

الآراء الواردة في الصفحة تعبر عن وجهات نظر كتابها ، وقد لا تتفق بالضرورة مع وجهة نظر الجريدة

رموز الترفيه في المجتمعات العربية



مدينة جيمرا المائية .. أرقى رمز ترفيهي في دبي

الإنترنت ، انحسر دور السينما والمسرح الى حد ما ، كما انحسر دور المكتبات العامة كماكن ثقافية توفر الفائدة والمتعة والترفيه ، ولا نجد الدول العربية والخليفة تولى عناية كبيرة مثل هذا في إيفاقاتها العامة كما توليه الى المولات ومراكز التسوق وصلات الفنادق الليلية بطريقة مكشوفة على أساس أن النخبة من الناس هي التي تهتم بمثل هذه المراكز، وهذا يفسر عدم الاهتمام الجدي في إشاعة ثقافة حقيقية لها ومواصفات الجدية الجلية ؛ فثقافة الترفيه على قبايسات دولنا ربحية استهلاكية ، غير معنية كثيراً تماماً بإشاعة ثقافة مجانية ، كما يحصل في دول غربية ، عدت الثقافة جزءاً من كونياتها الإنسانية والحضارية.

شروع الحدائق الفارحة بأشجارها وتنظيمها الهندسي ، يخلق نوعاً من الألفة مع المكان ويوفر ثقافة ترفيهية غاية في الفائدة لو أخذنا الأمر من زاويته النفسية والجمالية ، فثقافة الحدائق وحدها تتيح للأخريين التوغل في التأمل وقضاء أجازة الأسبوع مع الأسرة أو الأصدقاء ، وتوفر أوقاتاً طيبة للرياضة الصبائية التي تعد ثقافة روحية أكثر مما هي ثقافة عضلية جسمانية ؛ لكن ثقافة الطعام في الأماكن العامة تُعد في بعض المجتمعات العربية هي الثقافة السائدة في جانبها الترفيهي .

وغيره من المؤشرات المكانية والعناوين اللاحقة لأنظار بصعنا أمام كثير من الأمثلة في ثقافة الترفيه التي وقفنا أمامها بحيادية ، متطلعين الى ما هو أكثر مضاء في تنمية المجتمعات العربية ثقافة وترفيهي ...

المشردين السياحيين والباعة والشباب العاطلين الذين يجدون في هذا التدفق ملاندا لبيع صور الأتار والأماكن السياحية وصور التراث المحلي . لتنشأ مع مرور الزمن ثقافة ترفيهية واستلاكية للقادمين ولأهل المكان الذين يجدون فسحة معينة من التأمل وتفقد الأمكنة السياحية واكتساب المعرفة من جوانبها التاريخية والجمالية والفنية.

وللمقاهي العربية تكهانتها الأثرية في العراق ومصر والمغرب وسوريا ولبنان وبقية الدول العربية . إنها شيء تفقدته الكثير من الشعوب ، فالمقهى غريزة إنسانية توفرت على مكمنات ثقافية وأدبية ومعرفية كبيرة ، والمقاهي الأدبية في البلاد العربية والغربية كانت وليدة حركات سياسية في نشأتها واستطاعت عبر تواريخها أن تكون أماكن بديلة عن مؤسسات واتحادات مهنية . لكن بسبب الخلل السكاني في دول الخليج العربي وطفغان أعداد الوافدين على السكان الأصليين لم تنشأ مثل هذه المقاهي ، بل حل الطابع الغربي محلها بالكوفي شوب ومفرداته الكثيرة التي بقيت الى الآن أماكن عابرة في الذاكرة كلقاءات الأصدقاء ومواعيدهم وقرائة الصحف وتزجية الوقت أو هروباً من الجو الساخن كما هو معروف ..و.إلى ذلك.

الحدائق والطعام

بسبب الفضائيات التلفزيونية وشروع مقاهي

وأيضا كان.

