گردشگری؛ ارتباطات موثر و تسکین آلام بشری

سفر، دیدن طبیعت، تماشای آثار هنری، حس هم‌ذات‌پنداری با حقیقت هستی را تقویت می کند و موجب تسکین دردهای انسان که عموما ناشی از تنهایی، ماشینی‌سازی، مصرف‌گرایی مطلق، دوری از اصالت و نبود ارتباط موثر است و گردشگری تجویزی برای درمان همه این دردهای بشر است.

خاطره مکینیان

گروه گردشگری –زهره سلطان‌محمدی؛ مدرس دانشگاه و مشاور ارتباط موثر – گردشگری نقش مهمی در ایجاد تغییرات فرهنگی دارد، اگر چه شاید گاهی ناهنجاری اجتماعی در فرهنگ‌ها را هم منجر شود، اما همیشه باعث رواج و تقویت عناصر فرهنگی مثبت در جوامع بوده و خواهد بود، اما آنچه در سفر بیش از هر چیز دیگری مهم است، موج ارتباطی فردی و اجتماعی است که گردشگر یا تورهای گردشگری از لحظه تصمیم به سفر حتی تا سال‌ها بعد از سفر ایجاد کرده و این صنعت را بر پایه ارتباطات مواصلاتی، ارتباطات مخابراتی، ارتباطات اجتماعی و زیر مجموعه آن ارتباطات انسانی استوار و پابرجا نگه داشته است.

تالکوت پارسونز جامعه‌شناس آلمانی (۱۹۷۹-۱۹۰۲) یک نظام اجتماعی را مجموعه‌ای از کنشگران فردی می‌داند و در موقعیتی که دست‌کم جنبه‌ای فیزیکی یا محیطی دارد با یکدیگر کنش متقابل دارند این افراد یا کنشگران به حسب گرایش به «رضایت‌مندی حد مطلوب» برانگیخته می‌شوند و رابطه‌شان با موقعیت‌هایشان با همدیگر به واسطه فرهنگ و نمادهای مشترک مشخص می‌شود.

سفر و زنجیره ارتباطات

معمولا از ابتدا تا انتهای سفر بین گردشگر و سایر افرادی که طول سفر با او همراه هستند یا خدمات مورد نیازش را ارائه می کنند نوعی تعامل برقرار می‌شود، که به قدرت و هنر هر کدام از طرفین اتصال در برقراری ارتباطات انسانی بستگی دارد؛ از همان مرحله آغازین سفر حتی قبل از آن یعنی زمانی که فکر سفر و گردش به ذهن گردشگر خطور می کند، حلقه اول ارتباط شکل می گیرد، ارتباط با خود، فرد بر اساس احساس نیاز درونی به هر دلیلی با خود فکر می کند به کجا سفر کند و چگونه برود، این ارتباطات پایه برقراری ارتباطات دیگر است و قطعا سطح وسیعی از ارتباطات را ایجاد می کند که نتیجه آن ارتباطات میان‌فردی موثر است.

حالا او که دیگر یک گردشگر بالقوه است و باید به این فکر کند، با چه کسی یا کسانی می تواند به این سفر برود، از چه کسی باید خدمات مورد نیازش برای آغاز سفر تا مقصد را دریافت کند، چه کسانی را در مقصد سفرش خواهد دید؛ بذری از ارتباطات موثر که با قاعده همدلی و کنار هم بودن حلقه‌های بعدی در ارتباطات جمعی را پویا می کند؛ این نوع فهم و انتقال معانی بر پایه ارتباطات موثر این توفیق را بیشتر تضمین می کند که روح سفر و گردش در وجود مسافر شکل بگیرد و سطح تفکر او برای برقراری و گسترش زنجیره ارتباطات در مسیر یا مقصد سفر را پر رمق‌تر سازد.

