



شهادة الأنا
تراثنا فخر لنا

لطيفة اليافعي

201304577

وضحي النعيمي

2003628383

موزه الرشيدى

201307112

منى موسى

201205641

ياشرف

أ.د. محمد قيراط

ربيع 2017

العام الدراسي الجامعي 2016-2017



الفصل الأول

المحتوى:

1. الشكر والإهداء
2. الملخص
3. المقدمة
4. مصطلحات البحث



الشكر والإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسِرِّيَ اللّٰهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

صدق الله العظيم

وما أول شكرنا إلا إلى القدير الكريم الذي بيده تتم النعم، الحمد لله الذي لا إله الا هورب العرش العظيم. وبعده إلى نبينا الكريم الذي بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة، عليه الأف الصلاة والسلام. نشكر الأساتذة الذين لطالما ساندونا في طريقنا العلمي والتعليمي المحزون والمشحون بالعقبات، لطالما كانوا هم من دلونا على الطريق الصحيح. كما أنه لا يسعنا إلا أن نخص المزيد من الشكر وأسسى عبارات التقدير إلى الدكتور محمد قيراط أستاذ الاتصال الاستراتيجي، على ما قدمه لنا من مساعدة ونصائح وجهود جبارة من أجل أنجاز هذا المشروع. ولا سيما أننا لن ننسى أن نقدم أسسى عبارات الشكر والتقدير للإعلامي القدير الأستاذ حسن المهندي، والسيد محمد البلوشي استشاري تراث في إدارة المكتبات، والسيد محمد البلوشي استشاري تراث في ادارة المكتبات العامة على ما قدمه لنا من نصائح وحقائق تختص بموضوع حملتنا ومشروعنا. ويزيد الشكر والعرفان إلى الجهات التي وثقت برؤيتنا ودعمتنا مادياً وعلى رأسهم كتارا وشركة أوريدو وجريدة الشرق وجمعية بيوت الشباب القطري ووزارة الثقافة والرياضة. نهدي هذا العمل البليغ إلى والدينا الذين لطالما ساندونا في حياتنا منذ صغرنا، إلى من علمنا النجاح والمثابرة، إلى من نفتقده حين مواجهة الصعاب، الذين لطالما كانوا هم مصادر قوتنا "ابائنا". إلى من سهرن الليالي من أجل صحتنا وراحتنا، إلى من هي مأوانا حين يشح الحنين وينبض القلب رهبا، إلى من صارت أعباء الحياة وتبسمت في وجوهنا فرحاً عند نجاحنا وفشلنا، إلى التي نسبح في بحر حنائها عندما تكسوننا الهموم، وهي جنتنا "امهاتنا". إلى من أضاءوا لنا نور الطريق وساندونا في الشدائد بلا حساب، وآخر من نهدي لها تكون الدولة التي كانت هي الأساس في نجاحنا وتقدمنا علمياً وفكرياً ومجتمعياً، أنها الدولة التي اتاحت لنا جميعنا الفرص في التعليم الجيد والمتقدم، أنها هي الدولة التي سهلت لنا الكثير من مشاكل الدنيا والحياة، لك جزيل الشكر والعرفان "دولة قطر".



ملخص الحملة

ما كانت كلمات نشيد الوطن سدى، بل في أبرز فواتحه كانت الوصية "سيروا على نهج الأبي سيروا"، تلك هي الوصية التي يحييها نشيد الوطن كل يوم وعلى منابر جميع المدارس، لكي تستقي بها عقول أطفالنا واجيالنا القادمة. الموروث القطري فريد من نوعه ولا يوجد له مثيل، لا سيما جميع موارث العالم لا مثيل لها، ولكن موروثنا هو أساسنا ومجدنا الذي له سالت دماء الأولين، فمن مسؤوليتنا الحفاظ عليه ونشره حول العالم. التراث الشعبي القطري له طابعه الخاص، فهو مرتبط بهذه الأرض المباركة التي ساكنتها هوية الانتماء منذ القدم، لذا فمن الجدير احيائها والمحافظة عليها لأنها تمثل ذاكرة هذا الشعب الأبي، فقطر ليست مجرد رقعة جغرافية بل أنها مساحات شاسعة من التاريخ العربي والإسلامي المجيد لا سيما وأن الأولين قد سقوا هذه الأرض الطاهرة بدمائهم النقية التي امتزجت بعرقهم، فأضحت شاهداً على أصالتهم. تهدف الحملة إلى تعريف ونشر الثقافة والإرث القطري إلى جميع أنحاء الوطن والعالم إذا أمكن. يحمل التاريخ في طياته الكثير من الإنجازات والتقاليد القطرية الجميلة التي هي فخر الدولة وأصلها. وما كان للإنسان حاضراً لم يكن له ماضي، ونحن كدولة قطريوجد لدينا الكثير من التقاليد والأعراف التي تميزنا عن غيرنا وليس الخليج كله سوياً، كما يعرف الغرب عنا. الاهتمام بالموروث يحدد كياننا وبياننا الخفي، الذي يشرح شخصنا العتيق، وأخلاقنا المجيدة؛ ولذلك يجب على الغرب والعالم كله معرفة تقاليدنا البديعة، من أفراحنا إلى أحزنا، أعراسنا وأعيادنا الوطنية واحتفالاتنا بأعيادنا الإسلامية. بالإضافة إلى ذلك، معرفتهم عن أماكننا التاريخية والجميلة التي تبث تراثنا القطري، مثل أشكال بيوتنا القديمة وسوق واقف والزبارة والكثير من المعالم الجميلة في بلدنا.

سوف تتم عملية النشر عبر استخدام الكثير من وسائل الاتصال الاستراتيجي، مثل الملصقات الورقية الكبيرة والصغيرة، وعبر وسائل الإعلام الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، عبر مقاطع الفيديو التثقيفية، وبعض الندوات الجماهيرية في الأماكن العامة مثل كتارا وسوق واقف، وتوزيع النشرات (المطويات) أيضاً في الأماكن العامة والمكتظة بالجماهير أو الناس. بالإضافة إلى ذلك سوف نقوم بترجمة جميع المنشورات الرقمية والورقية من أجل نشر إرثنا القطري إلى أكبر شريحة من الناس.



المقدمة

قد شهد العالم التطور العظيم والنمو الهائل في دولة قطر منذ التسعينات. وكانت الرؤية الثاقبة والعزيمة المتواصلة من أهل العطاء والذمة هي التي صعدت بالدولة إلى المراتب العالية، يمكن أن تكون دولة قطر تعتبر من دول العالم الثاني ولكن سرعة النهضة والتطور لم يُشهد في دول العالم الأول. بالإضافة إلى ذلك برزت دولة قطر على النطاق العالمي عبر إنجازاتها العالمية في الفوز باستضافة فعاليات كأس العالم 2022، والطوعية في مساعدة الإنسانية حول العالم، وما كان العطاء الا لله. بعد دراستنا المبسطة عن الأحوال العالمية ومدى معرفة الناس عن دولة قطر، وجدنا أن العالم يعرف دولة قطر، كالدولة المنتجة للغاز والدولة الغنية اقتصاديا ودولة العطايا والإنسانية، ولكن لم يكن للإرث القطري والثقافة العريقة بروز أو اشتهار واضح حول العالم. ولذلك تم تصميم حملة نهج الألى، من أجل ابراز ثقافتنا القطرية وإرثنا المجيد الذي على عاتقه كانت هذه الإنجازات العظيمة.

الثقافة والإرث هو الأصل الذي ننتمي إليه وهو يمثلنا نحن كشعب دولة قطر، فكيف لنا ألا نعيه اشد الاهتمام والتبجيل. أصلنا هو الذي يميزنا عن سائر بلاد المسلمين، هو الذي يمدنا بالقوة الحضارية والمكانية الحالية، هو الذي عمّر البيداء وجعلها كما هي الآن شامخة بين الأمم. ولعل أهمية التراث تنبع من كونها تلعب الدور الأكبر في التسويق والترويج للحضارات والثقافات بحيث تصبح محطاً لاهتمام الحضارات العالمية، كما تظهر أهمية التراث من تنميته للحس الوطني والانتماء الاجتماعي عبر نقل الموروثات والتغني بها، ترديدها وتقليدها كما أن تلك الموروثات تعتبر من المناير التي تستقطب المهتمين بالموروثات الإنسانية إلى البلد وبالتالي تسويقه حضارياً وثقافياً وتجارياً.

ولعل دولة قطر قد أولت التراث رعايتها الكبرى باعتباره الركيزة الأساسية لمسيرة أجيالنا القادمة لإكسابها عشق الوطن والاعتزاز بالانتماء إليه، وهو ما يتضح في رؤية قطر 2030، أضف إلى ذلك وجود العديد من المؤسسات التي تعنى بالتراث وعلى رأسها وزارة الثقافة والرياضة ومركز قطر للهوية وهيئة متاحف قطر، وغيرها من المؤسسات التي وأن كثرت فهي تدل على اهتمام الشعب القطري بالمحافظة على



إرثه وهويته، كيف لا وللتراث عطره الذي يشتمه الكبار فيملئهم حنيناً.. ويلامس الصغار فيتشبعون فخراً،
فالتراث يتناول قصة حضارات تعاقبت تعبيراً عن القيم المرجعية للأمة.

بعد طول هذا الاهتمام والرعاية التي تتم من قبل الدولة، يعتبر غير كافي، بل غير مقنع ومنطقي
لدولة مثل دولة قطر، دولة يستمد منها بعض أنحاء العالم القوة المادية والمالية، دولة تساهم في الاعمال
الإنسانية بمبالغ ضخمة سنويا، دولة تصدر الغاز السائل إلى أرجاء العالم، دولة يوجد فيها مخزون نفطي
هائل؛ هذا كله يدل على أن السمعة الاقتصادية أعلى من صدى السمعة الثقافية أو الموروثة، وهذا
استنبط من المقابلة مع الإعلامي الكبير حسن المهندي. الموروث القطري غير ذائع الصدى حول العالم بل
الإنجازات الاقتصادية والعالمية التي كان صوتها أعلى، ولذلك من اهم اهداف هذا المشروع هوترويج الإرث
القطري إلى ابنائنا ولا سيما جميع شرائح الدولة من أجانب وافدين إلى سياح.

واجه الكثير من المخرجين والإعلاميين الكثير من المشاكل حول إيجاد مراجع موثقة عن الإرث
القطري، أذ استعان بعضهم بمكاتب خارجية من أجل توثيق البحوث عن الإرث القطري. بالإضافة إلى
استنباط البعض من المعلومات المهمة عن الإرث القطري من الشريحة التي عاصرت ذلك الزمن الجميل
الذي فيه كانت الناس سعيدة من بساطته وجمال زينته البدائية. أن كان للمكاتب الخارجية مدونات
وبحوث موثقة عن دولة قطر، فما لنا نحن ألا يكون لدينا إرثنا، إذ أنه أشبه باحتفاظ النصرانية بكتاب
القران. الإرث والثقافة القطرية تحتاج إلى نهضة فكرياً وعملياً، من أجل اظهار الصورة الحقيقية لدولة
قطر وليست النظرة المادية الذي يراها بها جميع افراد العالم، أي أنها دولة ذات مال وقوة اقتصادية جمة
و فقط. بل يجب اظهار حقيقة طبيعنا وأسباب حالنا الحالي، وسر اخلاقنا الحميدة، وطيبتنا العطاءة،
وكرمنا الباذل، وثمرنا الباذخ في ادبه، واصالة دمنا وعرقنا القطري.

وعلى ذلك ينوى هذا المشروع إحياء التراث الثقافي لدولة قطر والتعريف به لكافة ضيوف الدولة
بحلول عام 2022م، وذلك تعزيزاً لرؤية قطر 2030م، واساسياً ينوى لإحياء التراث القطري المندثر أو
المجهول عند البعض.



