

الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري

الأستاذة: بودودة سعيدة

المدرسة الوطنية العليا للسياحة- الجزائر

يعيش الفرد الحضري حالات الضغط و القلق بسبب تعقد الحياة داخل المدينة سواء الحياة المهنية أو الأسرية أو الإجتماعية أو الاقتصادية. وبسبب ضعف قيم الإنتماء الإجتماعي، لذلك يشعر الأفراد بالحاجة إلى القطيعة مع روتين الحياة اليومية ويتجهون للبحث عن القنوات والوسائل التي تجعلهم يشعرون بالإنتماء ويحققون حالة الإشباع الإجتماعي والهوية الإجتماعية ويستعيدون البعض من التوازن والشعور بالرضا من خلال النشاطات الترويحية المتنوعة.

وحالات القلق و الضغط التي يعيشها هؤلاء الأفراد ناجمة عن التعب، الملل، الرتابة والروتين، والشعور بالعزلة والوحدة والتشتت الفكري والعاطفي، وضعف الروابط والعلاقات الإجتماعية المؤدية لضعف قيم الإنتماء الإجتماعي والرضا عن النفس كخصائص تطبع الحياة الحضرية خاصة في المدن الكبرى، لذلك هناك ضرورة ملحة لتوفير كل الوسائل والتجهيزات والظروف الضرورية لممارسة النشاطات الترويحية المختلفة كالنشاطات الإجتماعية والرياضية والثقافية ونشاطات اللهو والتسلية لأنها تدعم الشعور بالإنتماء الإجتماعي، ويتم دعم هذا الشعور أكثر وتقويته من خلال حضور الحفلات والاحتفالات بمختلف أشكالها والمباريات الرياضية والألعاب الجماعية والمهرجانات والمعارض وغيرها من النشاطات التي تكتسي الطابع الجماعي والإجتماعي أو الفردي، أو تكتسي طابع ثقافي أو أيّ طابع آخر يسمح للأفراد بالإتصال والتواصل، إلا أن هذه النشاطات لا يمكن توفرها في محيط حضري لا يهتم في تخطيطه بتوفير المرافق والوسائل والتجهيزات الترويحية.

1- التحضر وأثاره على الترويح :

عملية الإنتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحضري يتمخض عنه آثار على مختلف نواحي حياة المجتمع، فالمؤسسات تتركز في بالمدن وتعتمد على التنظيم العقلاني و على الفصل بين أماكن العمل ومقر السكن، بين ساعات العمل ووقت اللاعمل، الحياة المهنية والحياة اللامهنية، بين مؤسسة العمل ومؤسسات المجتمع الأخرى، بين الفراغ و وقت العمل و الوقت الحرووقت الترويح.

الأستاذة: بودودة سعيدة

وذكر "De Grazia" أن التحضر حمل معه نزاع ملكية المجال والتنظيم العلمي للعمل وأيضاً تنظيم الوقت، وقد صاحبت هذه التحولات البنائية حركية جغرافية قوية جداً توجّهت في البداية نحو قرى كبرى ونحو مدن وبعدها نحو المراكز الصناعية.⁽¹⁾

ومن آثار التحضر على المدن وخاصة المدن الصناعية التطور وتوسع نسيجها الحضري ونموها الإقتصادي بسبب الحركة الصناعية التي أنعشت إقتصادها، وحتى المدن التي لم تعرف حركة التطور والنمو الصناعي اعتبرت منطقة جذب لتوفرها على الخدمات والمؤسسات الإدارية الهامة المشرفة على قطاعات النشاط العام في المجتمع.

إن المجتمع الحضري عموماً والصناعي خاصة المعتمد على العلم والتقنية توسّعت تشكيلة الإحتياجات لدى أفرادها ومن بين الإحتياجات التي تعدّ من الضروريات في المجتمع الغربي التسلية حسب "Henry Lefebvre".⁽²⁾

إذاً أثر التحضر على مجال الترويح من خلال خلقه الحاجة إلى التسلية والترفيه وتحويلها لرغبة أساسية وحاجة ضرورية يطمح إليها الأفراد نظراً للأثار السلبية للتصنيع والتحضر، وأصبح سعي الأفراد كبيراً نحو إقتناء الوسائل والتجهيزات الترويحية، "إلا أن محدودية الميزانية للأفراد تؤدي لعدم القدرة على الإستجابة لجميع الحاجات المتعلقة بالسفر، التلفزة أو السيارة فيتجه الأفراد لحصر الميزانية المتعلقة بالأكل واللباس والسكن".⁽³⁾

إن استهلاك الترويح في المجتمع الحضري يتأثر بالواقع الاقتصادي علماً أنّ الهدف الأساسي من وراء أي نشاط إقتصادي للمجتمع سواء كان نشاط إقتصادي إنتاجي أو نشاط إقتصادي خدماتي هو إشباع الحاجات الإنسانية بالدرجة الأولى، ويعتبر الإستهلاك آخر مرحلة تنتهي عندها العمليات الإقتصادية لتبدأ دورتها من جديد وبذلك يعدّ الإستهلاك ناتج عن الإنتاج وهدفه الأساسي، ويتقدّم الإنتاج على الإستهلاك لسببين: الأول: لأنه هو الذي يخلق الأشياء موضع الإستهلاك فبدون إنتاج هذه الأشياء لا وجود للإستهلاك أصلاً.