نباید از نوع و هدف گردشگری غافل بود، این سطح ارتباطی در گردشگری طبیعت با گردشگری هنری قطعا متفاوت است یا در گردشگری ماجراجویانه با گردشگری درمانی هم بسیار فرق دارد، زیرا سطح علاقه، انگیزه، تعامل، همدلی، همفکری، مشارکت و مسئولیت‌پذیری در هر کدام از این نوع سفرها کاملا مجزا از یکدیگرند.

حالا دیگر گردشگر در سفر بنا به هنرمندی خود در برقراری ارتباط موثر، حلقه‌های ارتباطی خود را با همسفران، با خدمت‌دهندگان و با جامعه محلی توسعه میدهد، این هنرمندی علاوه بر اینکه سفر را به عنوان یک کنش انفرادی به سطحی از کنش جمعی ارتقا داده و دلچسب‌تر کرده، بلکه سطحی از رضایت‌مندی از خود، اطرافیان و جامعه مقصد و حتی جامعه محل زندگی خود را نیز فراهم کرده است.

گردشگری و هنر ارتباطات و ارتباطات هنری

البته نباید از نوع و هدف گردشگری غافل بود، این سطح ارتباطی در گردشگری طبیعت با گردشگری هنری قطعا متفاوت است یا در گردشگری ماجراجویانه با گردشگری درمانی هم بسیار فرق دارد، زیرا سطح علاقه، انگیزه، تعامل، همدلی، همفکری، مشارکت و مسئولیت‌پذیری در هر کدام از این نوع سفرها کاملا مجزا از یکدیگرند.

به طور مثال در نظر بگیرید که سفر به مقصدی انجام می‌شود که امرار معاش اهالی آن منطقه صنایع‌دستی و محصولاتی از هنرهای سنتی است، این کارکرد و کاربرد در سفر به منطقه‌ای با این ویژگی، نیاز به ارتباطات موثرتری با لایه‌های هنر، جامعه و فرهنگ محلی، تاریخ، پیشینه اجتماعی و اقتصادی مقصد را هم به همراه می‌آورد. همانند طبیعت، هنر می‌تواند اضطراب و نگرانی انسان را کاهش دهد، انسان را از انزوای اجتماعی دور کند، امید و نشاط را دل روح و جان انسان بیدار کند، همسفران در یک تور هنری از یک روستای صنایع‌دستی قطعا نشاطی مضاعف نسبت به منطقه‌ای که مردمانش چندان هنرمند نیستند، خواهند داشت.

مثلا ایران با تاریخ و تمدنی که به ۱۰ هزار سال و فرهنگ و هنر با آثار مکشوفه‌ای به همین قدمت و اصالت، هر گردشگر هنردوستی را که به سفر به این نوع مناطق شناخته شده ترغیب می کند، این رابطه معنادار میان هنر، فرهنگ، صنایع‌دستی و سفر، علت جذب و ارتباط همه شرق‌دوستان از اروپا و علاقه‌مندان به تمدن زنده در غرب آسیا به ویژه ایران است، و تا هم اکنون هم هر گردشگری ارتباط موثر خود را با پیشینه و اصالت این نوع مناطق و مقاصد، حتی پیش از تصور سفر به آن آغاز کرده است.

جاذبه ارتباطی فرهنگ و هنر برای سفر

حال آنکه هدف غایی هنر و سفر دقیقا همین تاثیرگذاری است و با گذر قرن‌ها هم این تاثیر در بطن تاریخ همچنان تداوم دارد و جذب می کند، اگر هنر و اثر هنری تاثیر و ماندگاری رابطه را در خود نداشت، انسان را از هزاران کیلومتر آن‌طرف‌تر برای عرضه و ارائه به سوی خود جلب نمی کرد، هر هنرمندی در کنار همه دلایل خود برای خلق یک اثر، ایجاد ارتباط با جهان پیرامون خود را هم در آن اثر پرداخت کرده است، و هر چه هنرمند و اثر فاخرتر جذب قوی‌تر و ارتباط موثرتر خواهد بود.