الرؤية:

إحياء التراث الثقافي لدولة قطر والتعريف به لكافة ضيوف الدولة بحلول عام 2022م، وتعزيز لرؤية قطر 2030م.

الرسالة:

تعزيز رؤية قطر 2030، من خلال دعم السياحة ونشر ثقافة وتراث قطر المتميز، والسعي إلى ترسيخ قطر كوجهة سياحية عالمية تفتخر بجذورها الثقافية.

الأهداف:

ترويج التراث الثقافي والحضاري القطري لكافة ضيوف كأس العالم 2022، وذلك من خلال نقل الموروثات والشعبيات والعادات والتقاليد الخاصة بدولة قطر سمعية وبصرية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

الأهمية:

1. التعريف عن الموروث القطري بواسطة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
2. الترويج للأماكن التراثية والعادات والتقاليد في البلد عن طريق الفنون الاتصالية بتقديم منشورات وملصق إعلاني وفيديو يجذب السياح.



مصطلحات البحث

1. نهج الألي:

نهج الألي وردت في النشيد الوطني القطري وتعني في إطار النشيد الحث على سير الاجيال على طريق اجدادنا في اخلاقهم وعاداتهم وتقاليدهم ودينهم.

2. قلعة الزيارة 1938م:

من أهم معالم قطر القديمة الواقعة في الشمال الغربي للدولة. وتعني الأرض المرتفعة صمم لمراقبة الساحل الغربي لقطر والدفاع عنه

3. أبراج برزان:

أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين يبلغ ارتفاعه 14 متراً وهو نموذج فريد لأبراج المراقبة في منطقة الخليج، ويمتاز البرج بعلوه وضخامته وزخرفة نهاياته بالشرفات المُسنَّنة.¹

4. الدامة:

لعبة شعبية عبارة عن لوحة تحتوي على مربعات وقطع على شكل اقراص يقوم بلعبها شخصين فقط.

5. نط الحبل:

هذه اللعبة تتم بطريقتين اما بشكل فردي أو جماعي، النوع الفردي يتم عبر تجمع الفتيات في منزل احدهن وجلب حبل طوله مترين إلى مترين ونصف وسمكه نصف بوصة وتقوم أكبرهن عمراً بعمل القرعة بينهن بالعد من ١ إلى ١٠ بنفس الطريقة المعتادة (عقرة بقرة ...) إلى أن تبقى واحدة محظوظة منهن لتبدأ بالنط على الحبل.

الخليفي، محمد جاسم. (٢٠٠٠). "المواقع الأثرية في قطر: التراث المعماري، المتاحف في قطر"، إدارة المتاحف¹ والآثار: الدوحة.



6. القيس:

كلمة (أنخش) باللهجة القطرية تعني اختي ولعبة الخشيشة اقتبست اسمها من قانونها حيث يجب على البنات أن يختبن من صديقاتهن، وتتم اللعبة باصطفاف الاطفال بصف واحد ويقوم أحدهم بالعد (عقرة بقرة قال لي ربي عد للعشرة واحد اثنين ثلاثة ... حتى الرقم عشرة) ومن يقع عليه الرقم عشرة يخرج من الصف ويتكرر العد إلى أن يبقى شخص واحد فقط يقف مواجهاً للحائط.

7. التمبه:

لم تكن الكرة معروفة في الزمن القديم على المستوى الشعبي ولم يعرفها الناس الا عن طريق جليها من الهند أو البحرين وكانت تسمى اما كورة أو تمبة وفيها قطعتين الداخلية (لتيوب) والخارجية (الصلخ) أي جلد الأنسان أو الحيوان. وهي لعبة كرة القدم.²

8. الخنفروش:

نوع من الحلويات الشعبية القطرية التي ظهرت قبل عصر البترول، وكانت تعتبر من الأكلات المكلفة لاحتوائها على البيض ويتم تقديمها قديما في المناسبات السعيدة مثل الأعياد والأعراس وعودة المسافرين بعد طول غياب، ولازال الخنفروش يقدم كنوع من الضيافة إلى يومنا هذا.

9. البطولة:

هي قناع تلبسه المرأة قديما، تصنع من قماش غليظ بلون بني غامق أو اسود ذي لمعان ذهبي اصفر أو ذهبي احمر³.

المالكي، خليفة السيد محمد صالح. (٢٠١١). "الألعاب والأهازيج الشعبية"، مطابع الراية، الدوحة. 2

المالكي، نور عبدالله. (٢٠٠٠). "ألفاظ دخيلة ومعربة في اللهجة القطرية"، مركز التراث الشعبي لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، الدوحة. 3



10. المرتعشة:

تعد المرتعشة من أبرز حلي العنق والصدر معاً مصنوعة من الذهب الخالص وسميت بهذا الاسم مكونة من عدة أشكال متناسقة تحدث بريقاً جميلاً عند ارتعاشها خلال الحركة.

11. الخصور:

إسواره انفردت دولة قطر في صناعتها مكونة من قطع من الذهب والاحجار الكريمة لتتزين بها المرأة.



الفصل الثاني

المحتوى:

1- الأبحاث

2- النظريات

3- البحث الثانوي

الدراسات السابقة

4- البحث الأولي

تحليل الاستبيان

المقابلات

5- تحليل SWOT



1- الأبحاث:

الحملات السابقة:

أولاً: حملة متحدون مع التراث:

هذه الحملة تعتبر تحالف عالمي دُشن في أكثر من دولة يعمل ضد بيع القطع الاثرية بطريقة غير مشروعة وذلك لحماية المواقع الأثرية، اما هدف الحملة فهو توعية المواطنين والمقيمين في دولة قطر بأهمية التراث وكيفية الحفاظ عليه والتعريف بالأماكن التراثية والمواقع الاثرية في دولة قطر.

وقد انطلقت هذه الحملة والتي نظمتها وزارة الثقافة والرياضة في يوم الاحد الموافق ١٣ من شهر مارس ٢٠١٦ برعاية وزير الثقافة والرياضة القطري السيد صلاح غانم العلي، بالتعاون مع مكتب منظمة الامم المتحدة (اليونيسكو) وهيئة متاحف قطر، وكان حضور تدشين الحملة رؤساء من مختلف الدول واعضاء بعثات دبلوماسية معتمدة في دولة قطر بالإضافة إلى مسؤولين من هيئة متاحف قطر ووزارة الثقافة حيث تم تدشينها في الساحة الخارجية لبرج برزان والذي يعتبر موقع أثري مهم بحد ذاته.

وفي كلمة القاها مستشار الديوان الاميري سعادة الدكتور حمد بن عبد العزيز الكواري خلال تدشين الحفل، أكد على اهمية التراث في الزمن الحالي والمحافظة عليه وحمايته من الجرائم المرتكبة في حقه مثل بيع القطع الاثرية بطريقة غير شرعية فهو قوة ناعمة تؤدي للسلم العالمي وتسمح بالحوار بين مختلف الثقافات.

اما دولة قطر فقد كانت من أوائل الدول التي شاركت بهذه الحملة ويدل ذلك على حرصها على صيانة الموروثات الثقافية الخاصة بها ووعمها بأهميتها.

استمرت الحملة لثلاثة اشهر وتضمن تدشينها عروض للحرف القطرية التقليدية وللفنون الشعبية كما عرضت الملفات التي تمكنت الدول من تسجيلها في قائمة التراث العالمي ومنها الصقارة والمجلس والقهوة العربية، كما تم تقديم الاكلات الشعبية خلال التدشين، ومن جانب آخر فإن برنامج الحملة يحتوي على زيارات لمختلف المعالم التراثية في قطر والمواقع الاثرية مثل الزيارة التي أدرجت ايضاً في قائمة التراث



العالمي، وشملت الحملة كافة المراحل العمرية من كبار سن عبر المحاضرات المقدمة لهم، والرحلات المدرسية للأطفال وورش العمل للعائلات.

ثانياً: حملة معاً لأجل التراث:

هي حملة عبارة عن أنشطة للتوعية بأهمية التراث والحفاظ عليه وصيانتته ترعاها شركة أوريدو ومؤسسة علي بن علي ومجموعة شاطئ البحر، وموقعها الزيارة.

وقد انطلقت هذه الحملة في ٥ نوفمبر ٢٠١٦ وتهدف لنشر الوعي حول الحفاظ على التراث العالمي ومن هنا يتم مساعدة الشباب في تقبل التنوع الثقافي، وقد استمرت لعشرين يوماً حتى ٢٥ من الشهر، وكانت ضمن برنامج التعليم في مجال التراث العالمي الذي يتبع منظمة، كما تطوع للحملة ٥٠ متطوع ١٢ منهم من داخل دولة قطر والباقي من مختلف أنحاء العرب فبعضهم من المانيا وإسبانيا والمكسيك والبعض الآخر من دول الشرق الأوسط الاردن والعراق.

أما الهدف المباشر للحملة فقد كان الحفاظ على أحد المواقع الأثرية المصنفة ضمن قائمة مواقع التراث العالمي لليونسكو، ويتخلل هذه الحملة ورش عمل حول الفنيات التي تستخدم لصيانة المباني التقليدية وتفكيك اجزائها الضعيفة وغيرها من الأمور الخاصة بصيانة هذه المواقع وبعض الأنشطة والمسابقات، بالإضافة لحصول المتطوعين على خبرة في التعليم والحياة من خلال تجربتهم في الزيارة.

وقد قال الرئيس التنفيذي بالإجابة لمتاحف قطر منصور بن ابراهيم آل محمود بأن كل هذه الجهود ترمي إلى التوفيق بين التمسك بالعادات والتقاليد والثقافة مع مواكبة الحداثة بنفس الوقت وهذا ما شجعهم للقيام بصيانة لموقع الزيارة للحفاظ عليه.

أما السيد عادل علي بن علي رئيس مجلس إدارة مجموعة علي بن علي فأعرب عن التزامه بالحفاظ على الزيارة التي تعتبر كنز وطني حيث أنها تتطلب منا جميعاً حمايتها فقد حظيت بتصنيف منظمة اليونسكو لمواقع التراث العالمي.



أما الرئيس التنفيذي لأوريدو قطر السيد وليد محمد ابراهيم السيد فقد صرح بأن أوريدو تعد داعم رئيسي للثقافة والتقاليد القطرية من خلال توعية الافراد بالحفاظ على موروثهم المشترك.

أما الحملة فهي تتطلع لاشتراك الشباب من عمر ١٨ الي ٣٠ سنة للتطوع فيها حيث أنها تدخل عامها التاسع فقد انطلقت عام ٢٠٠٨، أما عالمياً فقد شارك فيها ٣٥٠٠ متطوع في ٤٦ دولة مختلفة في مشاريعها ال ٢١٩ في مواقع اثرية مختلف.

أما حملة نهج الألى فهي تختلف عما سبق من حملات حيث أنها تهتم بتسويق التراث خلال حدث معين الا وهو ٢٠٢٢ م مما يجعل نطاق تطبيقها اضيق وأكثر تحديداً وتركيزاً مما ذكر سابقاً.

2- النظريات:

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع:

تناولت هذه النظرية التي تتمحور حول طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام طريقة استخدام الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية أو المنتج الاعلامي لإشباع حاجاته ورغباته، فتصبح وسائل الاعلام أداة دورها هو تلبية رغبات الجمهور، ومن هنا ترتبط هذه النظرية بمضمون الحملة من خلال اشباع الحملة الإعلامية لحاجات المجتمع القطري العاطفية، من خلال ابرازها للثقافة والتراث القطري والاعتزاز بها وربط هذه الثقافة بمستقبل الدولة والحرص على عدم اندثارها.

