

## الترويج.. مفهومه - ماهيته - مبادئه



من الأمور التي حدث في طروف المجتمعات المعاصرة اليوم بالنسبة للترويج ما حدث من تغيير في اتجاهات الناس نحو الأنشطة الترويحية في الوقت الذي أصبح الناس فيه يسكنون في مدن مكتظة بالسكان وتزايد وقت فراغهم بقليل ساعات العمل اليومية حيث أصبح الترويج يمثل ضرورة حياتية للناس، ومع ذلك فإنّ مشاركة الناس في الأنشطة الترويحية لا يتم بالمعدل الذي كان المفترض أن يكون عليه هذا بالإضافة لكون الترويج نشاط حرّ فإنّ اختيارات الناس للأنشطة الترويحية لم يتم بطريقة رشيدة تناسب طروف عملهم وحاجاتهم فالذين يبذلون جهداً عقلياً في عملهم يحتاجون إلى ترويج ذهني في حين أنّ الذين لا يبذلون جهداً عقلياً في عملهم يحتاجون الأنشطة الترويحية يبذلون فيها جهداً حسدياً، وقد ترتيب على كون الاختيار حرّاً للنشاط الترويحي في الوقت الذي تغير فيه اتجاهات الناس نحو الأنشطة الترويحية أن جاءت اختيارات الناس للنشاط الترويحي الذي يمارسونه غير مناسب لحاجاتهم من الممارسة الترويحية وقد ساعد وجود هيئات ترويحية للألعاب أن تحولت اهتمامات الناس بشكل كبير للألعاب الرياضية دون الاهتمام بأشكال الترويج وأنشطته الأخرى، ومن ثم لم يتحقق الترويج بالنسبة للناس من الوظائف ما يمكن أن تكون مفيدة، ونظرًا لضرورتها في الوقت الحاضر للقطاعات الكبيرة من الجماهير بفتنه العمورية المختلفة خاصة الشباب فقد خلق هذا الوضع ضرورة ملحة لوضع صياغة مناسبة للتنمية الترويحية في الوقت الحاضر تتفق وحاجات الإنسان الاجتماعية والنفسية والجسمية والعقلية وأيضاً طروف العصر وطبيعة المجتمعات كهيئات إنسانية أن تتدخل لتسهم في هذا المجال بإيجابية مستخدمة طرفيها الثلاث وأساليبها ومبادئها.

وأنّ الاهتمام بالترويج كمظهر سلوكي حضاري للإنسان وموضوع يستحق البحث والدراسة قد بدأ في نهاية القرن التاسع عشر ومع ظهور العلوم الاجتماعية وتقدم البحث في علم الاجتماع وعلم النفس والأنثروبولوجيا من جهة وظهور الخدمة الاجتماعية وممارستها ونطحها العلمي وبحوثها الميدانية من جهة أخرى حيث نظرت طريقة الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية للترويج باعتباره جانباً مهماً من جوانب السلوك البشري ومظهراً حضارياً للمجتمعات الإنسانية، ومن ثم تناولته باعتباره موضوعاً أساسياً وظاهرة عامة ترتبط بحياة الإنسان والبناء الاجتماعي.

أولاً - مفهوم الترويج:

أنّ هناك تعريفات طرحت للترويج على أنّه لعب أو لهو أو ترفيه أو تسلية أو استمتاع أو تصريف للطاقة الزائدة أو تصريف الانفعالات أو تعويض للنقم الجسماني الذي يعاني منه الفرد.

يعبر مفهوم الترويج عن الطرف الانفعالي الذي يستشعره الإنسان وينتتج من الإحساس بالرضا وبالوجود الطيب وهو يتصف بمشاعر كالإجاده والإنجاز والانتعاش والقبول والنجاح والقيمة الذاتية والسرور، وهو يدعم الصورة الإيجابية للذات كما يستجيب للخبرة الجمالية وتحقيق الأغراض الشخصية واستجلاب التغذية الراجعة من المخالطين وهو في النهاية أنشطة مستقلة للفراغ ومقبولة اجتماعياً.

ويعرّف دوريش وأخر (1406هـ) النشاط الترويحي بأزمه نشاط إنساني يتم اختياره عن دافع شخصي والذي يؤدي إلى تنشيط الفرد ليكون قادراً على ممارسة عمله.

وللترويج اتجاهات وسمات يحددها بدر (1985) بقوله أنَّ مفهوم الترويج طبقاً لاتجاهاته يمكن التفرغ به إلى دروب كثيرة فقد يكون سلبياً أو إيجابياً مفيد أو غير مفيد أو حتى ضار بناءاً أو استقباليًا أو حتى هداماً.