نتیجه این ارتباط موثر در بازگشت از یک سفر طبیعت‌گردی –که هنرمند و صانع آثارش خداوند است– یا بازگشت از یک گردش هنری که – مردان و زنانی هنرمند و خلاق بانی‌اش هستند–، پالایش و آرامش روح و روان انسان خواهد بود، انرژی‌های مثبت انسان را افزایش و انرژی‌های منفی را کاهش می‌دهد، این ذات هنر در برقراری ارتباط با مخاطب است که انسان را حتی اگر تماشاگر باشد از سطحی به سطحی دیگر رشد می‌دهد.

اینکه ما با نگاه کردن به دنیای اطرافمان به درکی از حقیقت هستی می‌رسیم، نتیجه برقراری یک ارتباط عمیق و موثر با خود، با پیرامون خود، با طبیعت و اجزای آن است، زمانی که ما به درک مفهوم تاثیر و نقش هنر در زندگی نمی‌رسیم، بیماری‌های روحی بروز می کنند، سفر، گردشگری، دیدن طبیعت، تماشای آثار هنری، حتی شنیدن یک موسیقی متعالی حس هم‌ذات‌پنداری با حقیقت هستی را تقویت می کند و موجب تسکین دردهای انسان که عموما ناشی از تنهایی، ماشینی‌سازی، مصرف‌گرایی مطلق، دوری از اصالت و نبود ارتباط موثر است، و سفر و گردشگری تجویزی برای همه این دردها است.

گردشگران چینی کجا هستند؟

گروه گردشگری – تعطیلات طلایی در چین معمولاً دوره اوج سفر و گردشگری و درآمد حاصل از آن است اما حتی با برداشته شدن محدودیت‌های سفر پس از همه‌گیری، تعداد مسافران چینی که به خارج از کشور می‌روند با آنچه قبلا بود فاصله زیادی دارد پس گردشگران چینی کجا هستند؟

تعداد مسافران در اولین تعطیلات هفته طلایی از زمانی که چین محدودیت‌های کووید-۱۹ را کاهش داده، به‌طور تصاعدی افزایش یافته است. راه آهن چین پیش‌بینی کرد که انتظار می‌رود در تعطیلات هفته طلایی به ۱۹۰ میلیون نفر در سراسر کشور خدمات‌رسانی کند، در حالی که اداره هواپیمایی کشوری چین پیش‌بینی کرده است که حدود ۲۱ میلیون گردشگر در تعطیلات به خارج از کشور سفر کنند.

بر اساس آمار تهیه شده توسط وزارت فرهنگ و گردشگری چین در سه روز اول هفته طلایی، پذیرای ۳۹۵ میلیون مسافر داخلی بود که ۷۵.۸ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته و به ۳۴۲.۲۴ میلیارد نفر رسیده است. داده‌های وزارت بازرگانی چین نشان می‌دهد که در همین دوره، تعداد مشتریان در مناطق تجاری بزرگ در ۳۶ شهر بزرگ و متوسط چین نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳۲.۱ درصد افزایش یافته است. داده‌های هیأت‌های گردشگری در سراسر چین نشان داد که نقاط گردشگری محبوب در هفته طلایی شامل مناطقی مانند پکن، شانگهای، چنگدو و هانگژو است که در حال حاضر میزبان بازی‌های آسیایی است با این حال، آژانس‌های مسافرتی در سنگاپور خاطرنشان کردند که بیشتر گردشگران چینی که در دوره هفته طلایی به سنگاپور می‌آیند، مسافران انفرادی هستند و تورهای گروهی در مقایسه با روزهای قبل از همه‌گیری ۸۰ درصد کاهش یافته است. این مورد تا حدودی به دلیل افزایش ارزش دلار سنگاپور است که به معنای هزینه‌های بالاتر سفر محسوب می‌شود همچنین تا حدودی به دلیل اخبار منفی در مورد جنوب شرق آسیا در سال جاری است.

