاد آوریم و دریافت میکنیم. با اینحال تنها اطلاعاتی که مورد توجه ما قرار میگیرند وارد حافظه ی کوتاه مدت میشوند و بقیه ی اطلاعات از حافظه ی حسی حذف یا فراموش میشوند. پس نخستین عامل مهم در یادگیری، توجه یا دقت است!

حافظه کوتاه مدت چیست ؟ حافظه کوتاه مدت جایی است که مقادیر کم اطلاعات به صورت موقت، معمولاً برای ۱۵ تا ۳۰ ثانیه در آن ذخیره می شوند. تقریباً می توان آن را «صفحه ی چرک نویس» مغز دانست. حافظه کوتاه مدت بیش از آنکه جای مشخصی در مغز داشته باشد، بخشی از فرآیند ذهنی است. شما از این حافظه برای کارهایی مثل حفظ یک شماره ی تلفن تا زمانی که بتوانید آن را جایی یادداشت کنید یا در ذهن نگه داشتن جمله ای که مایلید در مکالمه به زبان بیاورید استفاده می کنید. اینها اطلاعاتی هستند که به سرعت ناپدید می شوند مگر اینکه اقدامی برای به خاطر سپردن آنها انجام دهید. حافظه کوتاه مدت نقش فیلتر را هم بازی می کند. فیلتری که تصمیم می گیرد چه چیزی ارزش به خاطر سپردن را دارد و چه چیزی باید دور انداخته شود. فیلتری که تصمیم می گیرد چه چیزی ارزش به خاطر سپردن را دارد و چه چیزی باید دور انداخته شود. معلوم است که انسان نمی خواهد تک تک جزئیات اتفاقاتی که برایش افتاده است را در خاطر نگه دارد. توانایی دور انداختن اطلاعات بی فایده، مغزتان را از غرق شدن در افکار محافظت می کند

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
حافظه ی کوتاه مدت **Short-Term Memory**

اطلاعات در صورتی که مورد توجه قرار گیرند وارد حافظه کوتاه مدت میشوند و اطلاعات وارد شده به این حافظه رمز گردانی میشوند. یعنی بصورت الگوهای تصویری، صوتی و معنایی در می آیند. الگوی تصویری مربوط به تصویر ذهنی محرک، الگوی صوتی مربوط به صدا و تلفظ محرک و الگوی معنایی مربوط به معنی محرک می باشد. البته رمزهای مربوط به دیگر حواس هم در حافظه ی کوتاه مدت قرار دارند مثل لامسه و بویایی. تکرار و مرور ذهنی به ما این امکان را می دهد که اطلاعات وارد شده به حافظه ی کوتاه مدت را برای مدت بیشتری حفظ کنیم. البته این راهبرد (تکرار) صرفاً برای مطالبی مفید است که میخواهیم آنها را در همان لحظه استفاده و سپس فراموش کنیم. اگر قصد یادگیری داشته باشیم علاوه بر تکرار و مرور ذهنی می بایست مطلب جدید را با سایر اطلاعات ذخیره شده در حافظه ی دراز مدت تداعی کنیم. در این حالت مرور ذهنی فقط برای برقراری ارتباط بین مطالب جدید و قدیمی است.

اطلاعات وارد شده به حافظه ی کوتاه مدت مربوط به دو منبع است:

(1) حافظه ی حسی

(2) حافظه ی بلند مدت

غالباً اطلاعات به طور همزمان از این دو منبع وارد حافظه ی کوتاه مدت میشود.