الثاني: لأنّ الإنتاج يثير الحاجة إلى المنتجات أي أنه يخلق الطلب الإستهلاكي، والإنتاج هو الذي يحدد حجم ونوع الإستهلاك كما يحدد طابعه وطريقته.⁽⁴⁾

والإستهلاك موجّه أساسي للإنتاج ويتحكم فيه من حيث كميته ونوعيته، فالطلب هو المتحكم في العرض من حيث الحجم والمواصفات المطلوبة، لأن المؤسسات الإقتصادية تنتج من أجل الإستهلاك، والدورة الإستهلاكية تتمثل في كون الإستهلاك يولّد حاجات جديدة هذه الأخيرة تتحوّل لحاجات قديمة تتطلب حاجات أخرى جديدة وهكذا هي

الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري

دورة الإستهلاك، فإشباع حاجات قديمة يولد حاجات جديدة ويستدعي بدوره إنتاجاً جديداً متزايداً، إلا أن الإنتاج في المجتمعات الغربية الصناعية يبقى الأول والإستهلاك كنتيجة مباشرة للإنتاج الكبير الذي تعرفه المؤسسات الإقتصادية، لذلك تحوّل الترويج والتسليّة والسفر لممارسة إجتماعية واسعة تمسّ كل الفئات الإجتماعية وأغلب أفراد المجتمع نظراً لإرتفاع مستوى المعيشة، حيث أدّت التحولات الإقتصادية إلى إحداث تغييرات إجتماعية عميقة في السلوك وفي النمط المعيشي.

وعرفت الجزائر منذ الإستقلال تحولات إقتصادية كبيرة أثرت بشكل عميق في بنية المجتمع من حيث ثقافته وسلوكاته وأسلوب تفكيره وطريقة معيشته ومن حيث مستواه الإقتصادي، كما كان لوسائل الإعلام دور هام وتأثير كبير على المجتمع من حيث تصوراته للأشياء، وخلق إحتياجات لم تكن في السابق تحظى بالاهتمام، لكن الإنفتاح على ثقافات العالم أحدث تغييرات عميقة خاصة فيما يتعلق بمجال الخدمات ونوعيتها مثل الرغبة في السفر والترويج والتسليّة، إضافة لتنوّع الطلب على الخدمات الترفيهية والسياحية، لأنّ الأفراد في المجتمع أصبحوا يسعون لمجالات ترفيهية حديثة ومتنوعة.

2- مجال الترويج كجزء من المجال الحضري :

مجال الترويج كمجال ثقافي يندمج في الفضاء الحضري ويدخل ضمن المجالات الأخرى كمجال العمل وذلك من خلال الأماكن المخصصة للنشاطات الثقافية بالمصنع والمجال الأخضر كالحداثق، الملاعب وقاعات العروض، إضافة لمجال العمل المدرسي من خلال الرياضة البدنية ودروس حول التسليّة تمارس في مساحات مخصصة للرياضة ومكتبات⁽⁵⁾، وغيرها من التجهيزات الترويحية المتواجدة في المجال الحضري عموماً، إذأ نلاحظ أنّ مجال الترويج يعدّ جزءاً لا يتجزأ من المجال الحضري.⁽⁵⁾

والمجال الحضري مقسّم لمناطق عمل ومناطق ترويج كالمنزّهات، المتاحف، السينما، المسرح... الخ، وتهيئة المجال الحضري تتطلب توفير تجهيزات تحتية سوسيو-ثقافية متعدّدة ومحدّدة تستجيب للحاجات.

3- أهمية توسيع وتطوير مجال الترويج في المدينة :

نمو وتطور المدينة من الناحية المعمارية ومن حيث الكثافة السكانية والوسائل الخدماتية المختلفة ومن حيث النمو الإنتاجي والتطور الصناعي وتوسع الأنشطة التجارية من جهة وارتفاع المستوى المعيشي للسكان والمستوى التعليمي والثقافي من جهة ثانية يؤدي لظهور حاجات ضخمة ومتنوعة لهؤلاء السكان من حيث زيادة الطلب على

الأستاذة: بودودة سعيدة

الترويج بمختلف أنواعه وأشكاله مما يؤدي إلى توسيع المشاريع الإستثمارية المتعلقة بالترويج الذي سيأخذ لا محالة جزءاً كبيراً من المجال المادي للمدينة.