فالترويج الإيجابي هو الذي يكون الفرد فيه مندمجاً أو مشاركاً بطريقة فعالة ابتكارية مفيدة له ولغيره.

أما الترويج السلبي فهو الذي يكون الفرد فيه مشاهداً مستقبلاً دون مشاكل، وجميع هذه التعريفات طرحت في سياق محاولات نظرية مختلفة لفهم طبيعة الترويج وتحديد وظائفه وأشكاله إلا أنَّ بعض هذه التعريفات وخاصة تلك التي تشير إلى أزمه لعب أو تسلية أو استمتاع تأثرت إلى حد كبير بأفكار الفلسفة والمدارس القديمة التي نظرت إلى الترويج على أزمه نشاط يساير فيه الإنسان كافة المخلوقات الأخرى في حين أنَّ التعريفات الأخرى جاءت متأثرة بالاتجاهات النظرية التي استهدفت تحديد أشكال ووظائف الفراغ واللعب وعلاقتها بالترويج وأشكاله، ومع ذلك فإنَّ أي من تلك التعريفات لا يقدم لنا وحده فهماً دقيقاً محدد للترويج باعتباره مفهوم اجتماعي، ومن هنا فإنَّ الخدمة الاجتماعية كمهنة وطريقة علمية وغيرها من العلوم الاجتماعية تعالج الفراغ بغية تحديد تعريفاته وعلاقته بالترويج في محاولة منها لإيجاد ما يساعدها على تقديم التعريف الاجتماعي والترويج وأشكاله ووظائفه.

### ثانياً - ماهية الترويج:

يرى جراري Gray وجرين Greben أنَّ الترويج يعد حالة انفعالية تنتاب الفرد نتيجة لإحساسه بالوجود الطيب في الحياة وبالرضا وأنَّ الترويج يتمثل بالمشاعر المرتبطة بالجوانب التالية:

الإجاده

القول

القيمة الذاتية

التدعم الإيجابي بصورة الذات

الانتعاش

النجاح

السرور

كما أنَّ الترويج يعد من المناشت المرتبطة بوقت الفراغ والمقبول اجتماعياً.

### ثالثاً - المبادئ الأساسية للترويج:

لم تقتصر العناية بتوفير بالنشاط الترويحي للشعب حقًّ من حقوقه على دولة بعينها بل امتد إلى العالم

جميعها فنصت المادة (24) من وثيقة إعلان حقوق الإنسان التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1948 على: "لكلّ إنسان الحقّ في الراحة وفي أن يكون له وقت فراغ بما في ذلك من تحديد سليم لساعات العمل ومن عطلات منتظمة يصرف عنها مرتب"، وعلى ذلك فإنّ العامل مع الشباب عليه أن يضع في اعتباره دائمًا المبادئ الأساسية التالية بالنسبة للترويج:

- 1- أنّ "لكلّ إنسان الحاجة إلى الترويج.
- 2- أنّ "لكلّ إنسان حقاً في الترويج.
- 3- أنّ المشاركة الإيجابية في النشاط الترويحي أفضل من المشاركة السلبية.
- 4- أنّ اكتساب الهوايات الترويحيّة تبدأ من الطفولة وتنمو مع التدرج في العمر.
- 5- أنّ العمل والترويج يكمل بعضها البعض.
- 6- أنّ رفاهية الفرد والمجتمع هما نتاج الترويج المنظم.
- 7- أنّ من واجبات المواطن كي يدعم وينمو حياته الاجتماعية أن يشارك في نشاط ترويحي بناءً ملائم له.
- 8- أنّ من واجبات المجتمع أن يحقق للجميع فرصاً منكافئة لممارسة النشاط الترويحي بتوفير تسهيلات وبرامج مناسبة ترويحيّة عامة.
- 9- يجب التنسيق وربط الصلة وتحقيق التعاون بين البيت والمدرسة والمؤسسة والدولة لتحقيق حاجات المواطن الترويحيّة.
- 10- أنّ الترويج عامل مهم من عوامل رفاهية وتنمية المجتمع.

#### رابعاً - ركائز الترويج:

- أنّ الترويج أساسياً له وأهدافه خاصة في محظي الشباب تكمن في أربعة:
- 1 نشاط لكتّه موجه.
  - 2 وقت فراغ لكتّه يمتد عائد إلى وقت العمل.
  - 3 لا يفصل مرحلة من العمر عن الأخرى.
  - 4 علاج بالإضافة إلى أربعة وقاية وإنشاء وإنماء.