ثانياً: نظرية ترتيب الأولويات والأجندة:

نشأت هذه النظرية خلال العقد السابع من القرن الماضي وافترضت بأن وسائل الاعلام هي التي تشكل اهتمام لدى الجمهور لموضوع معين وترتب مدى أولويته لديهم، وذلك عن طريق تسليط الضوء على بعض المواضيع والقضايا دون غيرها وبالتالي اعطائها نوع من الاهمية لدى الجمهور لاعتقاده بأن القضية لم تطفو على سطح الاعلام وتبرز الا أن كانت ذات اهمية.



والجدير بالذكر أن تطرق الحملة لموضوع تشجيع القطريين على إبراز ثقافتهم للسائحين في ٢٠٢٢ يخلق لديهم اهتمام ووعي بجدية مساهمتهم وأهميتها لاستغلال هذا الحدث بالترويج للتراث القطري ومدى تأصله.

ثالثاً: نظرية الغرس الثقافي:

يعتقد مؤسس هذه النظرية جورج جرينر بأن إحدى وظائف الإعلام هي التأثير بثقافة ومعرفة الجمهور المتلقي فالغرس هو إحدى أشكال التنشئة الاجتماعية فهو تعلم عرضي ناتج عن التعرض لوسائل الاعلام التي من خلالها يتعرف على حقائق في الواقع الاجتماعي.

وهذه الحملة تعمل أيضاً كوسيلة من وسائل الإعلام على غرس ثقافة معينة لدى جمهورها وهي الحرص على ربط الماضي بما فيه من تراث بالمستقبل، وإبرازه في الحدث الكبير الذي يستقطب عدد كبير من جنسيات العالم المختلفة، بالإضافة إلى تعريفهم بالثقافة القطرية ومكوناتها حيث من الصعب فهم حضارة خليجية من قبل جنسيات اجنبية الا بمساعدة من المجتمع نفسه.

رابعاً: نظرية التعلم الاجتماعي:

تعود هذه النظرية لجابرييل تارد وتقول بأن الفرد يقوم بتقليد وتبني سلوكيات معينة بعد ملاحظة نتائج ايجابية لما يقوم به غيره من الناس.

وهنا يتعلم الأبناء من آبائهم وممن حولهم روح الاعتزاز بالثقافة الأصلية والتمسك بها ونشرها وتعريف الأجانب بها، خاصة وأن هذا الجيل هو الجيل المستهدف للعمل على هذا المشروع حيث أن المونديال سيُعقد بعد ٥ سنوات مما يجعلهم في متوسط من العمر يؤهلهم لهذا الدور. (المشاقبة، ٢٠١٣).



3- البحث الثانوي:

الدراسات السابقة:

أوضحت دراسة بعنوان: رؤية نظرية لمفاهيم التسويق السياحي ورضا السائحين، عبد الحميد عبدالله الخرابشة (2014) فوائد السياحة في كونها تعمل كمرآة تعكس صورة تطور الشعوب حضارياً، ذلك لكونها تشتمل على الأنشطة الإنسانية المختلفة ذات الابعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وأبانت دراسة بعنوان: الاتجاهات الحديثة في السياحة الثقافية: تسويق المتاحف نموذجاً نواف نهار طبيشات (2016) أن المتاحف تحكي قصص نجاح الأمم، وتلعب دوراً حاسماً في نجاح السياحة وجذب العديد من الزوار الدوليين والمحليين. لأنها تعرض أفضل ما في تاريخ البلاد وثقافتها وتنتشر الثقافة المحلية وتعزز من الروح الوطنية والانتماء للوطن للمحليين من زوارها.

وذكرت مهدية هامل في دراستها: أهمية الموروث الثقافي الجزائري في تحقيق السياحة الثقافية، (2015) أن أهم سبل المحافظة على الموروثات، يتمثل في الاهتمام بالموروث الثقافي واستثماره كمنتج سياحي يسمح بتنمية المجتمع. وينبغي النظر إلى كون هذه الموروثات هي الحافظة الأساسية للمخزون التاريخي والثقافي للأمم وعلى الأفراد أن يستنطقوا هذا التراث للتعبير عن مختلف الحضارات من خلال احترام السياحة الثقافية، وعدم حصر مردودات السياحة الثقافية في مردودها الاقتصادي.

وفي الدراسة: السياحة التراثية، دالين تيموثي (2012) أبان دالين تيموثي أن هناك عدة عوامل تدعم أهمية السياحة لدى الأفراد، فهي وسيلة لاكتساب الخبرات والتجارب، وسبيل للتعرف على أناس جدد. ومن العوامل التي أسهمت في نمو السياحة التراثية التي تمثل أقدم أشكال السياحة، إضافة إلى أبعاد التراث كمادة متوارثة بين الأجيال، زيادة مستوى التعليم وارتفاع الدخل والطلب على التراث والاهتمام بموضوعات المحافظة على التراث وإدارة السياحة التراثية.



ويعد التراث التاريخي والثقافي من العوامل الرئيسية لتحديد جاذبية البلاد السياحية، حسب ما أوضحتها عنبة بنت سعود في دراسة: دور الموارد التراثية في حجم الحركة السياحية: دراسة حالة محافظة الاحساء، (2010) وأبانت أن للموارد التراثية دور هام في حجم الحركة السياحية، وبالتالي في الاقتصاد المحلي من خلال زيادة حركة السياحة الداخلية والخارجية. ومن الاسباب التي تقلل من الدور الاقتصادي الايجابي، ضعف الوعي السياحي المحلي بالموارد السياحية واغفال تلك الموارد وعدم الاهتمام بها يقلل من طبيعة التأثير الايجابي لها.

وذكرت دراسة بعنوان التنسيق بين النشاط السياحي وادارة التراث الثقافي: من منظور التنمية السياحية المستدامة-دراسة حالة مصر، غادة محمد خيرت (2010) أن من أهم عوامل وعناصر الجذب السياحي، التاريخ والثقافة، ولتعظيم فائدة السيّاح وتقليل الاثار السالبة يجب توفير التنسيق اللازم بين الأنشطة السياحية وادارة التراث الثقافي التي ينبغي أن تكون ادارة فاعلة يكون من أولوياتها المحافظة على الاثار التراثية عبر تحديد الحجم الأمثل للنشاط السياحي، من أجل تخفيف الأثر السالب للحجم الكبير من السيّاح على الاماكن الأثرية.

عادة ما تكون قضية التراث من القضايا الشائكة، هذا ما أكدت عليه دراسة بعنوان: تراثنا: الهدم والبناء غالي شكري (1972) ذلك لأن هناك من يتناول التراث على أنه يعني الانغلاق على النفس والاكتماء بالذات. ولكن التراث شأنه شأن السلوك الاجتماعي، عبارة عن قيم وتقاليد، بمعنى أن التراث ليس جامدا ولا مقدسا بل نتاج فكر الأنسان، لذا فعملية الهدم والبناء ضرورية بحيث يتم ازالة الغبار والاستفهام الايجابي الفعال ودراسة السياق التاريخي وعدم الاغفال.

بينما تناولت دراسة: الادوات والسياسة الترويجية وأثرها على ادراكات السيّاح، شنيخي عبدالرحيم (2015) أهمية السعي لأنعاش السياحة والعمل على تكوين الادراك واكتساب رضى السيّاح، ينبغي تحقيق اتصال فعّال مع السيّاح عبر الادوات التسويقية والتي من أهمها الترويج والإعلان السياحي. لأنه في كثير من المواطن تتوفر الموارد السياحية المتعددة وبأنواعها المختلفة، ولكنها تبقى غير مستغلة



الاستغلال الامثل، وذلك لأغفال تسويقها أولأن التسويق لها يتم بصورة غير فاعلة أو غير جديدة، مما يؤثر سلباً على حركة السياحة.

ومن ناحية أخرى أكدت دراسة بعنوان: التراث والبيئة والسياحة: من أجل تنمية محلية مستدامة، محمد العزيز نجاحي (2007) أن البيئة هي المجال الذي يمارس فيه الإنسان حياته، وتمثل البيئة بمختلف أنواعها الثقافية والطبيعية والاجتماعية... الخ أبرز مقومات السياحة العالمية. لذلك نجد أن التراث في البيئة يوظف لخدمة السياحة باعتبارها صناعة مرتبطة بالتجارة عبر الحدود. ويحقق تفعيل التراث سياحياً المردود المالي من خلال السياحة الخارجية واثراء مدارك المواطن من خلال المعارض والمتاحف. مما يعد تنمية محلية مستدامة تنقل إلى الاجيال اللاحقة تراثا محفوظا وبيئة سليمة.

كما أبانت دراسة بعنوان: تفعيل وتنمية السياحة المصرية المقومات-المعوقات-إطار ومحاوير التطوير، سمير سعد مرقص (2005) أن المقومات السياحية أيا كان تصنيفها طبيعية، تاريخية، أو معززات كال فنادق والملاهي والمطاعم والحدائق وغيرها، تعد من عوامل الجذب السياحي، ولا بد من تكامل التوجهات المستقبلية للاستثمار السياحي ورفع كفاءة النشاط التسويقي السياحي وتوفير مناخ جاذب للاستثمار، خاصة فيما يتعلق بخلق مناخ آمن السلام، وهذا يتحقق عند وجود تعاون بين كافة قطاعات الدولة لتطوير النشاط السياحي.

وأشارت الدراسة: اشكالية التراث الحضري وأهمية الحفاظ عليه، بشار راضية، (أن التطور في العلوم الإنسانية كالجغرافيا وتاريخ الفن والأنثروبولوجي قد قاد إلى توسيع المجال التراثي البشري. وتسعى اليونيسكو بشتى الطرق لضمان ايجاد تطور دائم للمدن التاريخية لأن المحافظة على الموروثات يعمق من معاني التلاحم الاجتماعي ويحفظ ذاكرة التأريخ الاجتماعية من الضياع. كما أن الاعتناء والمحافظة على بيئة التراث يؤدي للمحافظة على التراث معنى وقيمة.



وتناولت دراسة بعنوان: نشأة السياحة وتطورها التاريخي عبر العصور، أن تطور الحركة والسفر والسياحة ارتبط بتطور الجنس البشري، وزادت الرغبة في التنقل للإنسان بازدياد حاجياته وتعددتها. لذا يمكننا النظر إلى السياحة كظاهرة اجتماعية بدأت مع الأنسان وتطورت بتطوره. ويعد القرن العشرين هو القرن الذهبي للسياحة لتطور وسائل المواصلات وتقدم وسائل الاعلام والتحسن في الظروف المادية الاقتصادية.

أكدت دراسة بعنوان: الاعلام وترويج السياحة الثقافية: المملكة العربية السعودية لـ لنايف بن ثنيان ال سعود (2005) أن المحافظة على التراث الوطني تستلزم ضرورة الاهتمام بتفعيل دور ووسائل الاعلام بمختلف أنواعها، من أجل الترويج للسياحة ونشر الثقافة الأثرية والمعارف التاريخية عناية بالموروثات الوطنية.

الجهد العملي للسياحة يقوم بادراك اهميته المادية والثقافية ويحتاج إلى مساحة يتزامن فيها مع الوعي مع موجبات الثقافة السائدة، هذا ما أوضحته دراسة صلاح الدين صابر عبدالله: الأسس الاستراتيجية لتوظيف التراث الشعبي في التنمية السياحية (2011)، فالسياحة كصناعة شأنها شأن غيرها من الصناعات تقوم على مكونات وعناصر اساسية منها البنية الاساسية، الخدمات العامة، الامن والاستقرار، والنقل، والموارد السياحية واطافة لعناصر الجذب السياحي كالمربعات التاريخية، والمربعات التراثية والثقافية والمربعات العلاجية والاقتصادية.