وبتعبير "Dumazedier" فإنّ توسّع الترويج سيصبح أكبر ملتهم للمجال⁽⁶⁾، لكن الأمر فيما يتعلق بتوسيع مجالات الترويج وتطويرها لا يتوقف على بناء ملاعب إضافية أو تحديث بعض المكتبات العمومية أو بناء العشرات من المراكز الثقافية و دور الشباب وغيرها من التجهيزات الترويحية التي تعدّ ضرورية ولا يمكن إهمالها إلا أنّ هذا لا يكفي بل لا بد من وجود تخطيط متناسق بين الحاجات والوسائل المتوفرة مادياً وبشرياً وأماكن إنشائها والنتائج المترتبة، أي لا بدّ من وجود دراسة علمية شاملة لمحيط المدينة من جميع الجوانب البيئية، الجغرافية، الإقتصادية وغيرها من الجوانب المادية دون إهمال الدراسة الإجتماعية للسكان الذين يعتبرون المقصد الأساسي من وراء المخطط الترويحي للمدينة، إذ لا بدّ من معرفة كل السمات والخصائص التي تميّزهم وتمكّنهم من إيجاد المنتفسات الترويحية.

إذاً المدن الحديثة اليوم تشهد تنمية قطاع اقتصادي خدماتي هام جداً من ناحية المردودية الإقتصادية المادية ومن ناحية المردودية الإجتماعية اللامادية أي من حيث توفير البنى التحتية للترويج من تجهيزات التسلية والترفيه والثقافة وأيضاً توفير العامل البشري لهذا القطاع الذي يقوم بعملية التنشيط وإعداد البرامج وخاصة التنشيط السوسيو- ثقافية للمدن والذي تقوم به الجمعيات والمنشطين المؤهلين للعمل في كل النشاطات الترويحية التي يشرفون عليها ويقومون بتنظيمها سواء تعلقت بالنشاطات الثقافية الفكرية أو البدنية، التقنية، الفنية وغيرها، لأنّ تعقد الحياة الحضرية والوسائل والإمكانيات الترويحية الهائلة والمتنوعة قد تزيد من ضياع الفرد وغربته إذا لم يجد من يقوم بتأطيره، لكن هذا التأطير لا يأخذ بعداً آخر لأنه مهمّ جداً عامل الحرية في الترويج لذلك المقصود أن يختار الفرد بكل حرية النشاطات المرغوب فيها ويتوجه نحو المنشطين المرغوب فيهم ، حتى يصل إلى التوازن في حياته داخل المدينة و أيضاً حسب "Dumazedier": « لإيجاد التوازن بين القيم الترويحية وقيم العمل و القيم المتعلقة بالإلتزامات العائلية، الإجتماعية، المدنية، السياسية »⁽⁷⁾، وإذا لم يُستوفى هذا الشرط فإن زيادة ونمو الوسائل والتجهيزات الرياضية والسياحية والفنية والثقافية ستكون كما ورد في بحث "Dumazedier" في خطر لأن هذه التجهيزات تصبح بكل بساطة بلا فائدة أو ذات مردود إجتماعي تافه مقارنة مع حاجات الجماهير والإمكانيات المتوفرة.⁽⁸⁾

4- أهمية الترويج في تخطيط المدن وتهيئتها :

مجال الترويج يظل منفتحاً على المستقبل بشكل واسع، لأن الحاجات يمكن أن تتنوع ليس فقط مع الإكتشاف التقني لكن أيضاً مع تطور العلاقات الإجتماعية والنماذج الثقافية لكن مهما كانت هذه التطورات التقنية وتطور الأفكار فإن هناك ملاحظة أساسية تتعلق بالمستقبل العام للتحضر وتحديد مجال الترويج الذي سيكون في المستقبل أمراً ضرورياً لإحداث التوازن الإنساني للمدن التي سيزداد حجمها بفضل السكان الذين يزدادون ثراءً ويزداد مستواهم العلمي ويعملون أقل أي تتناقص ساعات عملهم⁽⁹⁾، وتزداد بذلك الحاجة لتوسيع مجال الترويج وممارساته المتنوعة.

لذلك لا بد أن يشمل تخطيط المدينة ليس فقط جانب واحد إنما عدة جوانب عمرانية، طبيعية، إجتماعية، بيئية، إقتصادية، ترويحية، سياحية،...الخ، والتخطيط الجيد يكون بتحديد النتيجة والهدف الذي نرغب في الوصول إليه والذي يكون محدّد في مجموعة منسجمة من الأفكار والمبادئ لتحقيق النجاح أو صورة المدينة التي نرغب في بناءها، كما أن تخطيط المدينة هو محاولة لبناء إطارها الإجتماعي الذي يسمح للفرد بتطوير ذاته وضمان الإنسجام النفسي والإجتماعي في مدينة متوازنة ومجتمع متكامل يحقق رغبات وطموحات الجميع، لأنها تمنح لهم من خلال تخطيطها وتقسيمها وتهيئتها بكل الوسائل الضرورية ومنها الوسائل والتجهيزات الترويحية فرصة للتخلص من الضوضاء والإزدحام، الهواء الملوث، ومن الوحدة والإنعزال الذي تسبب فيها، كما أنّ زيادة الوقت الحر وارتفاع مستوى المعيشة والتحول في العلاقات الإجتماعية أدى للحاجة إلى الترفيه والتسلية والنشاطات الترويحية عموماً.

