

◆ طبيعة الاتجاهات لدى السائح:-

- **حديث الكفين:** حين يمد مقدم الخدمة يده لمصافحة مستهلك يقوم بذلك اما بحيوية وحرارة واندفاع للتعبير عن الترحيب والحفاوة والسعادة بقاء ذلك المستهلك، او ببطء وليونة وتكاسل كتعبير عن اللامبالاة والفتور وعدم الاهتمام احياناً، وفي اندفاع عاطفي تكون المصافحة باليدين معاً وهزهما تعبيراً عن تحية ودودة.
- **حديث الذراعين:** عندما يجلس مقدم الخدمة مكتوف الذراعين عند اعلى الصدر في اتجاه معاكس ويقبض احدى اليدين على الكوع الآخر يعكس هذا مظهراً عدوانياً أو حركة عصيان.
- **لغة الاستماع:** حين يتحدث مقدم الخدمة لمستهلكها فان جسد الاخير يعلن اليه اما انه ينصت اليه ويستمتع لما يقول، او ان كلامه يثير الملل ويبعث الضجر، فاذا جلس المستهلك منتصب الجسد مركزاً عينيه على مقدم الخدمة فانه يستمتع باهتمام، اما اذا جلس مسترخياً ونظرات عينيه مشتتة بعيدة عنه ، فانه يعلن ان حديثه لا يثير الاهتمام ويصيبه بالضجر والملل.
- **حديث الاصابع والاطافر:** عندما يستخدم مقدم الخدمة السبابة في تأكيد كلامه فانه يفرض رأيه ويتخذ موقف الموجه والمعلم بشكل سيادي، وعندما يكون مستمعاً ويحدّق في اصابعه واطافر اصابعه فانه يركز بعيداً عما يقوله مستهلك الخدمة. اما النقر بأظافره على المائدة فانه يطلب من المستهلك ان ينهي حديثه، علما ان النقر بالاطافر عادة غير محببة.
- **لغة الرأس والوجنة والكوعين:** حين يضع مقدم الخدمة الكوعين على المائدة ويضغط بسبابته داخل وجنته فانه يخبر مستهلك الخدمة انه يستمتع اليه بتركيز. اما حين يجلس مقدم الخدمة مسترخياً ويتكى بكوعيه على مسند الذراعين ويضغط بالسبابة على وجنتيه فانه يعبر عن ضجره.

• **حديث النظارة والشعر:** عندما يحرك مقدم الخدمة نظارته على انفه ويحديق في مستهلك الخدمة فذلك يجعله يشعر بعدم الارتياح كأنه محل فحص وتهديد، والعبث بالشعر واللهاو بجديلة منه في اثناء الاستماع يثير ضيق مستهلك الخدمة ونفوره.

تأثير الاتجاهات في سلوك السائح والعوامل المؤثرة عليها

ومقاييسها.

◆ تأثير الاتجاهات في سلوك السائح:- نظراً للثبات النسبي للاتجاهات فإن تعديلها

أو تغييرها ليس بالأمر الهين، وربما يرجع ذلك إلى أن الاتجاهات ترتبط بشخصية الفرد وحاجاته ومفهومه عن ذاته ومعرفته بموضوع الاتجاه. ومن ثم فهي تنمو بمرور الزمن لتصبح إحدى مكونات شخصية الفرد الأساسية. كما أن المعاني أو الارتباطات الموجبة أو السالبة لدى الفرد إزاء شيء معين قد تكون ذات جذور عميقة في فكره ووجدانه، ومن ثم يصعب تغييرها. **أما التأثيرات فهي**

كالآتي:-

1- خصائص وصفات من يقوم بالتواصل. فبوجه عام عندما يكون القائم بعملية الإقناع محبوباً ومقبولاً من المستمعين إليه، يزداد نجاحه في إحداث التغيير المطلوب في الاتجاهات، وذلك بالمقارنة بالفرد غير المحبوب. كما يلعب أسلوب القائم بالإقناع دوراً من حيث سرعة الحديث أثناء محاولته الإقناعية، فالأفراد الذين يتحدثون بسرعة أثناء هذه المحاولات، غالباً ما يدركون أنهم على قدر حسن من الإطلاع والصدق والإقناع بالمقارنة بغيرهم ممن يتحدثون ببطء في هذه الحالة. كما أن مصداقية القائم بالإقناع أي كونه جديراً بالثقة خاصة أخرى من الخصائص المهمة لمن يضطلع بهذه المهمة. وتسهم سرعة التحدث مع غيرها من الصفات والخصائص مثل خبرة القائم بالإقناع ودوافعه ونواياه - ما إذا كان سيحقق مكسباً شخصياً له أم لا إذا نجح في تغيير اتجاهاتنا- في حكمنا على مدى مصداقية الفرد المقنع.

2- خصائص عملية التواصل نفسها وبصفة خاصة محتواها وما يستثيره من جوانب انفعالية على وجه التحديد. فقد وجد أن محتوى رسالة الإقناع القائم على استثارة خوف الأفراد المتلقين لها تؤثر ثمارها في تغيير الاتجاهات، ولكن عندما تكون مشاعر الخوف المتولدة قوية وشعور الأفراد المتلقين للرسالة الإقناعية بأن المخاطر الواردة بها ممكنة الحدوث، مع اعتقادهم بأن التوصيات الواردة بها يمكن أن تجنبهم مثل تلك المخاطر فعلاً. وهنا يتضح مدى ارتباط هذا الجانب الانفعالي بالتحديد بتغيير اتجاهات الأفراد نحو بعض العادات والأساليب السلوكية والاستخدامات التي تؤدي إلى تلوث بعض الموارد الطبيعية عندما تعرض عليهم المخاطر الناجمة عنها.

3- صفات متلقي الإقناع؛ وهذه الخصائص تحدد تباين الأفراد في إمكانية إقناعهم ببسر سواء كانت سمات شخصية أو عمليات معرفية، فقد وجد أن الأفراد ذوي الحاجة المرتفعة إلى القبول الاجتماعي _أي الرغبة في أن يكونوا موضع حب الآخرين_ غالباً ما يتأثرون ببسر بالمحاولات الإقناعية بالمقارنة بذوي المستوى المنخفض من هذه الحاجة. كما أن قابلية الفرد للاقتناع غالباً ما تتأثر بشكل قوي بواسطة قدرة الأفراد على تذكر المعلومات ذات الصلة بالرسالة الإقناعية، وكلما ازدادت قدرتهم على استدعاء المعلومات والوقائع ذات الصلة بالاتجاه المطلوب ارتفعت قدرتهم على تكوين حجج مضادة لآراء من يقوم بالإقناع وبالتالي يقل درجة تغير الاتجاه لديهم.

4- تأثير التعرض المتكرر لمحاولات الإقناع أو ما يعرف بأثر مجرد التعرض. حيث ترى دراسات كثيرة أن التعرض المتكرر في إطار حدود معينة لنفس المثير، يؤدي إلى تغيير اتجاهاتنا نحوه في الاتجاه المرغوب.