تناول مصطفى محمود الحيارى في دراسته: دور وسائل الاعلام المتعددة في ترويج التراث الثقافي المادي والاثري في الاردن (2014) تعاضم أدوار وسائل الاعلام المختلفة في خدمة الترويج السياحي، ولعل دول العالم قد استفادت منها كل على حسب رؤيته فاهي تزانيا تدفع الاف الدولارات للترويج عن السياحة بها خلال شاشات الملاعب في البطولات العالمية. وكذلك نجد أن تركيا قد اتجهت إلى التلفزيون فأنتجت في عام واحد العديد من المسلسلات. كما نجد أن دولا اخرى اتجهت غيرها من الوسائل.



ومن جانب آخر تناولت دراسة محمد زياد محمد الغزاوي بعنوان: أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تشجيع السياحة في الاردن، (2016) ضرورة الاهتمام بتشجيع نشر الثقافة، لاسيما من خلال الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي التي تعمل على تشجيع السياحة ونشر الثقافة، ونجد أن السياحة بمختلف مراحلها المتمثلة في الانتباه والاهتمام والرغبة والتصرف قد تأثر بشبكات التواصل الاجتماعي لكفاية المعلومات ودقتها وسهولة استخدامها.

وقد أوضح محمد حسن سعيد، في دراسته: الترويج السياحي في السودان ودوره في بناء الصورة الذهنية، (2010) بأن أهمية السياحة وبمختلف أنواعها السياسية، التعليمية، العلاجية، الاجتماعية، الرياضية، الثقافية، والترويحية والاستجماميين، ينبع من اعتمادها على قيم الثقافة والتراث. ويعد عدم توفر الامن والصحة ومعززات السياحة، وانخفاض الدعم الحكومي، وتضارب الاختصاصات وانخفاض الوعي السياحي من أهم معوقات السياحة، التي ينجم عنها اثار سلبية.

وهذا من ضمن ما نادى به حملة (نهج الألى) بضرورة تفعيل دور الاعلام للترويج للسياحة الأثرية والثقافية في قطر.



4- البحث الأولي:

أ- أولاً: البحث الكمي:

قام فريق العمل بعمل استبيان يهدف إلى قياس مستوى معرفة الجمهور بالتراث الثقافي والحضاري لدولة قطر والتعرف إلى أهمية كأس العالم ودورة في ترويج التراث الثقافي للدولة، وأيضاً يهدف التعرف على آرائهم ومقترحات حول فكرة انتشار التراث القطري.

ب- ثانياً: البحث الكيفي:

تم إجراء ثلاث مقابلات أحدها مع الإعلامي حسن المهندي حول أهم الأسباب في عدم انتشار أوبروز الإرث القطري وكيف يمكن زيادة اهتمام الإعلام القطري بالموروث والمقابلة الثانية مع الأستاذ محمد سعيد البلوشي والمقابلة الثالثة مع السيد إبراهيم السيد حول كيفية استغلال حدث ٢٠٢٢ بطريقة صحيحة لنشر الموروث القطري والتسويق له

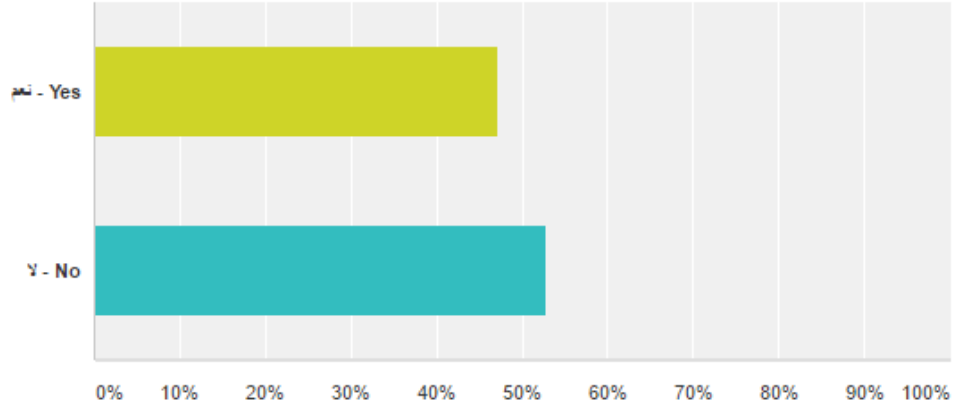


تحليل الاستبيان

1- تعتبر قلعة الزبارة قديماً ميناءاً مزدهراً لصيد وتجارة اللؤلؤ، وقد تم إدراجها ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي والتي تقع شمال قطر، هل استطعت زيارة القلعة؟

1- Al-Zubara Citadel was once a prosperous port for pearl fishing and trade. It was listed on the UNESCO World Heritage List, which is located north of Qatar. Have you ever been to the Citadel?

Answered: 291 Skipped: 0



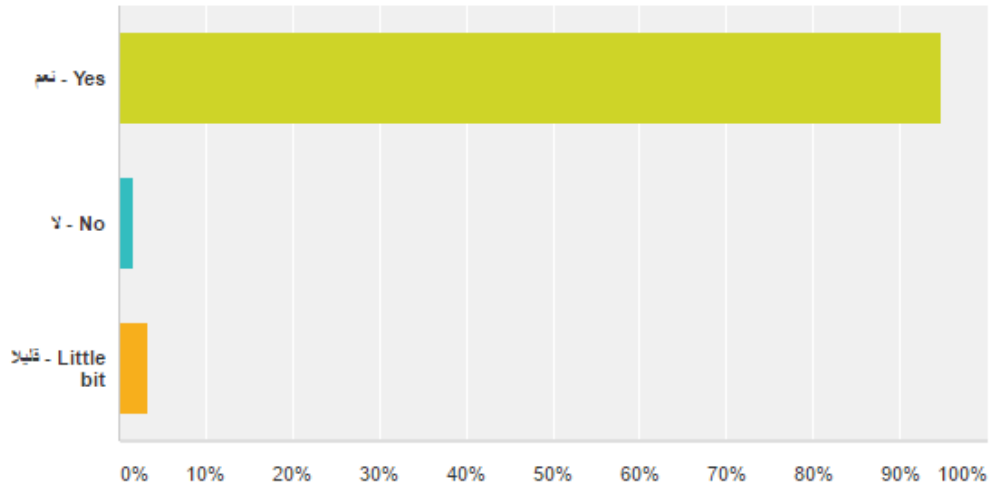
Answer Choices	Responses
Yes - نعم	47.08% 137
No - لا	52.92% 154
Total	291

شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه وأوضحت النتائج أن 47.08% منهم هم فقط من زاروا قلعة الزبارة في حين أن 52.92% لم يزوروها من قبل، يعتبر ذلك دافعاً لمؤسسي الحملة لتحقيق الاهداف المرجوة من الحملة.



2- يعتبر الحي الثقافي كتارا وخور العديد والكورنيش من أكثر المناطق السياحية في دولة قطر هل سمعت عنها من قبل؟

2- The cultural district of Katara, Khor Al-adid, and Corniche are among the most visited tourist areas in the State of Qatar. Have you ever heard about them before?



Answer Choices	Responses
نعم - Yes	94.85% 276
لا - No	1.72% 5
قليلا - Little bit	3.44% 10
Total	291

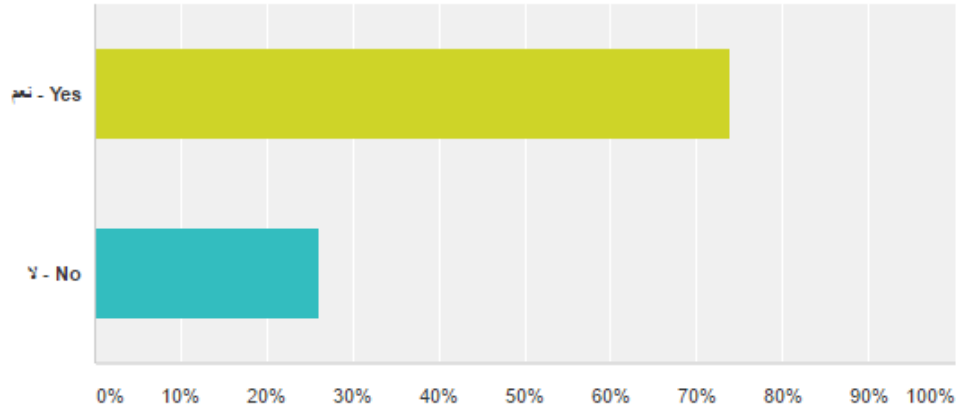
شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه وأوضحت النتائج أن 94.85% منهم يعرفون معلومات جيدة عن الحي الثقافي كتارا وخور العديد والكورنيش في حين أن 1.72% فقط هم من لا يمتلكون أي معلومات عن تلك المناطق، أما 3.44% هم من يمتلكون معلومات عن بعض المناطق وليست جميعها.



3- هل تعتبر دولة قطر مقصدا للسياح من كافة أنحاء العالم؟

3- Is Qatar a destination for tourists from all over the world?

Answered: 291 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
نعم - Yes	73.88% 215
لا - No	26.12% 76
Total	291

Comments (130)

شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه وأوضحت النتائج أن 73.88% منهم يعتبرون دولة قطر مقصد سياحي للسياح من كل أنحاء العالم في حين أن 26.12% لا يؤيدون ذلك.

وهذه بعض التعليقات التي تؤيد آراء كلا من الطرفين:

بسبب توفر المرفق وكذلك مناطق الاستجمام وكذا مراكز التسوق والفعاليات التراثية والثقافية

4/13/2017 10:39 AM

لأنها لا تتوفر على كافة أنواع السياحة

4/13/2017 7:05 AM

عدم بدل المزيد من الجهد لأجل الترويج للدولة

4/13/2017 4:19 AM

لا توجد فيها معالم سياحة كثيرة



4/13/2017 12:40 AM

قطر دولة صغيرة ومزدحمة ولا تستوعب المزيد من الناس السياحة في قطر ممتازة لمن هم موجودون داخل البلد الدولة توفر كافة أنواع الرفاهية للمواطنين والمقيمين وكي تكون قطر واجهة السياحة في الخليج لا بد أن توسع من مشاريعها اذا كانت تنوي في استقطاب المزيد من الجماهير وخاصة كأس العالم 2022
4/12/2017 9:19 PM
السنة ٢٠٢٢

4/12/2017 7:29 PM

قطر تعتبر دولة جديدة في قطاع السياحة فمع أن السياح في ازدياد إلى أنها لا تعبر مقصدا لجميع السياح في العالم بعد...