ومع تنوع المستويات الإقتصادية والثقافية وإرتفاعها تزداد الحاجة للترفيه و لتنوع هذا الترفيه، « الملاحظ أنّ الترفيه التجاري يحاول دائماً أن ينهّي من قدرته على مواجهة هذه الحاجات المتزايدة »⁽¹⁰⁾، لذلك مهمّ جداً أن يأخذ تخطيط المدينة بعين الإعتبار العناصر المتعلقة بالترفيه والترويج بإعتبارها جزءاً هاماً في هذا المخطط وفي تهيئته لما له من أهمية على مستوى سكان المدينة وحياتهم داخلها والتي لا يمكن أن تستمر بشكل طبيعي ومنسجم بدون توفير الوسائل والتجهيزات الترويحية المختلفة التي تستجيب لميول وإتجاهات مختلف الفئات السوسيو-اقتصادية والثقافية " لهذا يحاول المخطط أن يتصوّر كل الإمكانيات المحتملة لأنواع الترويج المختلفة التي تقابل إتجاهات الأفراد المتعددة في المسائل المتعلقة بالترفيه ومن حسن الحظ أن الثقافة الحديثة غنية

الأستاذة: بودودة سعيدة

جداً وتستطيع تزويد المخطط بأنواع متعددة من الترفيه تغطي الوقت الحر للأفراد على اختلاف مستوياتهم". (11)

وبذلك تزداد أهمية الترويح في عملية تهيئة المدن الحديثة ويبقى من الضروري جداً إدخال الترويح في إطار السياسة العامة للتنمية من خلال تهيئة أماكن للتسلية والمساحات الخضراء، كالحديقة، والمنتزهات، والملاعب، والمدن الترفيهية، ومساحات للعب والرياضة، ومراكز للشباب، ومكتبات، دور للثقافة، تسمح لمختلف الأفراد بممارسة هواياتهم الأدبية والفنية كفن التصوير السينمائي والفن المسرحي، الرسم والموسيقى، النحت وغيرها من النشاطات الثقافية والفكرية والأدبية التي تُمارس في وقت الترويح، وحتى النشاطات اليدوية لها أهمية كبيرة في مجال الترويح كالصناعات الحرفية والتقليدية المعبرة عن الثقافة الشعبية للمجتمع وعن ثرائه التاريخي وهذا النوع من الترويح يتطلب وجود معلمين ينقلون تقنيات هذه الحرف، كما أنّ الكثير من النشاطات الترويحية في العديد من المجالات الفنية والأدبية كفن التصوير السينمائي أو الفوتوغرافي أو تعلم تقنيات بعض الرياضات أو بعض الألعاب تتطلب وجود مؤطرين ومدربين يتقنون تلك النشاطات ولم يعد بالإمكان الاعتماد على المهوبة فقط في بعض المجالات الترويحية .

5- التخطيط الحضري وأهمية خدمات الترويح :

التخطيط الحضري وتخطيط المدينة يجب أن يشترك فيه مجموعة من المختصين في مجالات متنوعة لا يمكن إستغناء المدينة عنها كالمباني، بناء المصانع، والمرافق، والخدمات، والشوارع، والحديقة، والمساحات الخضراء، والساحات، وأماكن التسلية، والفراغات... الخ، ومهم جداً وجود المختصين الحضريين والمهندسين المعماريين والمدنيين، والمختصين في مجال الريّ والصحة العامة والجغرافيين والإقتصاديين والإداريين وعلماء الإجتماع خاصة لأنّ التخطيط الحضري لا يهتم فقط بتشيد المباني وتخطيط الخدمات والأحياء بل يجب أن يقوم أيضاً بدراسة كيفية إيجاد محيط سكني ملائم من الناحية العمرانية، والثقافية، والإجتماعية، والإقتصادية، والصحية والترويحية، وأنواع الخدمات الضرورية في المناطق الحضرية والتي تعدّ أساسية عند توفير الخدمات الترويحية ومكّلة لها، كما يستحيل تواجد الخدمات الترويحية إذا ما غابت الخدمات الصحية، وتوفر الماء، والكهرباء، والغاز، والمواصلات، والخدمات، الإدارية، والإتصالية والتجارية.. الخ، والتمكّن من تحقيق الاحتياجات الأساسية لمختلف الفئات السوسيو-إقتصادية والثقافية للقيام بأدوارهم الإجتماعية والمساهمة في تطوير مجتمعاتهم.

الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري

كما يؤثر المحيط الحضري بمختلف مكوناته على التفاعل الاجتماعي حيث أن كميّة تخطيطه هي التي تتيح للأفراد التواصل من خلال إيجاد مساحات وفراغات وحدائق ومساحات خضراء ومساحات اللعب في الحي السكني مثلاً مما يسمح بتشكيل علاقات اجتماعية و تطويرها والمساهمة في خلق الإنسجام الاجتماعي والشعور بالإنتماء والإندماج الاجتماعي للأفراد، أما إذا لم تتوفر هذه المرافق فإن تكريس الشعور بالعزلة واللا إنتماء سينمو بشكل كبير ويسود التوتر في العلاقات الاجتماعية والصراعات حول أمور وأشياء قد لا تستدعي ذلك.