بعنوان مثال برای دیدن یک پرنده، حافظه ی حسی تصویر ذهنی پرنده را به حافظه ی کوتاه مدت می فرستد و در همین حال فرد بدنبال اطلاعات مربوط به پرنده در حافظه ی بلند مدت میگردد تا آن پرنده را شناسایی کند، در این میان ممکن است اطلاعات دیگری مانند تجارب ما در رابطه با آن پرنده به ذهن (حافظه ی کوتاه مدت) بیایند و هوشیار و آگاهانه شوند.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
چرا به حافظه ی کوتاه مدت، حافظه ی فعال می گویند؟

زیرا حافظه ی کوتاه مدت با اطلاعاتی که در ذهن به طور فعال وجود دارند و در حال فعالیت برای انتقال به حافظه ی بلند مدت هستند سروکار دارد. مهم ترین فایده ی حافظه ی کوتاه مدت این است که با وجود آن می توانیم اطلاعات را فقط برای مدت زمانی که نیاز داریم در ذهن حفظ کنیم. در هر لحظه اطلاعات زیادی وارد حافظه ی کوتاه مدت و اطلاعات زیادی از آن خارج می شوند، در این صورت فراموش شدن اطلاعات از حافظه ی کوتاه مدت مفید است چون بدون این فراموشی، ذهن با انبوهی از اطلاعات غیر ضروری انباشته می شود و ما به تمام اطلاعاتی که وارد حافظه ی کوتاه مدت می شوند نیاز نداریم. زیرا حافظه ی کوتاه مدت با اطلاعاتی که در ذهن به طور فعال وجود دارند و در حال فعالیت برای انتقال به حافظه ی بلند مدت هستند سروکار دارد. مهم ترین فایده ی حافظه ی کوتاه مدت این است که با وجود آن می توانیم اطلاعات را فقط برای مدت زمانی که نیاز داریم در ذهن حفظ کنیم.

در هر لحظه اطلاعات زیادی وارد حافظه ی کوتاه مدت و اطلاعات زیادی از آن خارج می شوند، در این صورت فراموش شدن اطلاعات از حافظه ی کوتاه مدت مفید است چون بدون این فراموشی، ذهن با انبوهی از اطلاعات غیر ضروری انباشته می شود و ما به تمام اطلاعاتی که وارد حافظه ی کوتاه مدت میشوند نیاز نداریم.

علت فراموشی اطلاعات از حافظه ی کوتاه مدت:

1) پدیده ی جانشینی: گنجایش حافظه ی کوتاه مدت کم است و به سرعت پر میشود.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
حال برای وارد شدن اطلاعات جدید، اطلاعات قبلی حذف می شوند و بدین صورت این امکان
فراهم می شود.

2) **فرآیند ردیاد یا رد حافظه:** در این فرایند اطلاعات به مرور زمان و با عدم تکرار از یاد می
روند

حافظه ی بلند مدت:

گنجایش حافظه ی بلند مدت: حافظه ی بلند مدت حفظ اطلاعات از چند دقیقه پس از یادگیری تا
تمامی طول عمر شخص را شامل میشود و برای گنجایش آن نیز هیچ محدودیتی وجود ندارد
به سخن دیگر،

این حافظه میتواند تمامی اطلاعات دریافتی

را برای همیشه نگهداری کند.

فراموشی چیست؟

همه ما در زندگی روزمره خود مواردی را سراغ داریم که نتوانسته با شیم مطلب، اسم فرد یا
مکان خاص و یا اطلاعات دیگری را یادآوری کنیم. شاید بسیار پیش آمده باشد که مدتها به
دنبال دسته کلید یا و سائل شخصی دیگر خود گشته با شیم و خیلی موارد دیگر. همه اینها
مواردی جزئی از اختلال در عملکرد حافظه را نشان می دهد که تحت تاثیر عوامل مختلف ممکن
است بوجود بیاید.