4/12/2017 7:11 PM

لقله الترويج

4/12/2017 6:31 PM

لأنها الدولة الخليجية الوحيدة التي مازالت تحافظ على هويتها وتراثها وثقافتها

4/12/2017 6:03 PM

تتسم بجميع مواصفات البلد السياحي كما أنها دولة راقية وبها ثقافات جميلة ليتم اكتشافها

4/12/2017 5:19 PM

Lots of tourists places

4/12/2017 2:16 PM

الاماكن لجذب السياح قليلة ولا في تنوع في الاشياء الجاهبه

4/12/2017 12:24 PM

أصبحت دوله قطر من إحدى افضل الدول العربيه في العالم العربي واستطاعت تنظيم العديد من الفعاليات والأنشطة لجذب السياح

4/12/2017 12:23 PM

لا تحتوي على معالم كافية

4/12/2017 12:15 PM

لقصد زياره دوله قطر لتعرف عليها واكتشاف تراثها العريق والاستمتاع بحاضرها والنهضة التي تعيش بها البلاد

4/12/2017 12:14 PM

يوجد بها أماكن تراثية بحتة

4/12/2017 12:13 PM

لأن دولة قطر في تطور مستمر وتنمي الجانب السياحي بشكل ممتاز اضافة إلى أنها تحافظ على الاماكن التراثيه بشكل جيد وهذا الامر يجذب الكثير من السياح

4/12/2017 12:11 PM

لأن دولة قطر وللحمدالله هي في تطور مستمر

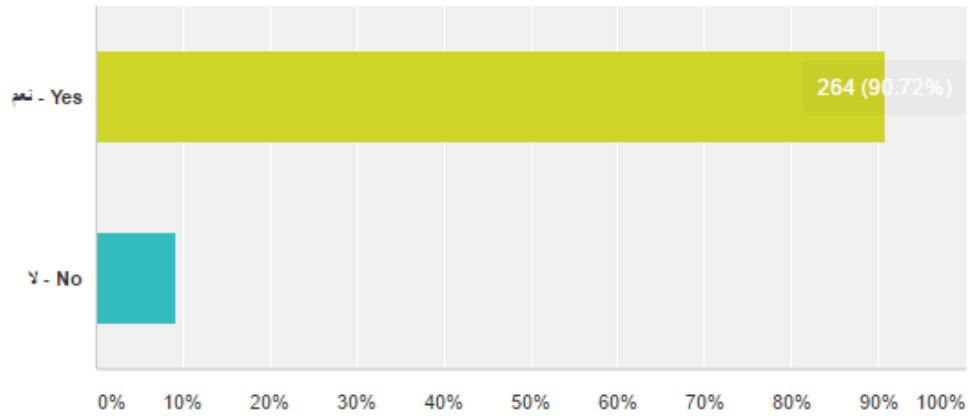
4/12/2017 12:11 PM



4- هزة الفنجال في دولة قطر تعني الاكتفاء من شرب القهوة هل سمعت عن هذه المعلومة من قبل؟

4- Vangal (Arabic coffee cup) Shake in Qatar means Down drinking coffee Have you ever heard about them before?

Answered: 291 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
نعم - Yes	90.72% 264
لا - No	9.28% 27
Total	291

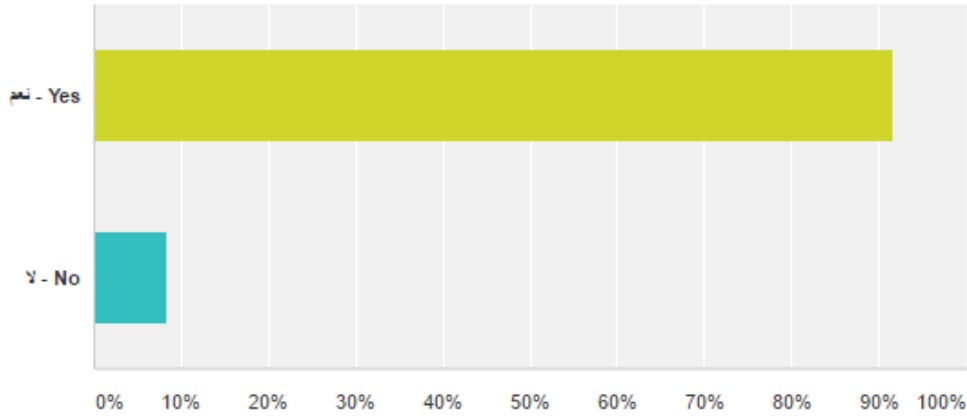
شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه وأوضحت النتائج أن 90.72% منهم يعرفون جيداً هزة الفنجال وما المقصد منها في حين أن 9.28% فقط لم يسمعوا بها.



5- يعتبر الثريد والمجبوس والخنفروش من أكثر الأكلات الشعبية المعروفة في دولة قطر، هل تذوقت تلك المأكولات من قبل؟

5- Tharid, Majabus and Khafnorsh are among the most popular dishes in Qatar. Have you ever tasted these foods before?

Answered: 291 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
Yes - نعم	91.75% 267
No - لا	8.25% 24
Total	291

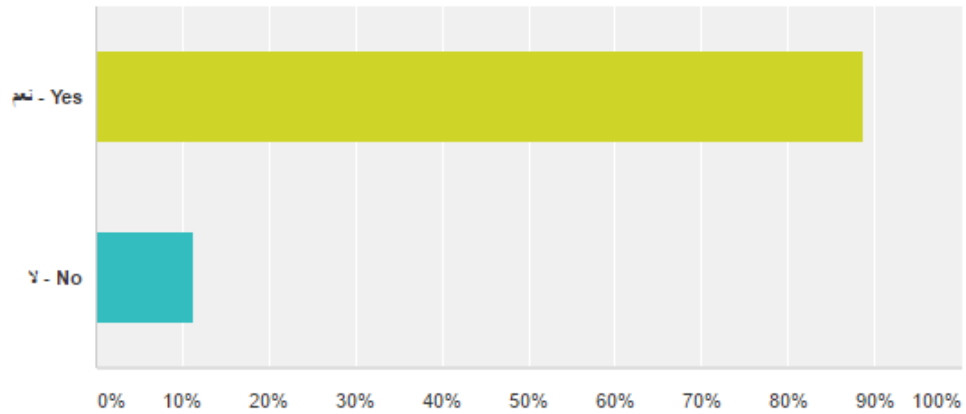
شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه وأوضحت النتائج أن 91.75% منهم يعرفون جيداً الاكلات الشعبية القطرية وسمعوا بها ومنهم من جرّبها بالفعل في حين أن 8.25% لم يسمعوا بها ولم يتذوقوها، وهذا يعتبر دافعا لمؤسسي الحملة للعمل على نشر كافة المعلومات حول هذه الأكلات والتي تمثل طابعا قطرياً أصيلاً.



6- برأيك هل سيساهم تنظيم دولة قطر لكأس العالم لكرة القدم عام 2022، في التعريف بتراث دولة قطر؟

6- In your opinion, Will Qatar's organization to 2022 Football World Cup contribute introducing Qatar's heritage ?

Answered: 291 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
Yes - نعم	88.66% 258
No - لا	11.34% 33
Total	291

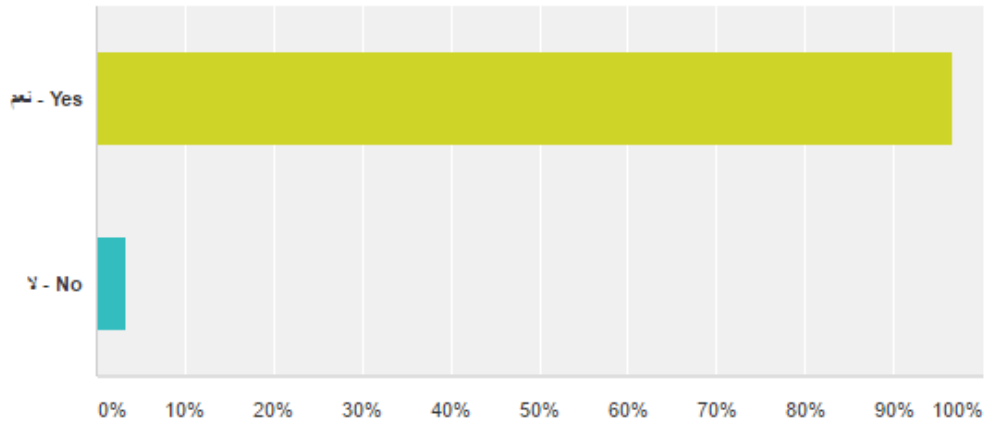
شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه ويرى 88.66% منهم أن كأس العالم بدولة قطر عام 2022 سيساهم بشكل جيد في نشر الثقافة القطرية للزائرين الأجانب من كافة أنحاء العالم، في يرى 11.34% أن كأس العالم 2022 لن يساهم في ذلك، وهذا يعتبر كأس العالم 2022 هدفا هاما من أهداف الحملة للتخطيط لكيفية استغلاله في الترويج لنشر ثقافة وتراث دولة قطر.



7- يعتبر سباق الهجن وهواية القنص من السباقات المعروفة في دولة قطر قديما، والتي لازالت موجودة إلى الآن هل سمعت عن هذه السباقات من قبل؟

7- Camel race and hunting hobby are well known races in the State of Qatar, which still exist to date, Have you ever heard about them before?

Answered: 291 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
Yes - نعم	96.56% 281
No - لا	3.44% 10
Total	291

شارك 291 شخص للإجابة على السؤال الموضح أعلاه وأوضحت النتائج أن 96.56% منهم سمعوا من قبل بسباق الهجن، في حين أن 3.44% فقط لم سمعوا به من قبل، وتمثل نسبة النفي نسبة ضئيلة جدا ويمثل ذلك دافعا لفريق العمل حتى يطور من اساليب نشر المعلومات.



4/12/2017 6:41 PM

قله الترويج السياحي للدوله على المستوى الخليجي والعربي والدولي

4/12/2017 6:31 PM

We need more fun places like theme parks

4/12/2017 2:16 PM

التخطيط المستقبلي و الجيد

4/12/2017 12:24 PM

الازدحام المروري

4/12/2017 12:15 PM

اغلب الناس تسافر وتختار اماكن فيها اجواء مناسبة وبارده في الصيف

4/11/2017 10:10 PM

التضخم وارتفاع الأسعار

4/11/2017 10:54 AM

بتوقع كسياحة لا معوقات لكوني حظرت إلى قطر بكل المواسم وجود اماكن سياحيه بكل الظروف ولاكن أنا بطبعي ابحت واجدواماكن .
فهناك اشخاص وكثيرون يتبعون الاعلام فلو كان هناك مزيد من الإعلانات يكون أفضل

4/10/2017 9:55 PM

الجو في الصيف يكون حار جدا +زحمه الطرق

4/10/2017 8:10 PM

عدم وجود مواصلات عامة

4/10/2017 6:47 PM

كثير من الناس لايعرفون بوجود دولة قطر

4/10/2017 6:30 PM

عدم توفير مواصلات العامه بكثرة

4/10/2017 5:51 PM

وايضاً قله الاماكن الترفيهيه والان قطر تركز اكثر على عالم التسوق وقد املت الجوانب الاخرى مثل اماكن ترفيهيه اماكن

4/10/2017 4:07 PM

وارتفاع نسبة الرطوبة

4/10/2017 3:42 PM

غلاظ الأسعار بالنسبه للفنادق مقارنة مع الدول الأوربيه والاسيويه

4/10/2017 3:14 PM

الغرب يعتبرون الدول العربيه دول متخلفه لاتوجد بها غير الاماكن المقدسه بالاضافه إلى الوضع السياسي في الدول العربيه

4/10/2017 2:38 PM

باعقادي قلة الاماكن السياحيه لأنها تتمركز بعهده مواقع معدوده وعذراً بالجنسيه كان الافضل كتابة خليجي ايضاً وشكراً

4/10/2017 2:01 PM

غلاء الاسعار. اغلب الفنادق ٥ نجوم نحتاج فنادق ٣ و ٤ نجوم اكثر فالموجود لايفي

4/10/2017 1:56 PM

البنية التحتية من أهم الاشياء في السياحة

4/10/2017 1:23 PM

جذب المكتبات ارتفاع الأسعار تمرکز المشاريع في مناطق محددة

4/10/2017 1:18 PM

النشاطات محدوده ولكن نتأمل أن تزيد فالايام القادمة

4/10/2017 1:08 PM

و قلة الاماكن الترفيهيه مثل ملاهي

4/10/2017 12:57 PM

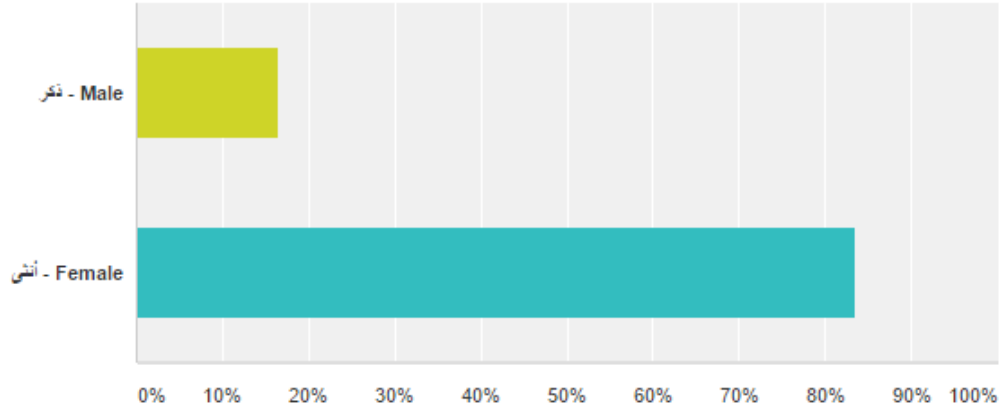
غلاء ايجارات السكن ، والمطاعم ، صعوبة بعض القوانين لإقامة المعارض العامة والتجارية والتراثية