6- ضرورة تخطيط الخدمات الترويحية :

من خصائص المجال الترويحي التبعثر، لكن هذا التبعثر لا يحمل دلالة سلبية بل يعود إلى طبيعة الترويح ومكانته وخصائصه فهناك من النشاطات الترويحية التي تتطلب تواجدها في أماكن معينة دون غيرها فالمنتزهات الكبرى أو المساحات الخضراء أو الأحزمة الخضراء لا يمكن تواجدها مثلاً داخل أحياء سكنية مكتظة بالسكان وتتميز بحركة إزدحام كبيرة، أو أن يتم إقامة منتزهات بالقرب من مناطق صناعية، لذلك فإنه من الضروري أن يتواجد المخطط الترويحي للمدن ضمن التخطيط العام للمدينة الذي بإمكانه حصر وتعيين الأماكن التي تصلح للترويح ونوع الترويح الذي يمكن أن يتناسب وطبيعة وخصائص ذلك المكان أولاً، وثانياً لا بد من دراسة دقيقة لحاجات وأذواق الأفراد.

يظل توفير الخدمات الترويحية وتوسيعها وتطويرها رهين الوضعية الاقتصادية للمدينة وللمجتمع ككل لأن الحالة الاقتصادية تنعكس على نوعية الخدمات الترفيهية وعلى وجود تلك الخدمات في حدّ ذاته، فإذا أخذنا على سبيل المثال مجتمعنا فإن الإشكال كبير جداً فيما يتعلق بالخدمات الترويحية من حيث حجمها ومن حيث نوعها، وحتى أبسط أنواع الخدمات الترويحية نجدها لا تفي بالطلب الموجود، ففيما يتعلق بالمساحات الخضراء والحدائق على مستوى العاصمة مثلاً حتى الحدائق التي تمّ توارثها مع قلتها لم يتم المحافظة عليها، لأن الحفاظ عليها يتطلب خبراء في مجال البستنة يمتلكون فن وتقنيات التنسيق الجمالي للنباتات والزهور وكيفية الاعتناء بها، لكن للأسف فإن الكثير منها تحوّل إلى ملاجئ للمتشردين والممارسات الغير أخلاقية وحتى إلى ممارسات التجارية وأصبحت بعضها دون خضرة، لذلك يخشى الفرد من أن يتجه نحو هذه الأماكن الغير آمنة، وبقيّة المناطق الترويحية الخضراء كالغابات والمنتزهات وغيرها ليس حالها بأحسن من حال الكثير من الحدائق العمومية، أما الأنواع الأخرى من

الأستاذة: بودودة سعيدة

الخدمات الترويحية الراقية والتي تتطلب إمكانيات إقتصادية نجدها في تناول فئات محدودة من المجتمع، لكن يبقى توفير الخدمات الترويحية حاجة أساسية تتطلبها الحياة الحضرية وليست مجرد حاجة كمالية يمكن الإستغناء عنها.

ومع التطور الإقتصادي للمجتمع وإرتفاع مستوى معيشتة يزداد الطلب على الخدمات الترويحية، وكلما ضعف المستوى الإقتصادي للمجتمع كان الطلب متواضعا، ودخول مدينة ما تفتقر إلى الخدمات الترويحية مؤشركاف عن تخلفها والعكس صحيح.

7- مراحل تخطيط الخدمات الترويحية :

إنّ عملية تهيئة منطقة حضرية تتطلب مخططا شاملا يتضمن جميع الجوانب المادية والبشرية بدءاً بالناحية العمرانية والتجارية والصناعية والخدماتية...الخ، وهذه الجوانب يجب أن تأخذ بعين الإعتبار جغرافية المنطقة وكل الجوانب الطبيعية التي تميزها حتى يتمّ تهيئتها بما يتناسب وطبوغرافية المنطقة وصولا إلى الناحية السكانية بمعرفة كل خصائصها، وبما أن مجال الترويح وتجهيزاته يدخل كجزء لا يتجزأ من عملية التهيئة الحضرية ككل سواء الجانب العمراني من خلال بناء الفنادق، الملاعب، المسارح...الخ، أو الجانب الصناعي من خلال الوسائل وتجهيزات اللعب المتنوعة سواءً تعلقت بالأدوات والتجهيزات الرياضية أو الألعاب بمختلف أشكالها.

والجانب الخدماتي المتعلق ببناء وتوسيع الطرقات ووسائل النقل التي تلعب دوراً هاماً في عملية إنعاش الحركة السياحية وممارسة النشاطات الترويحية التي تتطلب التنقل وغيرها من الجوانب الخدمائية، بعبارة أخرى مجال الترويح لا يمكن أن نخصّص له مواقع معينة في المنطقة الحضرية دون أخرى بل طبيعته أن يتواجد بشكل مشتت وفي مواقع متنوعة تكاد تشمل جميع المنطقة الحضرية.

و توزيعها في هذا المجال لا يمكن أن يتمّ بطريقة عشوائية بل يتطلب الأمر أن تكون ضمن المخطط الشامل للمنطقة الحضرية الذي يحدّد الأماكن والمناطق التي تتناسب مع مختلف الخدمات الترويحية.