این عوامل هرچه باشد، آنچه که برای ما پیش آمده این است که نتوانسته ایم به اطلاعاتی که
مطمئن از دانستن آنها هستیم، دست پیدا کنیم. به عبارتی حافظه نتوانسته به اطلاعاتی که قبلا

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری ذخیره کرده ایم، دسترسی پیدا کند. پدیده ای که همه آن را با عنوان فراموشی می شناسیم که در بسیاری موارد هم نتایج ناگواری به بار می آورد، مثل کم شدن نمره امتحانی. تا بحال دقت کرده اید که چقدر آسان متن شعر و آهنگ ها را از 20 سال پیش به یاد می آورید، اما نام یک فرد خاص از هفته پیش تا حالا از ذهنتان به کلی پاک شده است؟ آهنگ ها و ترانه های دوران جوانی و یا کودکی با احساسات به حافظه ما چسبیده اند و جدایی ناپذیرند. خاطرات گذشته به صورت عمقی وارد مغزمان شده اند و مغز هر روز خاطرات جدیدی به آن ها اضافه می کند. مادامی که سن بالاتر می رود مطالب جدیدتر را بیشتر فراموش می کنیم و مطالب قدیمی را همچنان به خوبی به یاد می آوریم.

علل فراموشی

فراموشی به علل مختلفی ممکن است اتفاق بیافتد. اکثر فراموشی های عادی روزمره مربوط به مراحل حافظه می باشند. وجود مشکل در هر یک از مراحل ، یادآوری اطلاعات را با مشکل مواجه خواهد ساخت. نظریات جدید حافظه به این مطلب تاکید دارند و فراموشی را ناشی از احتمال خطا در یک یا چند مرحله از مراحل سه گانه حافظه می دانند. مراحل حافظه رمز گردانی ، اندوزش و بازیابی را شامل می شود و می دانیم که در مرحله رمز گردانی سپردن اطلاعات به حافظه اتفاق می افتد. در مرحله اندوزش نگهداری اطلاعات در حافظه و در مرحله بازیابی فراخوانی اطلاعات از حافظه. خطای حافظه در هر یک از این مراحل مشکل فراموشی را به بار خواهد آورد.

علت فراموشی اطلاعات از حافظه ی بلند مدت:

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
1 نظریه تداخل یک علت برای فراموش کردن اطلاعات از حافظه بلند مدت می باشد. به عبارت
ساده تر اطلاعات جدیدی که یاد می گیریم با اطلاعاتی که در همین زمینه قبلا یاد گرفته بودیم
همخوانی ندارند. به این نوع تداخل بازداری پس گستر می گویند. اگر در این حالت اطلاعات
قدیمی مانع یادآوری اطلاعات جدید شود بازداری پیش گستر می گویند

**یکی از علل فراموشی در واقع حذف اطلاعات به علت استفاده نکردن از آن برای مدت طولانی
می باشد.**

برخی اطلاعات با برجسته سازی وارد حافظه بلند مدت می شوند و دست خوش تغییرات قرار می گیرند.
البته بسیاری از دانشمندان بر این باور هستند که اطلاعات وارد شده به حافظه بلند مدت هیچگاه
فراموش نمی شوند. اما علت هایی وجود دارد که بعضی اوقات قسمت هایی از خاطرات و اطلاعات در
دسترس نیستند و به یادمان نمی آیند. برخی اطلاعات با برجسته سازی وارد حافظه بلند مدت می شوند و
دست خوش تغییرات قرار می گیرند. البته بسیاری از دانشمندان بر این باور هستند که اطلاعات وارد شده
به حافظه بلند مدت هیچگاه فراموش نمی شوند. اما علت هایی وجود دارد که بعضی اوقات قسمت هایی از
خاطرات و اطلاعات در دسترس نیستند و به یادمان نمی آیند. برخی دانشمندان بر این باور هستند که
انسان بعضی اطلاعات را که دوست ندارد سرکوب می کند و به دست فراموشی می سپارد. این تئوری به
نظریه واپس زدن یا سرکوب معروف است.