4/10/2017 12:51 PM



الجنس : Sex:

Answered: 291 Skipped: 0



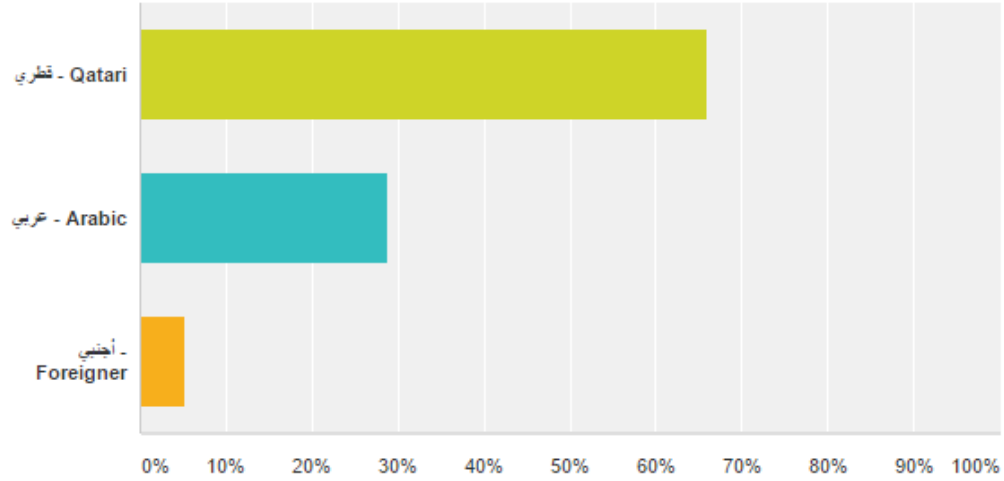
Answer Choices	Responses
ذكر - Male	16.49% 48
أنثى - Female	83.51% 243
Total	291

كانت نسبة المشاركين في الاستبيان من الذكور 16.49% في حين كان 83.51% من المشاركين هم من الاناث



الجنسية: Nationality:

Answered: 291 Skipped: 0



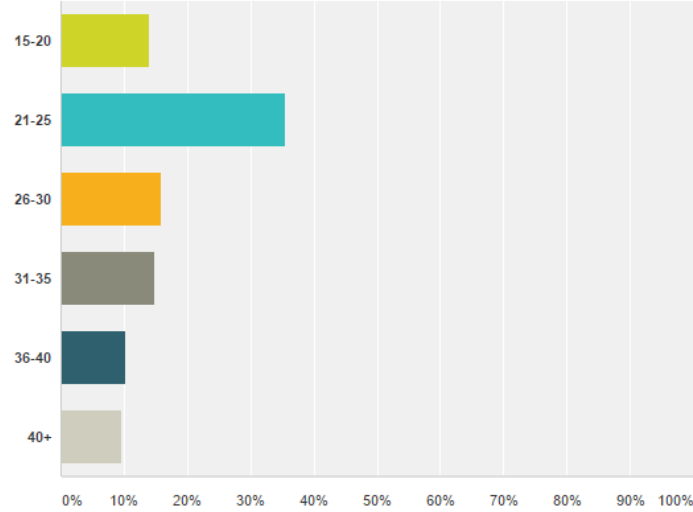
Answer Choices	Responses
قطري - Qatari	65.98% 192
عربي - Arabic	28.87% 84
أجنبي - Foreigner	5.15% 15
Total	291

كانت النسبة من المشاركين القطريين في الاستبيان هي 65.98% أما من الجنسيات العربية المختلفة كانت نسبة المشاركين هي 28.87% وكان للمشاركين من الجنسيات الأجنبية نصيب من الاستبيان وذلك بنسبة 5.15%



العمر: Age:

Answered: 291 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
15-20	14.09% 41
21-25	35.40% 103
26-30	15.81% 46
31-35	14.78% 43
36-40	10.31% 30
40+	9.62% 28
Total	291

تعددت الفئات العمرية للمشاركين في الاستبيان حيث كان 14.09% من المشاركين هم من الفئة العمرية 20-15 عام كما شارك 35.40% من الفئة العمرية 25-21 عام وكان للفئة العمرية 30-26 عام نسبة 15.81% من المشاركين اما بالنسبة للفئة العمرية 35-31 عام كانت بنسبة 14.87% وكانت النسبة 10.31% هي للفئة العمرية 40-36 عام اما الفئات العمرية الاخرى والتي تعدت 40 عام فكانت بنسبة 9.62%.

ويعتبر ذلك مؤشرا لاهتمام كافة الفئات العمرية بهدف الحملة مما يعتبر دافعا قويا لمؤسسي الحملة لتطوير الحملة وتحقيق كافة الاهداف المرجوة منها.



المقابلات

المقابلة الأولى:

كانت المقابلة الأولى مع الأستاذ محمد سعيد البلوشي، استشاري تراث في ادارة المكتبات العامة والتراث بوزارة الثقافة والرياضة.

بداية تحدث الأستاذ محمد عن زوار كأس العالم ٢٠٢٢ وعن اختلاف جنسياتهم وصعوبة التحكم باللغة التي سوف تستخدم في تسويق التراث لهم، بالإضافة إلى تطرقه للسبب الرئيسي لزيارة مختلف الجاليات في هذا الحدث وهو اهتمامهم بالرياضة، ومن هنا نصح الأستاذ محمد بأن يتم لفت أنتباههم لموضوع قد لا يشجعهم للانتباه له مثل التراث القطري عبر ربط الحدث في ٢٠٢٢ بالألعاب الشعبية التي هي أساساً نوع من أنواع الرياضة، فالبعض منها يشكل العاب مازالت موجودة حتى اليوم بصورة عالمية مثل الشيش التي تمارس اليوم كمبارزة بالسيف، ولعبة التمبة التي أصبحت تسمى كرة القدم، وبعد أن يتم لفت أنتباه الزائر نغرقه في بحر التراث والثقافة القطرية وبذلك تصبح من أولوياته التعرف عليها ويصبح حدث رئيسي وليس تراث على هامش الحدث فقط.

كما قال الاستاذ محمد بأن افضل طريقة لإبراز التراث والثقافة القطرية (اشار بأصبعه على ملابس الطالبة) ويقصد بذلك زهبا وعباءتها بالإضافة إلى الثوب ويتعدى ذلك مرحلة الزي إلى طريقة السلام ونوع القهوة والاكالات الشعبية وغيرها، فهذه الممارسات حسب الاستشاري هي افضل طريقة للتسويق للتراث، وايضاً اقترح عرض مجموعة من الصور التي تبين تطور دولة قطر التي يعتبرها بعض الأجانب هي ذاتها دبي وذلك لعدم وجود شهره واسعه لها، وهذه الصور تبين المساحات الواسعة قبل النهضة وبعدها من زمن الحرف التقليدية إلى زمننا الحالي، هذا يخلق وعي لدى الزائر بأهمية الدولة وعراقتها ومدى النهضة التي وصلت لها بفضل الجهود التي بذلتها.

بالإضافة إلى ذلك اقترح الاستاذ أفكار عدة للفيلم ولكن الوقت لم يسعفنا حيث أن مشاهد الفيلم قد صُوّرت ويتم عمل المونتاج حالياً، كما قال إنه يفضل بأن يكون الفيلم فيه شيء من الترحيب بالضيوف



لتشجيعهم على تكوين صورة جيدة عن الدولة وتقبل ما سيتم تسويقه له من تراث بشغف، وأوصى بالابتسامة على جميع الاصعدة بداية من موظفي المطار ووصولاً لعامة الشعب.

وأكد الاستاذ على اهمية استخدام كل لغات الجاليات التي ستستقبلها الدولة وذلك عبر دراسة دقيقة للجنسيات المتوقع قدومها، لأن اللغة هي اهم محور في الحملة، فأن لم يفهم المتلقي لغة الحملة لن تحقق مبتغاها واهدافها، كما أن بعض الجنسيات لا تتحدث اللغة الإنجليزية، لذلك يجب الانتباه لموضوع اللغات في الحملة، بالإضافة إلى الدقة في الترجمة فيقول الاستاذ بأنه قد تعرض لموقف خلال حاجته لترجمة كلمة (لياي السمر) والتي تعني الأغاني الشعبية وتأتي الكلمة من لون الاشخاص الذين كانوا يعزفون ويغنون قديماً وهم داكني البشرة، فيقول بأن الكارثة حدث عندما تم ترجمة الكلمة حرفياً فأصبحت (the nights of dark people).

المقابلة الثانية

كانت مع الاعلامي حسن المهندي

لقد قمنا بإجراء مقابلة مع الإعلامي حسن المهندي، وعلمنا استخلصنا بعض المعلومات التي تساهم في وجود أفضل طريقة لنشرونجاح حملتنا. كما قال حسن المهندي، أن الاهتمام بالإرث والثقافة القطرية بدأت مؤخراً على مطلع 2002، إذ أن اهتمام الأجهزة المختصة بالثقافة ونشرها لم يكن فعالاً. وأضاف أيضاً بأنه قد واجهته مشكلة حين كان يقوم بالتحضير لبرنامج "شيء من الماضي"، إذ أنه لم يستطع إيجاد مراجع موثقة عن بعض الحضارات والثقافات القطرية، أي أنه لم يجد مراجع موثقة عن الإرث القطري، فقد استعان بالأجيال القطرية القديمة أي الأشخاص الذين عاصروا الأجيال القديمة عبر المقابلات الشخصية والاسئلة الكثيفة، بالإضافة إلى أنه قد استعان بمكاتب خارجية (لبنان، الكويت، البحرين) وثقت بعض من الإرث القطري.

علل الأستاذ حسن المهندي اهم الأسباب في عدم انتشار أو بروز الإرث والثقافة القطرية، أولاً بضعف الاعلام القطري أو اهمال الاعلام القطري للإرث والحضارة القطرية، وعدم وجود برامج مترجمة



عن الحضارة. وهذا السبب يساهم في عدم اثاره الأجنب السباح والوافدين إلى اكتشاف الإرث والحضارة القطرية أو الاهتمام به. أضاف ايضاً أن اهتمام الشعب القطري والاجيال الحالية بالموروث ضعيف وهذا يعود إلى عدم وجود الإرث القطري بكثافة وبدقة في المناهج التعليمية الاكاديمية والثقافية، وكما قال، أن القطري إذا نقصت معرفته عن الموروث القطري فمن سيمت فيه غير أبناء الوطن، ومن دون النشر والاهتمام كيف سيتعرف العالم على الإرث القطري.

أوضح الأستاذ حسن المهندي بأن الحل يكون عبر تثقيف أبناء هذا الجيل أكثر عن الموروث القطري من أجل أن ينشروه في حالهم واحوالهم وعبر حياتهم وجولاتهم حول العالم. يجب زيادة اهتمام الاعلام القطري بالموروث ويجب عمل برامج ثقافية واجتماعية باللغة العربية والإنجليزية، بحيث أنها تبث وتنشر الإرث القطري حول العالم. وأضاف ايضاً أن هذه الأساليب تكون قوة جذب هائلة من الأجنب اتجاه معرفة واكتشاف الثقافة والإرث القطري .