وهذه الركائز وضع لبعنائهما الأديان السماوية خاصة الدين الإسلامي قوله وعملاً وبناءً ووظيفةً وهو ما تحاول العلوم الاجتماعية الحديثة والمهن الإنسانية للوصول إليه في مجتمعنا المعاصر.

#### خامساً - الأسباب التي تدعو إلى الترويج:

إنّ طريقة الخدمة الاجتماعية للعمل في محيط الشباب التي تدعو إلى حب هذا اللون من النشاط كثيرة نذكر منها:

1- شعور الفرد بالراحة والسرور والحرّية نتيجة لاشتراكه في أوجه النشاط المختلفة.

2- التخلص من الطاقة الجسمية والانفعالية الزائدة فحركات الجسم المختلفة وتعبير الفرد عن مشاعر الخوف وحب الاعتداء والأمل والسرور في أثناء ممارسته للنشاط الترويحي كلّ ذلك يساعد على التخلص من طاقته الجسمية والانفعالية الزائدة ويشعره بالراحة.

3- شعور الفرد بالقوة نتيجة لقدرته على السيطرة على حركات جسمه حين يمارس ألوان النشاط الترويحي التي تتطلب المهارات الجسمية، وكذلك قدرته على السيطرة على يديه عند ممارسته الأشغال الفنية والسيطرة على المواد والخامات وعند قيامه بأوجه النشاط التي تحتاج إلى الخشب والفالخار والرسم بالأصباغ والمعادن والقماش واللعب على الآلات الموسيقية وممارسة النشاط الرياضي.

4- تخلص الفرد من الحقائق الواقعية التي لا يمكنه التخلص منها في حياته العادية واستخدام خياله والتعبير عنها في أثناء ممارسة أوجه النشاط الترويحي المختلفة كالتمثيل والموسيقى وتأليف القصص وما شابه.

5- يتتيح بعض النشاط الترويحي الفرصة لإشباع روح المخاطرة لذلك ترى بعض الأفراد يفضلون ممارسة الألعاب الجديدة الصعبة التي تحتاج إلى تفكير وجرأة.

6- يتتيح بعض النشاط الترويحي الفرصة للشعور بالأمن في بعض الأفراد يفضلون ممارسة النشاط المألوف لديهم من ناحية الشكل والمهارة والقواعد، وبذلك يشعرون بالأمن بدلاً من المخاطرة عند ممارستهم الألعاب الجديدة التي لم يسبق لهم معرفتها.

7- من خلال النشاط الترويحي تتوارد الفرصة لمعرفة أشخاص جدد واتّخاذ أصدقاء جدد ومقابلة الحاجة إلى الانتماء والصداقه والشعور بالأمن وغير ذلك من الحاجات الأساسية لنمو الإنسان.

8- ارتباط النشاط الترويحي في الماضي بخبرات سارة مع الزملاء والأصدقاء والأسرة والمدرسين والآخرين الاحتماعيين، وإن كان هناك بعض الناس من أصحاب الأفكار المحدودة الذين يعدون أنّ الاشتراك في أوجه النشاط الترويحي مضيعة للوقت ويجب ألا يمارسوا إلّا النشاط الذي يريد من معلوماً لهم ومعرفتهم. كما أنّ البعض يكره النشاط الذي يحتاج إلى التحليل والتفسير كألعاب التختمين والخيل والألغاز على حين نجد آخرين يكرهون النشاط الترويحي الذي يحتاج إلى القياس الدقيق والدقة والمصبر والتركيز والتكرار لأنّ ذلك يضايقهم ويبعث في نفوسهم الملل.

سادساً - وظائف الترويح:

بالنسبة لوظائف الترويح فإنّه يؤدي وظيفة لكلّ من الفرد والجماعة والمجتمع.

أ) وظائف الترويح بالنسبة للفرد:

فقد حددها ديمازدية في ثلاثة وظائف أساسية تتمثل في:

1- الإنعاش والتسلية.

2- توسيع المعرفة.

3- المشاركة الاجتماعية التلقائية.