السياحة الداخلية والمقاهي العربية

فيما يبدو "الكتاب" رفيق المسافرين الغربيين برحلاتهم الطويلة والقصيرة ، لا نجد مثل هذا الشخص في سياحتنا العربية ؛ وعندما تكون الوجبات الخفيفة هي ما يباعها المسافر الغربي ، فإن الأكل الدسم هو من صفات العربي ، وعندما تكون لدى الآخر مقاهي الكوفي شوب للراحة واحتساء القهوة وقراءة الصحيفة اليومية ، تكون عند العربي والخليجي منه مكافأة لأبنائه الناجحين؛ فثقافة الكوفي شوب إحدى المهيمات الخليجية على الحياة العامة ، بسبب المنوعات الكثيرة في حداته الإنبهار العمراني والمعرفي الذي اكتسج الحياة بشكل واضح ، تضاف إليها ثقافة التسوق والهدايا ، بسبب المنوعات بين الأنا والآخر ، وحينما تكون مقاهي الكوفي شوب متكررة في استيعاب الأسر العربية ، تكون فنادق النجوم الخمس بديلاً لها ، ففيها ثقافات ترفيهية متعددة ، من صالات البليارد الى المساح الشفافة ، الى الديسكوت ، الى مظاهر التحضر الإيقونية الإبهارية الأخرى.

السياحة مظهر آخر من مظاهر ثقافة الترفيه بشقيها الخارجي والداخلي ؛ فالخارجي هو الجاذب عادة والداخلي هو ما توفر على أماكن أثرية ذات عمق تاريخي كما في مصر ، حيث يجذب ملايين السياح سنوياً الى الأهرامات وبقية محافظات مصر التاريخية ، وهذا التدفق يولد من جهته ثقافة محلية لمجموعات من

البومية بالطرق التي يرتئها ، دون اللجوء الى ما هو خارجي ، بغض النظر عن هذا الخارجي الذي يدخل عنوة ، كوسائل الإعلام المرئية والمسوعة على سبيل المثال. وهذا ما أنتج ثقافات مختلفة بشقيها الإيجابي والسلبي.

الفضائيات العارية والإنترنت

بهذا الخصوص فالفضائيات التي انتشرت بشكل مذهل منذ الثمانينيات وجدت أرضاً خصبة لثقافة الترفيه المجانية ، وبدل أن تكون عامل ثقافة مساعداً لتنشئة أجيال معرفية متميزة ، صار معظمها أداة مضادة لفكرة ولغة هيمنت على ذائفة شرائح واسعة من الشباب العربي ، لما فيها من محفزات جنسية وغريزية تجد مساحاتها في هذه الشرائح التي يحاصرها المكوث الاجتماعي بعناونه المختلفة . وتطورت وسائل الترفيه فيها بهدف خلق صلات يومية مع مجموعات الشباب على وجه الخصوص لاسيما بإيجاد الدرشة الكتابية التي تستنزف الوقت والمال معاً ، وبإيهام الأخرين لعقد صلات غرامية بين الجنسين ، وبيئت أن هذه الطريقة الترفيهية هي امتصاص لطاقات الشباب وهيمنة سلطات فضائية لزوع الأوهام في نفوس الكثيرين الذين يبحثون عن منافذ المتعة وأبوابها الشائخة . وكمايات الإنترنت كثيرة هي الأخرى اذا أخذنا الأمر من هذه الزاوية ، لكنه مع المحاذير المقبولة ، يُعد ثقافة يومية لا غنى للجميع عنها ، خرجت من النطاق الترفيهي الى ثقافة الحياة برمتها ، لما لهذه الشبكات من قدرة جببيرة على توفير المعلومات والتعامل الجدي معها ، فالشبكات العنكبوتية انتصار العصر بلا شك وهي ثقافة شاملة تتوفر على المفيد والرائع لجميع الشرائح ولا تقتصر على مجتمع أو وطن أو جهة ما ، لذلك نرى أن فضائل الإنترنت أكثر من مساوئه ، وهو بحق لغة العصر وثقافته العملية والترفيهية في آن واحد. وما انتشار مقاهي الإنترنت في كل مكان إلا دليل على حضوره الملح في الحياة اليومية ، ففرصة المعرفة أزيلت لدى كل إنسان