المقابلة الثالثة:

كانت المقابلة الثالثة مع الاستاذ إبراهيم عبد الرحيم البوهاشم السيد مدير إدارة المكتبات العامة والتراث وتمت في وزارة الثقافة والرياضة في مكتب الاستاذ:

حول كيفية استغلال حدث ٢٠٢٢ بطريقة صحيحة لنشر الموروث القطري والتسويق له قال الاستاذ بأننا يجب أن نهتم بالحرف الشعبية مثل السدو وصناعاته وغيره من الحرف، كقطع ونماذج تذكارية تم العمل عليها من قبل ايدي قطرية ويمكن أن يُحقق ذلك عن طريق جعل السدو ونقشته كقطع لوضعها على طاولة المكتب مثل حامله الاقلام أو قاعدة كوب الشاي أو غيرها أو شنطة صغيرة أو ميداليات، بالإضافة إلى الصناعات الفخارية التي ممكن أن تكون موجودة لاستعراضها امام السباح بشرط أن تكون مصنوعة في دولة قطر بأيدي قطرية بأنه يوجد دعم كبير من قبل وزارة الثقافة والرياضة واستعداد لتبني الحرف والصناعات الشعبية لتبرزها بشكل لائق.



اما من جانب الاطفال ودمجهم في الامور التراثية والتقاليد والعادات التي يتبعها الاجداد، فقد قال الاستاذ ابراهيم بأن ذلك يجب أن يُدرّس في المدارس مثل كيفية اداء العرضة وكيفية عمل القهوة وتقديمها ومعاني رموز القهوة، بالإضافة إلى الالعب الشعبية التي تعتبر صعبة الفهم من قبل الاطفال، الا أنه يوجد توجه جديد لأن تكون هذه الالعب موجودة على اجهزة الهاتف المحمول أو على الكمبيوتر ومتاحة للأطفال والبالغين وبهذه الطريقة يتعرف الجيل على الالعب وتبقى موجودة وتنتقل من جيل لآخر، وقد دعا الاستاذ لمبادرة من لدية الخبرة حول هذه الأمور للمساعدة في عمل تطبيقات للألعاب الشعبية.

ومن جانب آخر فإن بعض الممارسات القطرية مثل القرنقوعه الذي مازال موجود حتى وقتنا الحالي قد يصعب تسويقه للسياح لأنه يتضمن احتفال في وقت معين خلال شهر رمضان والذي لن يتواجد فيه السياح، ولكن يمكن تصويره وعرضه في شاشات عرض كبيرة، بالإضافة إلى العرضة ايضاً والتي يصعب عرضها في الدول الاخرى لأنها تحتاج لعدد طاقم كبير، ولكن يمكن استبدال ذلك بعرضها في الفيديو.

وعن المجلس قال الاستاذ بأن من بعض عاداته في قطر ألا يتم التدخين فيه، وألا يدخله الشخص (حاسر) اي بدون غترة على رأسه، كذلك لا يدخله من يلبس بدلة رياضية، والمجلس يتم تعلم آدابه عن طريق دخوله ففيه يتعلم الصغار صب القهوة وآداب الحديث وطريقة الجلوس، ومن الامور المهمة ايضاً لإكرام الضيف ألا يتم تقديم القهوة الا من قبل صاحب المجلس فلا يجوز تقديمها من قبل خادم.

وفي نهاية المقابلة أكد الاستاذ ابراهيم على دور الوزارة فقد قال بأن الوزارة ومثيلاتها من الوزارات والهيئات والمراكز الخاصة المعنية يجب أن تتعاون كونهم مسؤولون عن وجودهم ودعمهم لمثل هذه الموروثات واحيائها.



تحليل SWOT

❖ التحليل الرباعي لجدول سوت (SOWT Analysis)، وذلك لتحديد كل من نقاط القوة ونقاط الضعف، وكذلك الفرص والتهديدات التي واجهة فريق العمل، فتبين لنا الآتي:

القوة

1. دعم وتعزيز رؤية قطر 2030.
2. قلة الحملات التي تهدف إلى ترويج التراث الثقافي والحضاري لدولة قطر لضيوف كأس العالم 2022.
3. دعم من الجهات والأشخاص المختصين بالموروث القطري.
4. وجود رعاية للحملة.
5. مساهمة هذه الحملة بالتعرف والترويج لتراث القطري بشكل أوسع.
6. درة هذه الحملة على جذب مختلف الجنسيات خلال الفعاليات التي قامت بها.
7. خبرة فريق الحملة في التواصل بشكل جيد مع الرعاية ومقدمين الندوة.

الضعف

- 1- قلة الموارد المادية لترجمة رؤية ورسالة وهدف الحملة.
- 2- عدم التعاون من إدارة مجمع الخليج بوضع البوث فيه والتمادي في الموضوع.
- 3- عدم وجود قناة تليفزيونية لتغطية الفعاليات التي قامت بها الحملة.
- 4- رفض هيئة السياحة لدعم مثل هذه المشاريع الشبابية.
- 5- لم نتمكن من الوصول للجنة العليا للمشاريع والإرث.

SWOT

الفرص

- 1- زيادة الرعاية الرسمين لدعم الحملة في مواقع التواصل الاجتماعي وتغطية الفعاليات.
- 2- أن الحملة فريدة من نوعها لترويج التراث القطري لحدث كبير مثل كأس العالم 2022.
- 3- إبراز الصورة الصحيحة لمجتمع قطر من خلال ترويج الموروث القطري وارتباطه بمثل هذا الحدث.
- 4- الوصول إلى مختلف الجنسيات من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وترويج هذا التراث.

التهديدات

- 1- وجود حملة اخرى بنفس توقيت الحملة تهدف إلى نشر السياحة في قطر ونشر الأماكن التراثية.
- 2- ضيق الوقت.



الفصل الثالث

المحتوى :

- 1- خطة الاتصال
- 2- جدول تقييم كل وسيلة
- 3- الجدول الزمني
- 4- جدول الميزانية



1- الخطة الاتصالية الإعلامية لحملة نهج الألى

فريق العمل

فريق العمل الطالبات منى الموسى، وضحى النعيمي، لطيفه اليافعي، موزه الرشيدى.

الأستاذ الدكتور محمد قيراط – مشرف على البحث

الإعلامى حسن المهندى، السيد إبراهيم السيد، والسيد محمد البلوشى قمنا بمقابلتهم لمعرفة كيفية نشر الإرث القطري.

أهداف الحملة في المرحلة الأولى

- تعريف ضيوف كأس العالم 2022 بالثقافة والموروث القطري من حيث العادات والتقاليد والمناطق الأثرية والسياحية.

الجمهور المستهدف

- اختار فريق العمل ضيوف كأس العالم 2022 في المرتبة الأولى والمقيمين.

الخصائص الديموغرافية:	الخصائص السيكوجرافية:
1- الجنس: ذكر/ أنثى. 2- العمر: 15 وما فوق. 3- اللغة: العربية / الإنجليزية. 4- الجغرافيا: المقيمين والسياح من مختلف بقاع الأرض.	يتصف بأنه جمهور غير متجانس ثقافيا ودينيا واجتماعيا يعيشون سواء على أرض قطر أو جمهور واسع يأتي من أغلب دول العالم، لا يجمعه مكان واحد ولا تربطه لغة واحدة، كذلك أنه جمهور له مستويات علمية متباينة وتختلف من شخص إلى آخر شغفه حضور مونديال 2022 في الدوحة.



2- جدول تقييم كل وسيلة

الجمهور المستهدف	مدة الوسيلة	ملخص للرسالة التي سيتم استخدامها	الوسيلة الاتصالية
الجمهور الأولي والثانوي	تم أنشائه من شهر أكتوبر وسيتم استخدام هذه الوسائل حتى انتهاء الحملة.	<ul style="list-style-type: none"> التعريف بحملة نهج الأبي من حيث (الرؤية، الرسالة، الأهداف) توعية الجمهور المستهدف بأهمية التراث نشر الفيديوهات الخاصة بالحملة نشر آراء الجمهور تغطية الحملة من حيث الأنشطة. الرد على استفسارات الجمهور 	تويتر+أنستغرام+ snapchat
الجمهور الأولي	كل شهر ستكون هناك تغطية صحفية	نشر مقال يعرف بالحملة نشر فعاليات الحملة	الصحف: الشرق
الجمهور الأولي	ديسمبر، بريل	طباعة شعار الحملة على حافلات النقل	إعلانات متحركة
الجمهور الأولي	كل شهر ستكون هناك حملة إعلانية بالشوارع	نشر ملصق إعلاني الحملة	إعلانات الشارع
الجمهور الثانوي	بداية كل شهر	تعرف بالحملة وعن أهمية التراث والحفاظ عليه	الندوات
الجمهور الأولي	نهاية كل شهر	تعرف عن الحملة وأهميتها	البوث



3- الجدول الزمني

الأنشطة	ملخص	الجمهور	فبراير	مارس	ابريل	مايو
اختيار الموضوع	يمثل اختيار الموضوع حجر الأساس في أي حملة لذلك استغرق فريق العمل وقت طويل نوعاً ما في هذا الجزء من الحملة	لا يوجد جمهور مستهدف	طوال الشهر كان يعمل فريق عمل الحملة على ايجاد موضوع شيق للحملة			
خبر في الشرق	تم نشر خبر في جريدة الشرق عن بدء العمل على فيلم وثائقي يتعلق بالحملة بالإضافة إلى بعض تفاصيل الحملة	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق			2017\4\8	تم التنسيق مع الجريدة لنشر الخبر
					2017\4\10	تم نشر الخبر في جريدة الشرق
الاستبيان	عبارة عن ٢٠ سؤال تم عمله عبر برنامج السيرفي مونكي	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق		بدأ العمل على الاستبيان ووضع الاسئلة وتجهيزه عبر السيرفي مونكي	2017\4\10	تم توزيع الاستبيان ونشره عبر تويتر والواتس اب والبريد الالكتروني الخاص بجامعة قطر
					2017\4\18	تم إيقاف الاستبيان
المقابلات	تم اجراء ثلاثة مقابلات، اثنين منها مع موظفين من وزارة الثقافة والرياضة وواحدة مع الاعلامي حسن المهندي وقد تم تسجيلها صوتياً ثم كتابة الخلاصة في ملف الحملة	لا يوجد جمهور مستهدف		تم البدء بعمل شعار للحملة	2017\3\24	تم اجراء المقابلة الأولى مع الاستاذ ابراهيم السيد
					2017\3\28	تم الانتهاء منه
					2017\4\30	تمت المقابلة مع الاستاذ محمد البلوشي والمقابلة الثالثة اجريت مع الاستاذ حسن المهندي، وتم تفرغ المقابلات في ملف الحملة



مايو	أبريل	مارس	فبراير	الجمهور	ملخص	الأنشطة
2017\5\3	2017\4\11			الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق	تحتوي على ٤ صور لقلعة الزبارة وبرج برزان وللبطولة وبيت الرضواني كمناطق اثرية سياحية، بالإضافة إلى نبذة عن الحملة وهدفها ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالحملة والرعاة وشعار الحملة	المطوية
2017\4\4	2017\4\15					
بدأ نشرها ابتداء من الندوة ثم الجناح الخاص بالحملة في كتارا وفي مواقع التواصل الاجتماعي	تم الانتهاء منها ابريل وتسليمها لشركة أوريدو لطباعتها					
2017\5\3	2017\4\12			الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق	تم وضع إعلان على باص كروة (مواصلات عامة) وتكسي كروة بالإضافة لإعلانات شارع	إعلانات الشارع
تم استلام المطبوعات وتوزيعها في اليوم التالي	بدأ عمل التصميم 2017\4\20 تم الانتهاء منه 2017\4\22 تم تسليم التصميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تناسب مع طابعهم 2017\4\27 تم امر الطباعة بعد التعديل					
2017\5\4	2017\4\3			الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق	عبارة عن ندوة اقيمت في القاعة ١٥ في كتارا وتم فيها استضافة مؤسس نادي تمكين كمقدم للندوة والمحاضرين الاستاذ سعود الدليبي والاستاذ صالح غريب وكانت الندوة بعنوان الموروث القطري و٢٠٢٢	ندوة
اقيمت الندوة في كتارا	بدأ التنسيق مع المحاضرين وقاعة كتارا					