ب) وظائف الترويح بالنسبة للمجتمع:

بالنسبة لوطائف الترويج للمجتمع فقد أوضح جروس مؤكداً أنَّ للفراغ وظائف معينة للجماعة الاجتماعية وللمجتمع نفسه تتمثل في مزاولة وانتقاء الأصدقاء وجعل اللعب محور الجماعة، وكذلك التوحد الوطني الذي يترتب عليه تنمية روح الجماعة لدى الفرد ودعم توحد الفرد والجماعة مع المجتمع مما حدا بالخدمة بالاجتماعية كمهنة أن تهتم بزيارة الأداء الاجتماعي للأفراد ومساعدتهم على تنمية قدراتهم ووقايتهم من معوقات الأداء الاجتماعي، وكذلك مساعدتهم ليحققوا قدرًا أكبر من قدراتهم الكامنة لتحسين أدائهم الاجتماعي.

ثم أنَّ الترويج يرتبط بمفاهيم مختلفة مثل اللعب حيث أنَّ جميع أشكال اللعب ما هي إِلَّا شكل من أشكال الترويج غالباً ما تستخدم ليعني شيئاً شبيهاً بالفراغ، وذلك لأنَّه يشير دائمًا لنشاط من نوع معين، كما أنَّه مثل الفراغ واللعب لا يأخذ شكلاً واحداً.

ولما كان الترويج يعتبر نسفاً للضبط الاجتماعي شأنه شأن جميع أنساق الضبط الاجتماعي لهذا فإنَّه يتصرف بالالتزام، ومن ثم فإنَّه يختلف عن الفراغ من هذه الزاوية.

على ذلك فإنَّ المفهوم الاجتماعي للترويج من وجهة نظرنا ينطوي على معانٍ أساسية تتمثل في:

1- الترويج نشاط مغایر للعمل.

2- فيه وبه يستعيد الإنسان حيويته ونشاطه.

3- يخلص الإنسان من رتابة العمل الروتيني ونمطيته.

4- يدخل السرور على النفس ويحقق لها الانتعاش هذا بالإضافة إلى المعوقات الأخرى التي يتسم بها الترويج.

ساعاً - الدواعي المؤدية إلى النشاط الترويحي:

إنَّ طريقة الخدمة الاجتماعية للعمل في محيط الشباب أنَّ الأسباب التي تدعو إلى حب هذا اللون من النشاط ذكر منها :

1- شعور الفرد بالراحة والسرور والحرّية نتيجة لاشتراكه في أوجه الأنشطة المختلفة.

2- التخلص من الطاقة الجسمية والانفعالية الزائدة فحركات الجسم المختلفة وتعبير الفرد عن مشاعر الخوف وحب الاعتداء والأمل والسرور في أثناء ممارسته للنشاط الترويحي كلَّ ذلك يساعد على التخلص من طاقته الجسمية والانفعالية الزائدة ويشعره بالراحة.

3- شعور الفرد بالقوة نتيجة لقدرته على حرکات جسمه حين يمارس ألوان النشاط الترويحي التي تتطلب المهارات الجسمية، وكذلك قدرته على السيطرة على يديه عند ممارسته الأشغال الفنية والسيطرة على المواد الخامات وعند قيامه بأوجه النشاط التي تحتاج إلى الخشب والفالغار والرسم بالأصباغ والمعادن والقماش والألعاب على الآلات الموسيقية وممارسة النشاط الرياضي.

4- تخلص الفرد من الحقائق الواقعية التي لا يمكنه التخلص منها في حياته العادية واستخدام خياله والتعبير عنها في أثناء ممارسته لأوجه النشاط الترويحي المختلفة كالتمثيل والموسيقى وتأليف القصص وما شابه ذلك.

5- يتتيح بعض النشاط الترويحي الفرصة لإشباع روح المخاطرة لذلك نرى بعض الأفراد يفضلون ممارسة الألعاب الجديدة المعاصرة التي تحتاج إلى تفكير وجرأة.

6- يتتيح بعض النشاط الترويحي الفرصة للشعور بالأمن في بعض الأفراد يفضلون ممارسة النشاط المألوف لديهم من ناحية الشكل والمهارة والقواعد، وبذلك يشعرون بالأمن بدلاً من المخاطرة عند ممارستهم الألعاب الجديدة التي لم يسبق لهم معرفتها.

7- من خلال النشاط الترويحي تتوارد الفرصة لمعرفة أشخاص جدد واتخاذ أصدقاء جدد ومقابلة الحاجة إلى الانتقام والصداقه والشعور بالأمن وغير ذلك من الحاجات الأساسية لنمو الإنسان.