و عملية التخطيط في المجال الترويحي مثله مثل أي مخطط نقوم به سواء على مستوى التنمية الشاملة للبلاد أو حتى على المستوى الفردي لا بدّ من تحديد الأهداف التي نريد الوصول إليها.

فمثلا نريد وضع مخطط توسيع المناطق الترويحية الخضراء على مستوى الجزائر العاصمة نظراً لنقص هذه المناطق وزيادة نسبة التلوث والإختناق حيث أصبحت المدينة في حاجة إلى زرع رثة من أجل التنفس والإستمرار في الحياة بشكل طبيعي،

الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري

فنضع مخططاً لإنشاء حدائق عمومية ومساحات خضراء على مستوى أحياء العاصمة المكتظة لكن يجب في هذا التخطيط المتعلق بإنشاء حدائق ومساحات خضراء أن نأخذ بعين الإعتبار:

- عدد الحدائق والمساحات التي يتم إنجازها.
 - مدى تناسب تلك المساحات مع إنجاز هذا المشروع من الناحية الطبيعية.
 - الأماكن التي تُنجز فيها هذه الحدائق والتي تكون ناتجة عن الحاجة إليها، فلا يمكن أن نؤسس حديقة عامة في حي تتواجد به حدائق بينما لا يتم تأسيس أية حديقة في حي مكتظ لا يتوفر على أية حديقة أو مساحة خضراء.
- لكن التخطيط لا يهتم فقط بتوفير الإحتياجات لكن يؤكد أيضاً على جوانب أخرى هامة تتمثل في :

- الناحية الشكلية: أي من حيث الجوانب الجمالية الفنية والتنسيقية، فليس المهم تأسيس أو إنجاز أي مشروع ترويحي فقط كإنجاز حديقة مثلا لكن الأهم أن تحقق الغرض الترفيهي ولا يمكن ذلك بدون الإهتمام بالناحية الجمالية للحديقة والذي يكون بالإهتمام بتنسيقها وتنظيمها وتحقيق الإنسجام بين المتعة وضمن متنفس طبيعي.

- الناحية البيئية: وهي التي تأخذ بعين الإعتبار في عملية التخطيط والتجهيز مشكل التلوث والضجيج في المجال الحضري مما يستدعي ضرورة توفير مساحات خضراء للترويح في الهواء الطلق وللتقليص من زحف الإسمت خاصة مع الحركة الكبيرة لورشات البناء الخاصة والعامة التي تشهدها العاصمة و التي التهمت مساحات زراعية هامة زيادة على المشاكل التي سيثيرها هذا التخطيط الذي لم يراعى فيه الشروط العلمية والبيئية والجغرافية والسوسولوجية و السكانية وغيرها من الشروط لإقامة المناطق السكنية والمساحات التجارية في المدن الكبرى لأنه إذا لم يتم العمل على التضييق من توسّع مساحات البناء ومساحات الممارسات التجارية سوف تختنق المدينة وتحوّل الحياة فيها إلى موت بطيء بسبب الضغط والتلوث والفوضى.

- الناحية الإقتصادية و السوسيو- ثقافية: تتمثل في إمكانات المدينة في توفير الإستثمارات في المجال الترويحي وتخصيص ميزانية للإنفاق على توسيع وتطوير الخدمات الترويحية يساهم في توسيع المجال الترويحي داخل المجال الحضري الذي يتسع بإتساعه وبوعي المجتمع بأهمية إيجاد التوازن بين توسّع المجال الحضري والمجال الترويحي ويؤدي للمحافظة عليه وتطويره لكن يبقى هذا الرضى الإجتماعي مرتبطاً

الأستاذة: بودودة سعيدة

باحترام القيم الثقافية وقدرات المجال الإجماعي المقصود بالاستثمارات الترويجية من الناحية البيئية أي عدم تسببها في آثار سيئة على البيئة تنعكس على المجتمع أو حتى على نواحي أخرى كالإكتظاظ الذي تتسبب فيه الحركة السياحية الواسعة وانعكاسها السلبي على السكان المحليين من ناحية ارتفاع الأسعار أو القيم الأخلاقية والدينية والثقافية عموماً.

- التوازن بين مختلف المناطق: وذلك من ناحية المشاريع الترويجية وتوزيعها بشكل عادل أو متناسب مع كل منطقة حسب مساحتها، وجغرافيتها، وحجم سكانها، وإمكانياتها و المشاريع التي تتحملها المنطقة من الناحية البيئية والسوسيو- ثقافية وإلا سيكون الضغط على الخدمات الترويجية والسياحية في المناطق التي تتوفر فيها ممّا ينجم عنه ازدحام وارتفاع في الأسعار فيؤدي إلى تدمر فئات عديدة من عدم إمكانية استمتاعها وراحتها بسبب هذه الظروف، والظاهرة متواجدة على مستوى مجتمعنا لأن التسيير المركزي والمركزية متواجدة في قطاعات هامة في المجتمع وحتى في المشاريع الترويجية رغم أنه بالإمكان أن يكون القطاع الوحيد البعيد عن ذلك بسبب التنوع الطبيعي الكبير لمختلف المناطق وإمكانية توفير مختلف أنواع السياحة ومختلف النشاطات الترويجية زيادة على الفسيفساء الثقافية لمجتمعنا، والملاحظ هنا هو حرمان مناطق بكاملها من الخدمات الترويجية رغم الفسيفساء الجغرافية والثقافية لبلدنا، وكلما ابتعدنا عن المدن الكبرى وعن مراكز هذه المدن كلما قلت الخدمات الترويجية بل تكاد تكون منعدمة ما عدا المقاهي التي لا تجسّد لنا مكاناً للترويج بقدر ما تجسّد لنا البطالة.