على أمة أو جماعة أو منطقة أو شعب بعينه ؛ فالجميع في هذا العصر الخفيف بألياته العلمية والتكنولوجية يبحثون عن ثقافة الترفيه ، هرباً من يوميات الآلة وضغط الحياة ومتطلبات الأسرة .. فالإنسان يحتاج في أوقات كثيرة أن يتأمل ذاته ويرى المحيط من حوله بعين أخرى هي عين الترفيه الذي يحمل في ثناياه ثقافة الحياة الجديدة بمعانيها العريضة. ولهذا صار هذا النوع من الثقافة في موقع الرصد الإعلامي والنفسي والرسمي أيضاً ؛ إذ تعددت منافذه وتوالى المشروعات التجارية والاقتصادية لترسيخ هذا اللون من الحياة العامة. وبيات الحكومات تصرف الملايين من الدولارات في سبيل تثبيت هذه الثقافة الاجتماعية بين الشعوب ؛ في جانب منها إرضاء الأفراد وتوسيع تقبل متطلباتهم المختلفة ، فمثلاً أن الولايات المتحدة الأمريكية تشغل بمفردها أكثر من 3 ملايين شخص في صناعة الترفيه والتسليقة ، كما تتفق 6٠ بليون دولار على هذه الصناعة. أما عربياً ، فيقدر حجم سوق الترفيه والتسليقة بما يقارب ١٠ بلايين دولار سنوياً ، وهو رقم مرشح للتضاعف بحسب تقرير نشرته برايسوتر هاوس كوبريز إل إل بي لعام 2٠٠6. وفي تحليل لنفس المصدر شمل كلا من الشرق الأوسط وأوروبا وأفريقيا ، جاءت التوقعات بأن يصل حجم العوائد السنوية من الترفيه والتسليقة بحلول عام 2٠٠٩ إلى 4.٢ بليون يورو. لكن في جانب آخر يكاد يكون غير ظاهر هو البذخ غير المعقول في إنشاء مؤسسات ترفيه خرجت عن فائدها الاجتماعية وبخلت في تقسيم آخر من تقاسيم التجارة الربحية التي ترعاها الدول والمؤسسات والشركات ، تحت زريعة إشاعة ثقافة الترفيه في صفوف المجتمع وطبقاً لرصد ميداني في أكثر من عاصمة عربية وأسيوية وأوروبية يمكن لنا أن نُؤشر العديد من منافذ ثقافة الترفيه المنتشرة ، كما يمكن تحديد النوع الترفيهي الشائع هنا وهناك ، فالعالم وإن أصبح قرية صغيرة بتعبير تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ، لكنه يبقى عالماً شاسعاً . له فرادته في تصريف شؤونه وابتداع ثقافته وتزجية أوقاته وتصريف أعماله وشؤونه

ويعرض البعض من المشتغلين بالحقول الجمالية الى التريبة والتعليم كونهما لا يشتركان مع البيئة الثقافية ذات البُعد الحضاري ، بوصفهما ناتجاً عرضياً من نواتج الضرورة اليومية للمجتمعات السائرة في ركاب الثقافة العامة ، غير أن البعض يرى أن الثقافة هي التعليم والتربية الاجتماعية والذاكرة والإرث التاريخي والغيم الأولي لمتطلبات الحياة بتفريعاتها الكثيرة ، فكل شيء يقع في باب الثقافة ، وليست الثقافة الصرف هي المعيار الأخير للأمم والشعوب. فالزراعة ثقافة والعلم ثقافة والصحة ثقافة والفك ثقافة والرياضة ثقافة والأخلاق ثقافة أيضاً ؛

بين هذا وذلك نجد أنفسنا في تقييمين يفترقان في مجساتهما الحقيقة لمفهوم الثقافة ، لكن يمكن أن نتفق مع الرأي السائد في هذه المفهومية ودلالاتها المتعددة ، عندما يرى أن الثقافة هي أسلوب الحياة وطريقته في التعامل معها والتفكير بمتطلباتها والانسباق العلمي والعلي وراء متغيراتها ، كونها نظاماً اجتماعياً محتشداً بالعادات والتقاليد والتربية والتعليم والضوابط الأخلاقية والنظام اليومي القائم على سلوكيات اجتماعية محددة بقوانين وضعية مختلفة ، فيها الآداب والفنون والمقدسات والقيم والعقائد والتراث المحلي والبناء العمراني. لذلك فإن الثقافة بحيزها الأكاديمي لا تخرج كثيراً عن هذه التوصيفات ونظمها وقوانينها ، بل تعميها وتزيد من ثرائها بألياتها المعرفية والجمالية. والثقافة حالة مركبة تشتمل على التقاليد والآداب والفنون والتراث المحلي والمقدسات والديانات واللغة والسلوكيات وغيرها.