هنگ کنگ، در کنار سرزمین اصلی چین، نیز از سفر هفته طلایی بهره چندانی نبرده است. داده‌های اداره مهاجرت نشان می‌دهد که در دو روز اول تعطیلات، تنها ۲۸۰ هزار بازدیدکننده از سرزمین اصلی چین وارد هنگ‌کنگ شده‌اند. خبرگزاری هنگ‌کنگ چین گزارش کرد که این به عواملی ازجمله کاهش ارزش رنمینبی مربوط می‌شود، به این معنی که هزینه آن در سرزمین اصلی چین نسبت به هنگ‌کنگ ارزان‌تر خواهد بود.

چین، بزرگترین بازار گردشگری جهان قبل از همه‌گیری بود و مجموع هزینه‌های گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ به ۲۵۵ میلیارد دلار رسید، به همین دلیل است که بخش‌های گردشگری کشورهای مختلف بر جایی متمرکز شده‌اند که گردشگران چینی می‌روند اما بر اساس عملکرد اولین تعطیلات هفته طلایی پس از همه‌گیری، همه گیری ۳ساله نه تنها انتخاب سفر گردشگران چینی بلکه عادات مصرف آنها را نیز تغییر داده است. تایلند، جایی که قیمت‌ها نسبتاً ارزان‌تر است، در اواخر سپتامبر اعلام کرد که به گردشگران چینی به مدت ۵ ماه بدون ویزا اجازه ورود می‌دهد، اما در پی تیراندازی هفته گذشته و کشته شدن یک گردشگر چینی بسیاری از چینی‌ها سفرهای خود را به تایلند لغو یا کوتاه کرده‌اند.

در حالی که گردشگران چینی به‌طور فزاینده‌ای در داخل مرزها می‌مانند و کمتر هزینه می‌کنند، در بحبوحه خطرات فزاینده این کشور در بخش املاک، کند شدن رشد سرمایه‌گذاری، تقاضای صادراتی ضعیف و افزایش بدهی‌های دولت محلی، بازگشت قوی‌تر از حد انتظار در بخش گردشگری همچنان یکی از موارد مهم است. آمارهای سازمان ملی گردشگری ژاپن نشان می‌دهد که در ۳ماهه اول سال، گردشگران چینی بیشترین هزینه را برای تنقلات و سایر اقلام غذایی صرف کردند، در حالی که در مقایسه با مدت مشابه سال ۲۰۱۹، ۴۷.۲ درصد کمتر برای لوازم آرایشی و عطر هزینه کرده‌اند. شورای جهانی سفر و گردشگری تخمین می‌زند که انتظار نمی‌رود سفرهای برون مرزی چین تا پایان سال آینده به سطح قبل از همه‌گیری بازگردد زیرا درخواست‌های سنگین روادید و پروازهای برون مرزی گران قیمت است. با وجود این، چشم‌انداز بلندمدت این بازار بزرگ امیدوارکننده است با این حال، اگر خطرات ژئوپلیتیکی بیشتر تشدید شود و روابط چین با کشورهای همسایه پرتنش باقی بماند، سفرهای خارجی برای گردشگران چینی دشوارتر خواهد بود؛ توانایی دولت و کارشناسان صنعت برای حفظ شتاب بهبود تقاضای داخلی و شناسایی فرصت‌ها در این مسیر مورد آزمایش قرار گرفته است. چین قبل از همه‌گیری، منبع اصلی گردشگران استرالیا بود اما تعداد گردشگران پس از بازگشایی مرزها توسط پکن کاهش یافته است. اگرچه سال ۲۰۲۳ آنطور که بسیاری از صنعت سفر انتظار داشتند تحقق نیافته است، اما تعداد مسافران تفریحی چینی که می گویند می‌خواهند به خارج از کشور سفر کنند از سال گذشته تقریباً دو برابر شده است. داده‌ها نشان می‌دهد که علاقه به سفرهای کاری تقریباً سه برابر شده است، در حالی که برنامه‌های سفر به خارج از کشور برای تحصیل، دیدن خانواده و گردشگری پزشکی نیز در حال افزایش است.