از دیگر دلایل فراموشی اطلاعات، مشکلات بازیابی اطلاعات می باشد.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری بر طبق این نظریه مطالب همیشه در حافظه انسان قرار دارند و فقط وقتی فراموش می شوند که در بازیابی اطلاعات دچار مشکل می شویم. این حالت از فراموشی دقیقاً مانند پرونده هایی است که در بایگانی وجود دارد اما شماره پرونده را نداریم. در صورتی که شماره پرونده را داشته باشیم خیلی آسان تمام اطلاعات آن را به خاطر می آوریم. آنچه به حافظه ی بلندمدت سپرده می شود هرگز از بین نمی رود و علت اینکه ما مطالب از قبل آموخته شده را نمیتوانیم به یاد بیاوریم این است که در بازیابی آنها ناتوانیم، وگرنه مطالب در حافظه ی ما موجود هستند و اگر نشانه یا سرخ های بازیابی لازم را پیدا کنیم میتوانیم اطلاعات فراموش شده را به یاد آوریم. از سن ۲۰ سالگی به بعد سلول های مغز از بین می رود و همین امر باعث کاهش به یادآوری اطلاعات می شود. با ورزش کردن، حل جدول، انجام بازی های فکری مثل شطرنج، مطالعه کردن و انجام فعالیت های اجتماعی می توانید روند از بین رفتن سلول های مغز را به تاخیر بیندازید از دیگر علل فراموشی، داشتن استرس طولانی مدت و مزمن می باشد. استرس طولانی مدت باعث می شود بخشی از مغز تحلیل برود و در به یادآوردی و تمرکز گرفتن دچار مشکل شوید، که همین مسئله منجر به بیماریهایی چون افسردگی، دلواپسی، مشکلات قلبی و دیابت می شود چند کار را به طور همزمان انجام ندهید. مغز شما باید کاری را که قرار است به خاطر بسپارد، انتخاب کند. بنابراین، با کم کردن گزینه های انتخابی، اجازه ندهید کاری را که شما مایل به انجام آن هستید فیلتر کند. از حواس پرتی اجتناب کنید. حافظه کوتاه مدت چیز شکننده ای است. اگر در مسیر رفتن به آشپزخانه موردی وجود داشته باشد که حواس شما را پرت کند فراموش خواهید کرد چرا به آنجا رفته اید. کاملاً تمرکز کنید. از فکر کردن به کارهای فردا یا نگرانی در مورد اتفاقات دیروز اجتناب کنید.

توانایی شما برای تمرکز بر وضعیت کنونی می تواند تا حد زیادی توانایی یادگیری و به خاطر سپردن اطلاعات جدید را بهبود دهد. بلند بگویید. اگر نکته، نام یا شماره ای هست که می خواهید

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری به خاطر بسپارید، آن را چندین بار با صدای بلند یا برای خودتان تکرار کنید. این حرکت ساده به شما کمک خواهد کرد آن را به خاطر بسپارید. طعمه‌ی حافظه. آیا چیزی هست که برای کار باید یاد بگیرید؟ آیا موضوعی وجود دارد که همسران دوست دارد درباره‌ی آن با شما صحبت کند؟ اگر اینطور است، چند نکته‌ی پایه را درباره آن موضوع حفظ کنید. این کار مثل این است که در ذهن‌تان درباره‌ی آن موضوع «پیریزی» کرده باشید. به این ترتیب امکان اینکه مغزتان خاطرات جدید را درباره‌ی آن موضوع به خود جذب کند، بیشتر خواهد شد. خرد کنید. اطلاعات را به تکه‌های کوچک‌تر و به یادماندنی‌تر تکه‌تکه کنید. ممکن است به خاطر سپردن شماره ۸۰۳۴۲۷۳۲۸۹ کار ساده‌ای نباشد، اما یادآوری ۳۲۹۸-۴۲۷-۸۰۳ آسان‌تر است. به همین دلیل است که شماره‌های ملی، کارت بانکی یا صندوق‌های پستی به تکه‌های کوچک‌تر شکسته شده‌اند. بنویسید. عمل نوشتن نیازمند تمرکز است و باعث می‌شود راحت‌تر به خاطر بسپارید. در این مورد، نوشتن دستی بهتر از تایپ در وسایل الکترونیکی عمل می‌کند. گویا، حداقل از نظر حافظه، «قلم برتر از صفحه‌کلید آمد پدید!» قدم بزنید. قدم زدن در طبیعت به بهبود حافظه کوتاه مدت کمک می‌کند. اگر نمی‌توانید بیرون بروید، حتی نگاه کردن به یک منظره طبیعی هم می‌تواند به شما کمک کند. قهوه بنوشید. کافئین تأثیر مثبتی بر حافظه کوتاه مدت و زمان واکنش آن دارد. اما نباید زیاده‌روی کنید، چون کافئین موجب افزایش سطح استرس نیز می‌شود.