- الدراسة السوسيو- ثقافية والإقتصادية للمجتمع: تتم دراسة السكان من حيث الكثافة والتوزيع والأوضاع الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، كما تتم دراستهم أيضاً من حيث السن، والجنس، والحالة المدنية، والمستوى التعليمي والثقافي لأن التخطيط للخدمات الترويجية يتطلب معرفة المستوى الإقتصادي لتوفير الإمكانيات والوسائل الترويجية التي تتناسب مع مختلف الوضعيات الإقتصادية للسكان زيادة على معرفة الثقافات السائدة وفئات السن لأن كل فئة عمرية لها ميولها واتجاهاتها الترويجية التي تختلف عن الفئات العمرية الأخرى و كذا الجنس الذي يتدخل في تحديد نوع النشاطات لذلك تظل هذه المعلومات أساسية لبناء تخطيط يستجيب لحاجات السكان من الخدمات الترويجية الآنية والمستقبلية من خلال توقعات الزيادة السكانية ونسبة ونوع الحاجات التي ستكون عليها مستقبلاً، لأن طبيعة المجتمع هي التغير

الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري

والتحوّل المستمر الذي يؤدي إلى خلق إحتياجات جديدة والإستغناء عن بعض الأشياء القديمة لذلك توفر المعلومات الكافية والمتجدّدة للقائمين على وضع المخططات ومتابعتها يسهّل التنبؤ بالإحتياجات على ضوء التغيرات التي يمكن أن تقع و المتعلقة بالنمو السكاني والمستويات العمرية والمستويات الإقتصادية والثقافية لمعرفة حجم الإحتياجات ونوعها من الخدمات الترويحية التي يكون الطلب عليها.

- النشاطات الاقتصادية و المستوى المعيشي: يكون من خلال معرفة الواقع الاقتصادي لأفراد المجتمع والنشاطات الإقتصادية السائدة فيه لأن معرفة ذلك " تساعد المخططين في تحقيق التوازن في الطريقة التي يجب أن تتنوّع بها وأماكن توزيعها وطبيعة العلاقة المكانية التي تربط بين هذه الأنشطة والخدمات الترفيهية.⁽¹²⁾

8- أنواع الخدمات الترويحية في المدينة :

تركز عديد من الخدمات ومرافق التسلية والترويح في المدن خاصة المدن الكبرى و العواصم حتى يتمكن الأفراد من قضاء أوقاتهم الحرة في ممارسة نشاطات ممتعة ومفيدة حسب ميول ورغبات وإمكانيات كل فرد لذلك نجد المدينة تتوفر على العديد من الخدمات منها :

- خدمات الترفيه والتسلية: تعدّ ممارسة الترويح في الهواء الطلق وممارسة السياحة الخضراء أهم النشاطات التي يمكن أن تمارس من قبل كل الفئات الإجتماعية، نظراً لتكاليها المعقولة والرغبة التي تتواجد عند كثير من الناس، لممارستها بغض النظر عن مستواهم الإقتصادي والإجتماعي والثقافي، وحتى من حيث السن والجنس، ومن بين المرافق والتجهيزات التي تحقق للأفراد هذا النوع من الترويح، الحدائق الخاصة والعامة والمتنزهات، ومساحات اللعب والملاعب العامة وملاعب النوادي، والمساحات الخضراء عموماً سواء كانت على مستوى الأحياء أو في الضواحي أو الأراضي الخضراء كأماكن ترفيه أو غيرها من الأماكن، كما أن إقامة المعسكرات والمخيمات في الغابة أو المساحات الخضراء أو على الشواطئ والمساحات المائية إضافة للمسابح كل هذا من مظاهر الترفيه والتسلية التي تميّز المدن.

وهناك فكرة الأحزمة الخضراء حول المدن والتجمعات الحضرية كنوع من الإهتمام بالأراضي الخضراء كأماكن ترفيهية لسكان المدن، والدول المتطورة اليوم من أكثر دول العالم إهتماماً بالمناطق الترويحية الخضراء خاصة الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا.

الأستاذة: بودودة سعيدة

- الخدمات الثقافية: التي تتوفر من خلال المكتبات والمراكز الثقافية ودور الشباب والمدارس الخاصة والعامة بمختلف تخصصاتها، النوادي، والمتاحف، السينما والمسرح إضافة للنشاطات الثقافية المتنوعة عبر الندوات، المعارض... الخ.