نوبت دوم
خانه Khaneh www.khaneh.com
آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت خانه (سهامی خاص) در نظر دارد؛ عملیات تهیه، تأمین، حمل مصالح و اجرای عملیات محوطه‌سازی، فضای سبز و احداث ساختمان ورزشی پروژه مسکونی روماکیش به نشانی: جزیره کیش- روبروی هتل سیمرغ – پروژه مجتمع مسکونی روماکیش به صورت ۱۰۰٪ تهاتر با املاک متعلق به شرکت خانه به اشخاص حقوقی دارای توان فنی، مالی و تشکیلاتی و سوابق اجرایی مرتبط و دارای روزمه کاری و مجوز فعالیت اقتصادی در جزیره کیش واگذار نماید؛ لذا از واجدین شرایط دعوت به عمل می‌آید با پرداخت مبلغ ۲۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال (غیر قابل استرداد) از تاریخ ۱۴۰۲/۰۷/۲۳ لغایت ساعت ۱۵ مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۳ ضمن در دست داشتن معرفی نامه به نشانی: تهران – خیابان ولیعصر – خیابان دمشق – پلاک ۸ – شرکت خانه – دفتر امور قراردادها مراجعه و اسناد را دریافت نمایند و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۸۸۹۰۹۱۰۱ داخلی ۲۰۱ تماس حاصل نمایید. ضمناً تضمین شرکت در مناقصه عمومی مبلغ ۳۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال بوده و آخرین مهلت تکمیل و تحویل اسناد به شرکت خانه تا ساعت ۱۵:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ می‌باشد؛ به پیشنهادهای مشروط و مبهم و پیشنهادهایی که با شرایط مندرج در آگهی اختلاف داشته باشد و یا بعد از مهلت مقرر واصل گردد، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. بدیهی است، این شرکت، در ردّ یا قبول هر یک یا تمام پیشنهادها، بدون آنکه نیاز به ذکر دلیل یا ارائه مستندات باشد، مخیر است. هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.
شرایط تکمیلی شرکت در مناقصه در اسناد موجود است و پیشنهاد دهندگان می بایست یک نسخه از شرایط مناقصه را دریافت و پس از امضاء و ممهور نمودن آن، به پیشنهاد خود ضمیمه نمایند.

معرفی دفاتر املاک جزیره زیبای کیش
تماس جهت درج آگهی: ۰۷۶۴۴۴۲۴۹۹۹

املاک کارا
به مدیریت: امیرحسین صادقی
۰۹۳۴۷۶۹۸۰۸۵
آدرس: بلوار فردوسی، ویلاهای مروارید، پلاک ۷۱۱، واحد همکف

املاک دکاموند
DEKAMOND
به مدیریت: سید احمد سیدی
۰۹۱۲۱۱۰۳۰۰۷
آدرس: خیابان کاشانی، جنب بازار بهکیش، ساختمان ایران سازه، طبقه ۷

املاک آتیه
به مدیریت: خانم اباذری نژاد
۰۹۳۴۷۶۹۱۱۰۰
آدرس: برج مونا، طبقه اول واحد ۳

املاک ایده آل
به مدیریت: عیسی پور
۰۹۹۱۸۰۱۸۹۰۴
۴۴۴۸۸۰۶۱-۵
آدرس: نوبنیاد۳، مرکز خرید آرین، طبقه همکف، جنب نانوایی بربری، غرفه ۱۱

اقتصاد کیش روزنامه
محل معرفی دفتر املاک شما
۰۷۶-۴۴۴۲۴۹۹۹

تیام رایان کیش
اینترنت پرسرعت ...
Tiyamnet
Tiyam.ir
نصب و راه‌اندازی دوربینهای مداربسته
پشتیبانی دوربینهای مداربسته
رفع اشکال
نصب و راه اندازی شبکه
پشتیبانی شبکه
مشاوره رایگان
۰۷۶۴۴۸۰۵ – ۷۶ و ۰۷۱۹۱۰۹۲۶۷۵