8- ارتباط النشاط الترويحي في الماضي بخبرات سارة مع الزملاء والأصدقاء والأسرة والمدرسين والأشخاص الآخرين الاجتماعيين وإن كان هناك بعض الناس من أصحاب الأفكار المحدودة الذين يدعون أن "الاشتراك في أوجه النشاط الترويحي مضيعة للوقت ويجب ألا يمارسوا إلا النشاط الذي يزيد من معلوماتهم ومعرفتهم، كما أنّ البعض يكره النشاط الذي يحتاج إلى التحليل والتفكير كألعاب التختيم والحيل والألغاز في حين نجد آخرين يكرهون النشاط الترويحي الذي يحتاج إلى القياس الدقيق والدقة والصبر والتركيز والتكرار لأنّ ذلك يضايقهم ويعيث في نفوسهم الملل.

### ثامناً - الترويح بين الأسرة والمجتمع:

تبدأ عملية التربية أو "لا" في الأسرة برعاية مبوب الطفل واستعداداته منذ ولادته ولا يتم ذلك إلّا بالعناية بالأسرة نفسها على اعتبار أنّه يستخدم ما يسود فيها من نظم وتقالييد وما تتجه إليه من مُثل علينا، وعلى ذلك تتعاون كلّ من الأسرة والبيئة في إعداده لكي يقوم بوظيفته كعضو ينتمي قدراته الأولى تنمي قدراته واستعداداته والثانية تكتسبه صبغة اجتماعية.

والحياة فن متسع الأرجاء بل وحدة كاملة غير مجزأة فلا هي مركبة من جسم وعقل أو من شغل وفراغ أو عمل وترويج، وهي أن اتسمت إلى هذا وذلك بعده عن كونها فناً من الفنون من تلك الحقيقة يستمد الترويح أهميته ويسبب الضرورة الملحة لهذا التكامل يلعب الترويح دوره في حياة الأسرة والمجتمع، وعلى ذلك يعتبر النشاط الترويحي من الأساس المهمة في تدعيم الأسرة وقيامها بالتزاماتها نحو أفرادها والمجتمع الذي نعيش فيه وأصبح من الضروري أن نعني بفن الترويح كعامل في تدعيمها، وأن نضع مختلف البرامج الترويحية كي تواجه بها احتياجات أفرادها حسب خصائص نموهم، وأنّ تنظيم أوقات فراغ أعضائها بفرض تكامل عقدهم في كنفها.

وأوقات الفراغ ثروة حقيقية للأسرة تستطيع استثمارها اجتماعياً واقتصادياً لأنّ البيت لا يستطيع أداء رسالته كمؤسسة تربوية إذا لم تزدجه جهود أبنائه نحو استثمار فراغهم استثماراً إيجابياً منتجاً بجانب إعدادهم للكسب والحياة.

والوقت الضائع في المنزل يولد الشر ويستنبت السوء ويسبب الكثير من المشكلات العائلية مثل تشر الأحداث والطلاق وانخفاض المستوى الاقتصادي والجرائم الخلقية.

هذه المشكلات الاجتماعية الخطيرة وغيرها قد ترجع دون شك إلى انعدام الوعي لدى الأسرة في استخدام أوقات الفراغ استخداماً منتجاً من شأنه أن يضر أفراد الأسرة في محيط البيت وخارجه.

### وأنواع النشاط الترويحي الداخلي للأسرة كثيرة ومتعددة وهي كالتالي:

1- منها ما له طابع رياضي يزاوله أفرادها من ألعاب ومسابقات منزلية وخارجية.

2- منها ما له طابع اجتماعي كالحفلات المنزلية والاجتماعية الدورية.

3- منها ما يرتبط بها أفراد من هوايات فنية كالموسيقى والغناء والتصوير والتمثيل والتقطير والخياطة.

وتحتذب الفنون العملية أفراد الأسرة صغارهم وكبارهم فهناك مثلاً أشغال الأبرة والجلد والحرف على الخشب والنقوش على النحاس وما إلى ذلك من الفنون العملية.

ويمكن أن يكون لإنتاج هذه الفنونفائدة اقتصادية كما تقوم الأسرة بتصميم بطاقات التهنئة للمناسبات الخاصة والعامة والأعياد أو رسم لوحات تمثل الطبيعة.

ومن البسيط أن تستفيد الأسرة من مهارات أعضائها في اصلاحات منزلية كطلاء الجدران وأعمال الإضاءة والزينة وغيرها مما يحتاجه المنزل.

الكاتب: د. طارق عبد الرؤوف عامر

المصدر: كتاب الشباب واستثمار وقت الفراغ