ثقافة الذات في ميدان الحياة

ثقافة الترفيه لا تخرج عن هذه الأنظمة المتداخلة من التفسيرات؛ فهي ثقافة مندمجة مع بعضها ، تُعنى بالجماعة أكثر من عنايتها بالفرد . لكنها تنطلق من ذائقة الفرد ووعيه وانسجامه مع روح الجماعة في مكان ما وزمن ما وحالة ما . أي أن ثقافته الفردية وسلوكه الاجتماعي هما المحددات الأولى للاندماج في هكذا ثقافة عامة مشاعة للجميع . ولا تقتصر ثقافة الترفيه

الشوارع الخلفية

بالبحث والرغبة والاستعداد للمغامرة. ومدننا العربية - وعلى الأخص التاريخية منها كمكة وجدة والقاهرة ومدنق وبيجاد - لا تخلو منها، وإن كانت في طريقها إلى الاندثار البطيء بفضل بلسوزرات التعمير وخطط التحديث. ويمكننا قول الشيء ذاته عن مدن خليجية لا يزال بها شيء من عبق حقب ولت ولن تعود، ما يدعونا إلى إطلاق دعوة عاجلة من خلال هذا المقال - ومن منطلق القول المأثور "للي ماله أول مال نالي - إلى كل من يعنيه الأمر بضرورة التحرك السريع للحفاظ على النقية الباقية من تكة ماض لا يعرف الجيل الجديد أندية أحيائه أو لم يشاهد قط شيئاً من معالمه. ففي النمامة من سبيل المثال، لا يزال هناك منسج عن الوقت للحفاظ على أحياء وشوارع و"نواعيس" وبيوت من تلك التي شهدت ولادة وحياة ومساجلات أعلام الفكر والأدب، أو للحفاظ على متاجر ومقاه ومكاتب تقليدية شهدت أروقتها يوماً ما صفقات تجارية كان لها فيما بعد تداعيات وأثار على مجمل نمو عالم المال والأعمال، وذلك بإعادة ترميمها وتأطير مداخيلها بالأبواب التقليدية القابلة للطي والمصنوعة من خشب التيك الهندي والزينة بقطع النحاس الدائرية. وفي النمامة أيضاً، هناك أحياء كاملة عاشت بها جاليات أجنبية معبقة في بدايات تأسيس الدولة المدنية الحديثة، ولا تزال بعض معالم تلك الأحياء من سكان وحياة تجارية ومطاعم ومخابز ودور عبادة قائمة تنظر تحركاً رسمياً أو خاصاً لحفظها من الاندثار والموت البطيء. وبطبيعة الحال فإن عملية الحفاظ على مثل هذه المعالم تتطلب بعد الإفادة والتصميم، خبرة وتجربة. وهذه يدك استعارتها من الدول الأجنبية ذات العراقة في مثل هذه الأمور، أو يمكن استعارتها من الدول العربية مثل مصر (الغنية بالآثار) أو المغرب (التي أبدعت في ترميم الأبنية التاريخية في عمان)، أو يمكن الاسترشاد بتجربة قطر المتميزة في إعادة بناء "سوق واقف" الشعبي، أو تجربة دبي في ترميم منازل "البيستكية" والعضوية وغيرهم من عرب بر فارس، وتجربتها الأخرى في الحفاظ على الطابع الشعبي لكورنيش "بر ديرة" حيث المراكب الشراعية التقليدية تصطف خلف بعضها بعضاً - كما كان الحال أيام زمان أي في بدايات عملية التنمية في هذا الجزء الغالي من خليجنا - لنقل السياح من ضفة إلى أخرى ولتلقهم في جولة في مياه دبي مع تقديم العشاء المصاحب للموسيقى.

تقدم أطباق الثعابين المسلوقة أو الجراد المشوي أو الأوز المنقع في صلصة "لصويا" ، بل يكاد أن يختنق أيضاً من عوادم الدراجات النارية التي يأتي بها أصحابها إلى ورش في الشوارع الخلفية من أجل الصيانة أو تركيب الإكسسوارات الغربية.

وعلى حين تتشابه محال الشوارع الرئيسية في تايبيه لجهة النظافة والتناسق والرحابة والأناقة مع محلاتها في المدن والعواصم الكبرى، نجد محال الشوارع الخلفية، ضيقة المساحة، عشوائية التصميم، قائمة الألوان، مع خلوها من التكبيف وفاترينات العرض، بل وأيضا آلات الحساب الإلكترونية التي يستعاض عنها بآلات الحساب الصينية اليدوية التقليدية.