آموزش:

تعریف اول: کسب آگاهی و دانش، کاهش جهالت، پرورش استعداد، پاسخ به سوالات ذهنی

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
تعریف دوم: (آموزش تجربه ای است مبتنی بر یادگیری و به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار
در فرد، تا او را قادر به انجام کار و به بود بخشی توانایی ها، تغییر
مهارت‌ها، دانش، نگرش و رفتار اجتماعی نماید).

تاریخچه آموزش:

- 1- در قدیمی ترین مرحله، جامعه فاقد هرگونه نظام آموزشی رسمی بود.
- 2- در مرحله دوم، نظام آموزشی ساده بصورت مدرسه به وجود آمد.
- 3- در مرحله سوم تفکیک آموزش به سطح مقدماتی و عالی در نظام آموزشی تبیین شد.

یادگیری

یادگیری کارکردی است که با آن، دانش، رفتار ها، توانمندی ها یا انتخاب های نو یا موجود به
ترتیب درک یا تقویت و اصلاح می شوند، که شاید به یک تغییر بالقوه در ترکیب داده ها، عمق
دانش، رویکرد یا رفتار نسبت به نوع و گستره ی تجارب منجر شود. توانایی یادگیری در دسترس
انسان ها، جنبندگان و گیاهان و انواعی از ماشین ها قرار دارد. روند یادگیری در طول زمان،
منحنی یادگیری را دنبال مینماید.

یادگیری به صورت آنی انجام نمی شود، بلکه بر پایه دانسته های گذشته رشد میکند.

بر همین پایه، دید ما یادگیری میتواند در راستای یک روند تعریف شود تا مجموعه ای از دانش
شیوه ی انجام و گزاره هایی بر مبنای واقعیت باشند.

یادگیری در نهایت به تغییراتی می انجامد که معمولاً دائمی هستند

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
بهترین روش های درس خواندن و مطالعه صحیح

بسیاری از دانشجویان و دانش آموزان از همان دوران ابتدایی به دنبال روش های درس خواندن صحیح بوده اند.

از شیوه هایی مانند حفظ کردن گرفته تا حبس کردن خود در یک اتاق ولی ما در اینجا شیوه های موثری برای مطالعه را آورده ایم.

بدیهی است که درس خواندن با بعضی از شیوه هایی که اکنون بین دانش آموزان رایج است، بجز وقت تلف کردن، ثمره دیگری ندارد.

آنها باید بدانند درس خواندن هنری است که ظرافت های خاص خود را دارد، در صورتی که این ظرافت ها به کار گرفته شود، موفقیت حتمی است

عواملی که در یادگیری آسان تاثیر دارند

برای بهبود و افزایش بازده یادگیری باید اصولی را با دقت اجرا کنید؛ زیرا فقط با رعایت این اصول می توانید بهتر بیاموزید و از وقت خود حداکثر استفاده را ببرید.

برخی از این اصول عبارتند از:

تعیین هدف مطالعه:

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری شما باید قبل از مطالعه برای خودتان هدفی را مشخص کنید، به این معنی که این درس را به چه منظوری می خواهید مطالعه کنید، آیا فقط نکته های اصلی درس را می خواهید یا قصد دارید همه مطالب کتاب را بفهمید.