- المقاهي: تعدّ المقاهي من أهم وسائل وتجهيزات التسلية التي تفضي بها العديد من الفئات الإجتماعية أوقات ترويحها من أجل اللعب (الورق، الدومين، الشطرنج، الداما)، وتناول مختلف المشروبات وتبادل الأحاديث وحتى عقد الإتفاقيات والعقود والأعمال، وتعدّ أماكن مناسبة للمواعيد ولقاءات الأصدقاء وممن ينتمون لنفس الفئة المهنية، وقد كانت في أزمنة معينة أماكن التواصل والإتصال الجماعي والنضال السياسي وتبادل الأفكار والإبداع الثقافي والفكري والفني، فإرتياد المقاهي ليس لأجل إستهلاك المشروبات فقط لكن لأجل الإتصالات والعلاقات الإجتماعية المختارة بحرية والتبادلات لتعويض العلاقات الإجبارية في العمل والضغطات الناتجة عن الواجبات الأسرية والإجتماعية.

فالمقهي يعدّ مؤسسة للترويح تلعب دوراً في تطوير المشاركة في الحياة الإجتماعية، كما تشكل إطار للعلاقات الحرة والعفوية التي تتعمق وتمتد وتنوّع وتحقق المتعة والفائدة والتعويض.⁽¹³⁾

كما تقوم بمقاومة العزلة الإجتماعية المهدّدة بإستمرار للمدن التي تحارب من أجل تطوير علاقات ومجموعات إجتماعية وتطوير المشاركة في الحياة الإجتماعية وبالتالي فإن هذه المقاهي تجعل من الحياة الحضرية إنسانية.⁽¹⁴⁾

وتبقى المقاهي المكان الترفيهي الوحيد في الكثير من مدننا الصغيرة وقرانا المفتقرة لتنوّع الوسائل الترويحية، كما أنها تعدّ النشاط الترويحي الهام لمن لا تسمح لهم ظروفهم الإقتصادية الضعيفة بالمشاركة في الأنواع الأخرى من النشاطات الترويحية.

خاتمة:

تخضع المناطق الحضرية الحديثة إلى التخطيط نظراً لتعدد الحياة فيها، ولم تعد المدن الحديثة تستغني عن مختلف الخدمات الحضرية كالخدمات التجارية، الصناعية، الإدارية، السكنية، والأهم أنها أصبحت تحتاج إلى الخدمات الترويحية للتخفيف من الضغطات، كما أن الأماكن الترويحية بأشكالها المتنوعة باتت بمثابة المتنفس لأحياء المدن المكتظة والمزدحمة والملوثة بالضجيج والدخان واللاتناسق.

الخدمات الترويحية وأهميتها في التخطيط الحضري

والفرد الذي يعيش في المدينة إذا تمكن من قضاء وقت ترويحه في التنزه أو في ممارسة أي نوع من أنواع التسلية والترويح الذي يعدّ مصدر هام للتعويض والإشباع والشعور بالذات والثقة في النفس والمتعة فان ذلك من شأنه التقليل من أعباء التعب الذي يشعر به في حياته الحضرية، ولا يمكن تحقيق هذا إذا لم تتوفر في المدينة الوسائل الترفيهية التي تتناسب مع مختلف الأذواق، لذلك مهمّ جداً وجود تخطيط للخدمات الترويحية ضمن التخطيط الحضري العام للمدينة كما يجب الأخذ بعين الإعتبار في هذا التخطيط حاجات وأذواق مختلف الأفراد والفئات السوسيو-إقتصادية لتمكينهم من تمضية وقت ترويحهم وإستغلال هذا الوقت بشكل إيجابي وتحويله إلى وسيلة لعلاج الآثار السلبية للحياة الحضرية على الأفراد.

وبهذا نخلص إلى أنّ الخدمات الترويحية جزء مهم من الحياة الحضرية وفي غياب هذه الخدمات تتحوّل المدينة إلى عُمران جامد يفتقر إلى الروح وإلى الحياة.

الهوامش:

- 1- Bushe, Marie charlotte. La sociologie du temps libre, édition, Mouton, Paris, 1975, P75.
- 2- Lefebvre, Henri. Critique de la vie quotidienne, édition, l'arche, Paris, 1958, p120.
- 3- Moscovici, Serge. Reconversion industrielle et changement sociaux, cahiers de la fondation nationale des sciences politique, édition, Armand, Paris, 1961, P97.
- 4- Fourasitie, Jean. Des loisirs pourquoi faire?, édition, Touni, Belgique, 1977, p66.
- 5- De Coster, Michel et Pichault, François. Le loisir en quatre dimensions, édition, Labor, Bruxelles, 1985, p179.
- 6- Dumazedier, Joffre. Sociologie empirique du loisir, édition du seuil, Paris, 1974, p181.
- 7- Ibid, p176.
- 8- Ibid, p177.
- 9- Sociologie empirique du loisir, op.cit, p179.
- 10- محمد، عاطف غيث ومحمد، علي محمد. دراسات في التنمية والتخطيط الإجماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1986، ص297.
- 11- نفس المرجع السابق، ص 298.
- 12- عبد الله، يوسف أبو عياش. التخطيط والتنمية في المنظور الجغرافي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1983م، ص432.
- 13- Sociologie empirique du loisir, op.cit, p123.
- 14- Ibid, p 113.