وإذا ما قدر لك أن تتجاوز تايبيه إلى ضواحيها الخارجية كضاحية "سانزيا" التي يعني اسمها "اللقاء الأنهار وامتزاجها" ، والتي كانت مشهورة بزراعة أجود أنواع الفصح يوم أن احتلها اليابانيون في بدايات القرن العشرين، فإنه حتماً ستكتشف أن تلك الضاحية لا تزال محتفظة برويق وعبق ومعالم من الماضي البعيد، رغم كل ما أنخله ثراؤها عليها من عصريّة وحرص وتنمية، وذلك بدليل أبنيتها المصنوعة من أحجار قمرية حمر خاصة لا مثيل لها في مكان آخر، ثم بدليل شوارعها المكتظة بمعالم ومشاهد مما كان سائداً في الماضي، مجسدة في محال تجارية أو مطاعم شبيهة أو مقاه لتناول الشاي الأخضر، مضاءة بالشموع، ومعطرة بالأزهار الجبلية ذات الروائح المميزة، معطوفة على نوعية خاصة قديمة من الساليب وطقوس الخدمة التي تكاد تندثر في عوم الصين.

أما شوارع ضاحية "هاكا" الضيقة الرطبة بفعل حرس سكانها على غسلها يومياً بالماء، فتتخلل أعمدها الرخامية المحفورة بالخطوط والكتابات الصينية القديمة، جدران مبنية بالطوب الأحمر الأثري، ومعارض لبيع الزهور والأغراس، وورش لصنع سلال البامبو، أو السجاجيد المنسوجة يدوياً بالخيوط الحمر والصفرة. وبطبيعة الحال فإنه من النادر أن ترى في هذه الضواحي سوى المواطنين بسنحاتهم وأشكالهم المميزة، ومن النادر أن تسمع أحاديث بغير اللغات المتداولة من تايوانية أو ماندرينية أو لغة أثنية "الهاكا" مثل هذه الشوارع والأزقة الخلفية الموازية للشوارع الرئيسية الفسيحة، يجده المرء أينما حل، لكن الأمر مرهون

التايلانديون "ياوالا". فهذا الحي - عدا عن كونه مكاناً لشراء البضائع بأرخص الأسعار - فإنه المكان الساحر المليء بالعفوس، والذي يارفته المكتوبة وقائمة مبانيه، واللغات المستخدمة فيه، ينكر المتجول بأحوال ملكة سيام في بدايات القرن ١٨ حينما جاءت بها الهجرات الصينية الأولى للاستيطان والاستعمار. حيث لا يزال تاجر الحي مضمون على مزاوله أعمالهم في محال بسيطة لم تغرها بعد تقنيات العصر فيما عدا الهاتف والرايو، بمعنى أنهم يفضلون المراوح الكهربائية أو اليدوية على أجهزة التكبيف، ويفضلون كرات الإضاءة الصينية الحمر المتدلية في واجهات المباني على مصابيح النيون، بل أنهم يفضلون مزاوله أعمالهم في محال مشرعة الأبواب أي دون فتريعات يعرضون فيها بضائعهم التي غالباً ما تكون من الأعشاب والأدوية الغربية أو المنسوجات والكماليات الصينية الرخيصة.

في هونغ كونغ التي تردت عليها كثيراً سائحاً والتي ظلت طويلاً جوهرة يفخر بها البريطانيون جزيرة صناعية ومالية مزدهرة ومستقرة، عادة ما يسترعي انتباه المرء منذ الوهلة الأولى، تاحطات السحاب العملاقة، والفنادق الفخمة في وسائلها وخدماتها وملاحقها، والمتاجر العملاقة التي تبيع آخر صيحات الموضة وأجود الأجهزة الإلكترونية. ناهيك عن ملاحظة ثراء السكان - أو قل تمتعهم بدخول محترمة - الأمر الذي يستشفه المرء من ملايسهم ونوعية المركبات التي يقودونها والمطاعم التي يترادونها. غير أن زيارة واحدة إلى الشوارع الخلفية في منطقة "كولون" فتعقد بوجود عالم مواز مختلف اختلافاً جوهرياً. فكولون لا تزال تحتفظ بنكهة هونغ كونغ الصينية الأصلية سواء لجهة زحام البشر وتداخل الطرقات وانحداراتها المهيبة وتلاصق المباني بعشوائية غريبة، أو لجهة أصوات الباعة العالية المتداخلة وبضائعهم الرخيصة سعراً وجودة، وغرائبية المعروض من الأطعمة الملوثة بتوابل خاصة نقادة الرائحة، وكثافة الأبخرة المتصاعدة من الطاعم الشعبية المتخصصة في تقديم "النودل" والبط المخنوق.