تعیین مدت زمان مطالعه:

باید مشخص کنید چه مقدار زمان می خواهید صرف مطالعه کنید. تعیین زمان و مقدار مطالعه به فراگیر آرامش می دهد و این آرامش موجب افزایش میزان یادگیری و سرعت مطالعه می شود

مطالعه فعالانه داشته باشید:

دانش آموزی که به منظور یادگیری و به صورت هدفدار مطالعه می کند، برای یادگیری بهتر باید مطالعه فعال داشته باشد.

شما می توانید با خلاصه برداری، حل تمرین، علامت گذاری و گزینش نکته های مهم، مطالعه خودتان را فعال کنید.

جدیت و پشتکار داشته باشید:

وقتی تصمیم به مطالعه می گیرید، فوراً شروع کنید و اجازه ندهید افکار مزاحم مانع شما شود. شخصی اگر در خواندن کمر همت ببندد و با فعالیت های ذهنی خویش به درک بیشتری برسد، کار بزرگی انجام داده است.

به خودتان استراحت دهید:

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
برای داشتن یک مطالعه مفید و به منظور داشتن درک بهتر مطالب باید پس از حدود ۴۵ دقیقه
مطالعه به خود استراحت کوتاهی (۱۵ - ۱۰ دقیقه) بدهید.

روش های درس خواندن صحیح

روش درس خواندن بدون نوشتن:

همانطور که اشاره شد روش نادرست مطالعه است .

مطالعه فرآیندی فعال و پویا است و برای نیل به این هدف باید از تمام حواس خود برای درک
صحیح مطالب استفاده کرد .

باید با چشمان خود مطالب را خواند ،

باید در زمان مورد نیاز مطالب را بلند بلند ادا کرد

و نکات مهم را یادداشت کرد تا هم با مطلب مورد مطالعه درگیر شده و حضوری فعال و همه
جانبه در یادگیری داشت و هم در هنگام مورد نیاز ، خصوصاً قبل از امتحان ، بتوان از روی نوشته
ها مرور کرد و خیلی سریع مطالب مهم را مجدداً به خاطر سپرد.

مطالعه و انجام تکالیف گروهی:

هیچ وقت قدرت همکلاسان و هم گروه های خود را دست کم نگیرید.

به ویژه وقتی که بر روی یک مسئله دشوار کار می کنید.

تقسیم مسئولیت یکی از راه های موثر جهت فائق آمدن بر مشکلات و کاهش حجم کاری و

درسی می باشد و به شما اطمینان می دهد که درس را بهتر بفهمید.

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
این فعالیت گروهی ممکن است حتی منجر به پیدا کردن یک دوست جدید شود.

حاشیه نویسی:

این روش نسبت به دو روش قبلی بهتر است ولی باز هم روشی مناسب برای درک عمیق مطالب
و خواندن کتب درسی نیست ولی میتواند شما را در یادگیری مطالبی که از اهمیت چندانی
برخوردار نیستند کمک کند

خلاصه نویسی:

در این روش ، شما مطالب را میخوانید و آنچه را درک کرده اید بصورت خلاصه بر روی دفتری
یادداشت میکنید که این روش برای مطالعه مناسب است و از روشهای قبلی بهتر می باشد چرا
که در این روش ، ابتدا مطالب را درک کرده ، سپس آنها را یادداشت میکنید اما باز هم بهترین
روش برای خواندن نیست.

کلیدبرداری:

کلیدبرداری روشی بسیار مناسب برای خواندن و نوشتن نکات مهم است.
در این روش ، شما پس از درک مطلب ، بصورت کلیدی نکات مهم را یادداشت میکنید و در واقع
، کلمه کلیدی ، کوتاهترین و راحت ترین و بهترین و پرمعنی ترین کلمه ای است که با دیدن آن ،
مفهوم جمله تداعی شده و به خاطر آورده میشود

استفاده از کارت های فلش:

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
بعضی وقت‌ها بهترین شیوه، همان شیوه‌ای است که همیشه از آن استفاده می‌شود. درست است
که کارت‌های فلش قدیمی هستند اما هنوز وسایل خوب و قابل اتکایی هستند.

