

في الإمارات يعانون صعوبة الابتعاد عن الحياة اليومية أثناء الإجازة 60%





دبي: «الخليج»

أظهرت بعض الأبحاث التي أجريت مؤخراً أن حوالي ثلاثة من كل خمسة من المسافرين في الإمارات (60%) يجدون صعوبة في الابتعاد عن حياتهم اليومية أثناء الإجازة، الأمر الذي عزز الرغبة لدى هيلتون بمساعدتهم في التخلص من هذا الشعور والاستمتاع بإجازتهم.

وأكد حوالي ثلث الأشخاص ممن شملهم الاستطلاع بشعورهم بعدم القدرة على الفصل بين حياتهم العملية والحياة الروتينية، وأنهم لا يشعرون بأنهم في إجازة حقيقية إلا عندما يكونون في الطريق إلى وجهتهم. وتعاون هيلتون التي تدير أكثر من 7000 فندق حول العالم، مع الدكتورة جوليا بويرو، خبيرة علم النفس والاستجابة للاستجابة الحسية الذاتية، والذي صمم ليعاود Sounds of the Stay الحسية الذاتية، حيث أطلقت مقطع الصوت مرتادي العطلات على الراحة والاسترخاء، انطلاقاً من أن حوالي 31% من المسافرين في الإمارات أكدوا أن شعورهم بالإرهاق من العمل هو الدافع الرئيسي لحاجتهم للإجازة، فيما أوضح 46% منهم أن الاستماع إلى الموسيقى يمنحهم الشعور بالإجازة والراحة والاسترخاء.

أبحاث حول الأصوات

وقد أجرت هيلتون أبحاثاً حول الأصوات التي تنقل المسافر بشكل فوري إلى الشعور بالإجازة، وتضمنت إجابات المشاركين عن الأصوات التي تمنحهم شعور الاسترخاء والإجازة كلاً من هدير الأمواج الهادئ (44%) والموسيقى الهادئة في بهو الفندق (44%) وصوت البيانو في المطعم (36%).

وأوحت تلك الأصوات بابتكار المقطع الفريد الذي يتضمن كذلك عدداً من الأصوات المختلفة التي تلعب دوراً في نقل الأشخاص حسياً إلى مكانهم المفضلة، ومنها صوت الرمال تحت وقع الخطوات (30%) وصوت الماء عند القفز في بركة السباحة (30%) وضحكات الأطفال (33%) وصوت محرك الطائرة الهادئ (33%).

أبرز الأصوات التي قال المسافرون في الإمارات أنها تنقلهم إلى أجواء الإجازة:

الترحاب الودود في الفندق (46%)

هدير الأمواج الهادئ (44%)

الموسيقى اللطيفة في البهو أو مصعد الفندق (44%)
موسيقى البيانو في المطعم (36%)
صوت طهي الطعام في البوفيه (36%)
ضحكات الأطفال في بركة السباحة (36%)
صوت محرك الطائرة أثناء الاستعداد للإقلاع (33%)
صوت عجلات حقيبة السفر على الأرضية (33%)
عزف أو غناء الفنانين في الشارع (31%)
صوت الخطوات على الرمال (30%)
صوت الماء عند القفز في بركة السباحة (30%)

وفي تعليقها على الأمر قالت الدكتورة جوليا بويرو خبيرة علم النفس وخبيرة الاستجابة الحسية الذاتية والتي قدمت المشورة المتعلقة بإعداد المقطع: «يولي الباحثون أهمية بدراسة تأثير الأصوات اليومية على مستويات الاسترخاء والرفاهية لدى الأشخاص، وخاصة خلال السنوات القليلة الماضية، ولهذا فمن المنطقي ان تكون الأصوات المرتبطة في أذهاننا بالإجازة والعطلات قادرة على منح الناس شعوراً أقرب إلى الراحة والاسترخاء حتى قبل الانطلاق إلى وجهتهم.»

وأضافت: «من خلال التعاون مع هيلتون، فإن هذا العمل ساعدنا على إعداد المقطع المستوحى من الاستجابة الحسية الذاتية، وتسلط الضوء على الأساليب التي نستخدمها لمساعدة الناس في الاستعداد الذهني إلى وجهتهم في الإجازة، ما يساعدهم للانتقال التدريجي إلى أجواء الإجازة.»
الشعور بالسعادة

وقالت باتريشيا بايج تشامبيون، النائب الأول للرئيس والمدير التجاري العالمي لدى هيلتون: «من خلال خبرتي المهنية في مجال الفنادق، أستطيع أن أرى شعور الناس بالسعادة عند وصولهم حيث ينعكس ذلك على وجوههم، ولا شك أن الإقامة الرائعة تمنح الناس فرصة للراحة والتأمل والتواصل، حيث نسعى من خلال هذا المقطع الصوتي إلى تمكينهم للوصول إلى هذا الشعور قبل بدء إجازتهم.»

أنتج ليتمتع بالطول المثالي والترددات وشدة الصوت التي أثبتت قدرتها علمياً Sounds of the Stay يذكر أن مقطع على مساعدة الناس للشعور بالاسترخاء، فهو يستمر ثلاث دقائق ويتضمن عدداً من الأصوات الناعمة والبطيئة والمتكررة مثل وقع الخطوات على رمال الشاطئ وصوت عجلات حقيبة السفر تمر على أرضية الفندق الرخامية – وجميعها تنقل المستمع إلى حالة من الهدوء والاسترخاء.

وتساعد الأصوات المدروسة بعناية، ومنها الترحيب الودود عند الوصول إلى الفندق أو صوت طيات أغطية السرير عند الخلود إلى النوم، في خلق شعور بالاتجاه لدى المستمع لتعطيه انطباعاً بأنه سينتقل إلى الموقع الذي يتخيله بمجرد إغلاق عينيه