وفي الشوارع الخلفية لتايبيه التايوانية وشنعها الصينية، لا يختلف الأمر كثيراً عن هونغ كونغ، كيلا نقول وجود تطابق تام بينها. ففي تايبيه يكاد المتجول في شوارعها الخلفية أن يختنق من زحام البشر المتجمعين في حلقات حول عربات الأطعمة الزجاجية التي



من غرائب الشوارع الخلفية

محمد علي رضا زيل صاحب مدارس الفلاح)، وشارع إبراهيم رحمة الله المتفرع من الأخير. ومن الأحياء: حي "مورتي بازار" حيث كان الرعيل الخليجي الأول يعقد صفقات بيع اللؤلؤ، وحي "بندي بازار" حيث لا يزال الخليجون يترددون عليه كما في الماضي لشراء البخور والعود والحناء والمجوهرات والحراير وخيوط الزري واللوازم الأعراس، وحي "كروفورد ماركت" (تلفظ كرافت ماركت) الذي يعود بناؤه إلى عام ١٨٦٩ والمسمى باسم البريطاني "أرثر كروفورد" أول رئيس لبلدية يوميائي، ومنطقة "تشور بازار" أو "سوق اللصوص" حيث يمكنك العثور على ساعات الحائط والرافوفونات ومصابيح الكريستال ومشاهد فريدة في دلالاتها الزمانية والمكانية.

في يوميائي الهندية التي درست بها لبعض الوقت، نكت أنتهز أيام الإجازات الأسبوعية للذهاب والتجوال في شوارعها وأسواقها العتيقة - دونما اختراش بتلوث الهواء والزحام - وخصوصاً الأحياء التي كانت فيها لأجداننا من رعيل خليج ما قبل النفط صولات وجولات، ونكريات عتقة، ومغامرات تجارية، ومعارك أدبية وسباسبية. ولحسن الحظ فإن دور سكن وضيافة وعبادة من تلك الحقبة لا تزال قائمة في بعض تلك الأحياء إلى اليوم رغم تقدم الزمن. من هذه الشوارع شارع محمد علي (نسبة إلى التاجر النهوي الحجازي المعروف

الخلفية والأزقة الضيقة فالمشهد يتقلب درجة، حيث الأرصفة المكتظة بالبضائع الرخيصة، والجدران العشوائية المتشقة بفضل عوامل التعرية، والأسقف المكسوة بمواد البناء التقليدية، والأنوار الخافتة المنبعثة من محال أكل الدهر عليها وشرب وتقاوب البش، وحيث تترجم أصوات الباعة المتجولين والصبية الصغار والعتالين بروائح الأطعمة الشعبية الفاذة مشكلة مشاهد فريدة في دلالاتها الزمانية والمكانية.

ففي الأخيرة لا تقع العين إلا على السيارات الفارحة والمجمعات التجارية الفخمة ومطاعم الوجبات السريعة المشهورة ومحال الأزياء والإكسسوارات الأنيقة، والعمارات الشاهقة الحديثة الحاضنة للمحاصرف ومكاتب المال والأعمال واللوحات النيونية الضخمة المخصصة للدعاية للماركات العالمية من مختلف البضائع، وعلى أرصفة هذه الشوارع التي غالباً ما تكون مصقولة وممهدة ومزينة بالزهور، لا يصطدم المرء إلا برجال الأعمال المسرعين إلى مكاتبهم في ستراتهم الأنيقة وحقائبهم الجلدية الفاخرة. أما في الشوارع

لم يستهوني شيء في رحلاتي وأسفاري الكثيرة إلى الشرق والغرب، قدر التجوال لساعات طويلة في الشوارع الخلفية للمدن، ففيها من الخفايا والأسرار والمشاهد الغربية الماتعة ما لا يراه المرء في الشوارع الرئيسية الضيحية .

Opinions & Ideas

آراء وأفكار

- ترحب آراء وأفكار بمقالات الكتاب وفق الضوابط الآتية:
- يذكر اسم الكاتب كاملاً ورقم هاتفه وبلد الإقامة .
- ترسل المقالات على البريد الإلكتروني الخاص بالصفحة:
- لا تزيد المادة على ٧٠٠ كلمة.

ideas@almadapaper.net