نوشتن نکته‌ها، تعاریف و توضیحات بیش از یک بار، به نقش بستن اطلاعات در حافظه کمک
می‌کند.

طرح شبکه‌ای مغز یا درختچه حافظه (درخت دانش):

بهترین و کامل‌ترین روش برای حفظ و یادگیری یک مطلب آن است که،

پس از خواندن مطالب و درک آن‌ها؛

خلاصه‌ای روشن تهیه کرده

و نکات مهم و اساسی آن را به صورت کلمات کلیدی

بر روی طرح شبکه‌ای مغز یا درخت دانش بنویسید.

با این روش یافته‌ها و نوشته‌های خود را سازماندهی کرده و از قدرت سازماندهی نیز در به خاطر
سپردن آن‌ها برخوردار شوید

طرح شبکه‌ای برای مطالعه

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
➤ افرادی که به هنگام مطالعه از شیوه‌های یادداشت‌برداری استفاده نمی‌کنند، میزان بهره‌وری
مطالعه آنان تنها حدود 20 درصد است.

➤ اگر فرد در زمان مطالعه زیر عبارت‌های مهم کتاب یا هر نوشته دیگر خط بکشد؛ یعنی به
عمل برجسته سازی که از عوامل موثر در یادآوری است، اقدام ورزد، میزان بهره‌وری او در
مطالعه به 30 درصد افزایش می‌یابد.

➤ اگر در حین مطالعه، یادداشت‌برداری از نوع خلاصه‌نویسی صورت گیرد، بازدهی به 40 درصد
می‌رسد.

➤ یادداشت‌برداری به شیوه استخراج عباراتی که حاوی نکات مهم است بهره‌وری را به 50
در صد افزایش می‌دهد و اگر یادداشت‌برداری بر اساس استخراج نکته‌های کلیدی باشد،
بازدهی بیشتری دارد که میزان آن بسته به چگونگی تنظیم نکته‌های کلیدی است.

➤ تنظیم نکته‌های کلیدی به صورت خطی، می‌تواند بازدهی را به 60 درصد افزایش دهد و

➤ اگر تنظیم نکته‌های کلیدی به صورت شبکه‌ای صورت گیرد، حتی ممکن است افزایش
بهره‌وری تا 100 درصد هم برسد

اصول اجرای طرح شبکه‌ای

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری
1- مشخص کردن عنوان مطلب: باید عنوان را به گونه‌ای برجسته کرد که چشم در نخستین نگاه متوجه آن شود. (داخل کادر یا با رنگی غیر از رنگ زمینه)

2- تمایز شاخه‌های اصلی از شاخه‌های فرعی: برای این کار می‌توان از کادرها و خطوط و رنگ‌ها استفاده کرد. اختصاص جایگاه مشخصی به شاخه‌های اصلی در کنار عنوان مطلب، یادگیری و بازیابی مطالب را آسان می‌کند.

3- محدودیت شاخه‌های اصلی: شاخه‌های اصلی باید تعدادشان کم باشد. اگر شاخه‌های اصلی بیشتر از حد متعارف باشد باید با یافتن وجوه مشترک میان شاخه‌ها، آنها را در یک گروه طبقه‌بندی کنیم: مثلاً اگر شش شاخه بود به دو شاخه و هر شاخه را به سه شاخه کوچک‌تر تقسیم کنیم.

4- به کارگیری اشکال، قراردادهای و علائم اختصاری در طرح‌ها برای مثال:

م به جای حرف مهم - س به جای سؤال - ب به جای بزرگ - ج به جای جواب - / به جای زیاد شدن - \ به جای کم شدن - < به جای کوچکتر - > به جای بزرگتر - ~ به جای رابطه داشتن -

* نکات مهم

ناهید خوشنویس { به نام یگانه ی هستی بخش } ارتباطات انسانی در گردشگری



ناهید خوشنویس { پاییز 1400 }

{ موفق باشید }