الأنشطة	ملخص	الجمهور	فبراير	مارس	ابريل	مايو
جناح	فعالية عبارة عن جناح في كتارا مقابل مطعم لوزارتم فيها التعريف بالحملة وتوزيع هدايا وملصقات إعلانية	زواركتارا بشكل عام		بدء عمل التصميم الخاص بالرول اب	بدأ التنسيق مع كتارا لأخذ تصريح الجناح والتنسيق مع أوريدو لتجهيز المطبوعات واستلامها وتوصيلها للمكان المحدد في يوم الفعالية	اقيمت الفعالية في يوم ٥ مايو في كتارا
				2017\3\30	2017\4\19	2017\5\5
رول اب	تم عمل تصميمين للرول اب احدهم يحتوي على الرؤية والرسالة والرعاة ومواقع التواصل بالحملة اما الآخر يحتوي على النبذة والاهمية	الذكور والاناث بعمره ١٥ سنة وما فوق		تم الانتهاء من المطوية	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم	تم استخدام المطبوعات
				2017\4\15	2017\4\22	2017\5\3
				تم امر الطباعة بعد التعديل.	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم	تم استخدام المطبوعات
				2017\4\27	2017\5\5	2017\5\4
				تم امر الطباعة بعد التعديل.	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم	تم استخدام المطبوعات
				2017\5\23	2017\5\5	2017\5\3
موقع الكتروني	عبارة عن موقع يتم شراء مكان له عبر اشخاص معينين، وفيه يتم عرض كل ما يخص الحملة من رؤية ورساله واهداف وصور وفيديو ومواقع التواصل بالحملة	الذكور والاناث بعمره ١٥ سنة وما فوق		تم شراء مكان رسمي للموقع	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم	تم استخدام المطبوعات
				2017\4\1	2017\4\11	2017\5\3
				تم تفعيل الموقع	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم	تم استخدام المطبوعات
بريد الكتروني	عبارة عن بريد الكتروني خاص بالحملة في الهوتميل.	الذكور والاناث بعمره ١٥ سنة وما فوق		تم بدء العمل على الحساب في مثل اختيار الاسم ووضع صورة العرض	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم	تم استخدام المطبوعات
				2017\3\15	2017\4\11	2017\5\3

الأنشطة	ملخص	الجمهور	فبراير	مارس	ابريل	مايو
سناپ شات تويتر + أنستقرام	تم إنشاء الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ويتم تصوير فعالية الندوة واقبال الجمهور على البوث وصور لفعاليات الحملة وتجهيزات الفعاليات وصورها والتغريدات على تويتر.. الخ.	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق		2017\3\15	2017\4\10	
				تم بدء العمل على الحسابات تحديد الاسم	تم نشر الحسابات وتفعيلها	
هدايا	هي عبارة عن قلم ودفتر وشنطة ورقية وقنينة ماء وذلك ما تم طباعته، وهنالك جزء آخر لم يتم طباعته وهو عبارة عن قميص وقبعة وكوب وجهاز تخزين البيانات	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق		2017\3\30	2017\4\15	2017\5\3
				بدء عمل التصميم الخاص بالملصق الاعلاني ف	تم الانتهاء من عمل الهدايا	تم استلام المطبوعات
ملصق إعلاني	تم عمل خمسة ملصقات إعلانية كل واحدة تحتوي على صورة تختلف عن الأخرى وفيها الرعاية وشعار الحملة ومواقع التواصل بالحملة	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق		2017\3\22	2017\4\22	2017\5\3
				تم التخطيط لها وتجميع واخذ المعلومات والصور	تم تسليم التصميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم،	تم استلام المطبوعات
				2017\4\27	تم امر الطباعة بعد التعديل عليه.	وتم توزيعه في الندوة
				2017\5\5		تم توزيعه في الجناح بكتارا



الأنشطة	ملخص	الجمهور	فبراير	مارس	أبريل	مايو
بطاقات دعائية	هي عبارة عن خمسة عشر صورة مختلفة مع نبذة عن كل صورة	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق		بدء عمل التصميم الخاص ببطاقات الحملة	2017\4\20	تمت طباعتها
					تم العمل وأنتهي فريق عمل الحملة منها في ٢٨ ابريل	
بطاقات الحملة	عبارة عن بطاقة بنس كارد خاصة بالحملة فيها الشعار ومواقع التواصل بالحملة	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق			2017\4\22	تم تسليم التصاميم لشركة أوريدو ثم تم تغيير التصميم من حيث الخلفية لأنها لا تتناسب مع طابعهم،
					2017\5\3	تم استلام المطبوعات
					2017\4\27	تم امر الطباعة بعد التعديل عليه
إعلان دعوة الندوة	عبارة عن إعلان للندوة التي اقيمت في كتارا وفيه خلفية الحملة والرعاة وعنوان الندوة واسماء وصور المحاضرين بالإضافة لشعار الحملة وإعلان عن وجود جوائز قيمة للحضور	الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق			2017\5\4	تم توزيع البطاقات في الندوة
					2017\5\5	الجنح في ٥ مايو
					2017\5\1	تم تصميم الدعوة
التغطية الاعلامية	عبارة عن إعلان للحملة وتقديم نبذة عنها عبر الراديو في إذاعة القران الكريم القطرية في برنامج وطني الحبيب صباح الخير	الجمهور المستمع لبرنامج وطني الحبيب صباح الخير			2017\5\2	تم نشر الدعوة
					2017\5\7	تم الإعلان من قبل إذاعة القران الكريم في برنامج كيف أصبحت



مايو	ابريل	مارس	فبراير	الجمهـور	ملخص	الأنشطة
2017\5\1				الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق	تم عمل إعلان للجناح الذي اقيم في كتارا وفيه خلفية الحملة والرعاة وشعار الحملة بالإضافة إلى مكان ووقت الجناح	إعلان دعوة الجناح
2017\5\4						
تم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي						
2017\5\15	2017\4\2			الذكور والاناث بعمر ١٥ سنة وما فوق	عبارة عن فيديو تعريفي بالأماكن السياحية التراثية القطرية بالإضافة إلى الاكلات الشعبية والالعاب الشعبية والعادات القطرية والاهازيج، يتم جمعها في مزيج متناغم مع موسيقى تناسب مع الموضوع بالإضافة إلى وجود ترجمة باللغة الإنجليزية لمحتوى الفيديو، وتم تلقي المساعدة في تصوير الفيديو من اشخاص مختصين	الفيديو
تم الانتهاء من عملية المونتاج وتم نشره في موقع يوتيوب	بدأ التفكير والعصف الذهبي لإنتاج فكرة للفيديو وتم بلورة الفكرة وعمل السيناريو للفيديو					
	2017\4\20					
	البدء في تنفيذ التصوير ابتداء من مدينة الشمال					
	2017\4\22					
	التصوير في مدينة أم صلال محمد في برج برزان					
	2017\4\23					
	التصوير في سوق واقف الدوحة					
	2017\4\24					
	التصوير في كتارا					
	2017\4\25					
	تصوير المناطق الأخرى من مجلس والشارع والعرضة					
	2017\4\30					
	البدء في عملية مونتاج الفيديو					



4- جدول الميزانية

التكلفة	التفاصيل	النشاط
تم تقديم الخبر من قبل الجريدة ولم يتكلف طاقم الحملة بأي تكاليف	في صحيفة الشرق	الصحف
700 ريال قطري	يوضع في الندوة لإعلان لها (عددان) (اثنان)	الرول اب
2000 ريال قطري	في الندوة في كتارا	بوفية مفتوح خلال الندوة
8000 ريال قطري	التصوير للفيديو	التصوير
200 ريال قطري	في الندوة وفي الجناح	الزهور
تم طباعتها من قبل أوريدو ولم يتكلف طاقم الحملة بأي تكاليف وتكلفتها الاصلية 40 ألف ريال قطري	توزيع في الندوة وفي الجناح وفي يوم عرض المشروع	المطبوعات والهدايا
350 ريال قطري	توزع في الندوة وفي الجناح وفي يوم عرض المشروع	الطباعة لبطاقات الحملة
600 ريال قطري	ترجمة لكل ما ورد في الحملة	الترجمة
20 ريال قطري	لوضع الاقلام والبطائق فيها في جناح الحملة	علب البطاقات والاقلام
45 ريال قطري	شهادات لتقدير المحاضرين في الندوة	طباعة شهادات التقدير
140 ريال قطري	توزع في الندوة والجناح وعليها ملصق الحملة	قنينة مياه
20000 ريال قطري	إعلان للحملة على باصات وتكسي كروة	إعلان كروة
60000 ريال قطري	شارع الخليج الغربي	إعلانات الشارع
60000 ريال قطري	شارع الوكرة	
80 ريال قطري	يوزع في الندوة وفي الجناح وفي يوم عرض المشروع	طباعة الملصق الإعلاني
اجمالي الميزانية		
140,052.135 ريال قطري		



الفصل الرابع

المحتوى:

1- الاتصال (الشعار)

2- التصاميم

3- مقال صحفي

4- صورة المقال - جريدة الشرق وجريدة الراية



اسم الحملة

نهج الألى

بمعنى طريق الأسلاف وذلك لتسهيل توصيل هدف الحملة للجمهور المستهدف.

الشعار

■	C 18	R 211	#d3a02a
	M 36	G 160	
	Y 100	B 42	
	K 1		

■	C 11	R 227	#e3b13e
	M 30	G 177	
	Y 89	B 62	
	K 0		

■	C 6	R 240	#f0c965
	M 19	G 201	
	Y 71	B 101	
	K 0		

■	C 41	R 97	#610431
	M 100	G 4	
	Y 55	B 49	
	K 49		



رسم توضيحي 1 شعار الحملة ملون



رسم توضيحي 2 شعار الحملة أبيض وأسود



تم تصميم شعار من نص ورمز، ويعتبر هذا النوع من الشعارات ملائم لكافة الفئات المستهدفة من الجمهور.

وتم اختيار هذا النوع من الخطوط لسهولة قراءته وتعبيره عن مضمون الحملة بوضوح تام.

وكذلك تم استخدام رمز قلعة الزبارة وذلك لأنها إحدى أهم معالم التراث القطري وبالتالي تعبر عن هدف الحملة بشكل واضح.

واستخدام العلم القطري المثبت في برج القلعة وذلك لتوصيل رسالة إلى الجمهور بالتمسك بالتراث والعادات القطرية العريقة

كما تم استخدام سلوقن الحملة (تراثنا فخرنا) أسفل الشعار وذلك لجذب انتباه الجمهور المستهدف وتوصيل رسالة لهم أن التراث والعادات القطرية هي وسام فخر على صدر كل مواطن ولا غنى عنها في بناء مجد الحاضر.

ألوان الشعار (الأصفر الصخري)

وقع الاختيار على اللون الأصفر بدرجاته ليميز شعار الحملة وذلك لأكثر من سبب:

- يعتبر من الألوان المعروفة والمألوفة في دولة قطر وذلك لأنه يعكس الطابع القبلي للدولة كما أن معظم المباني بالدولة تتميز بهذا اللون منذ زمن.

- اللون من الألوان الهادئة وبالتالي يجذب الجمهور دون استنفار.

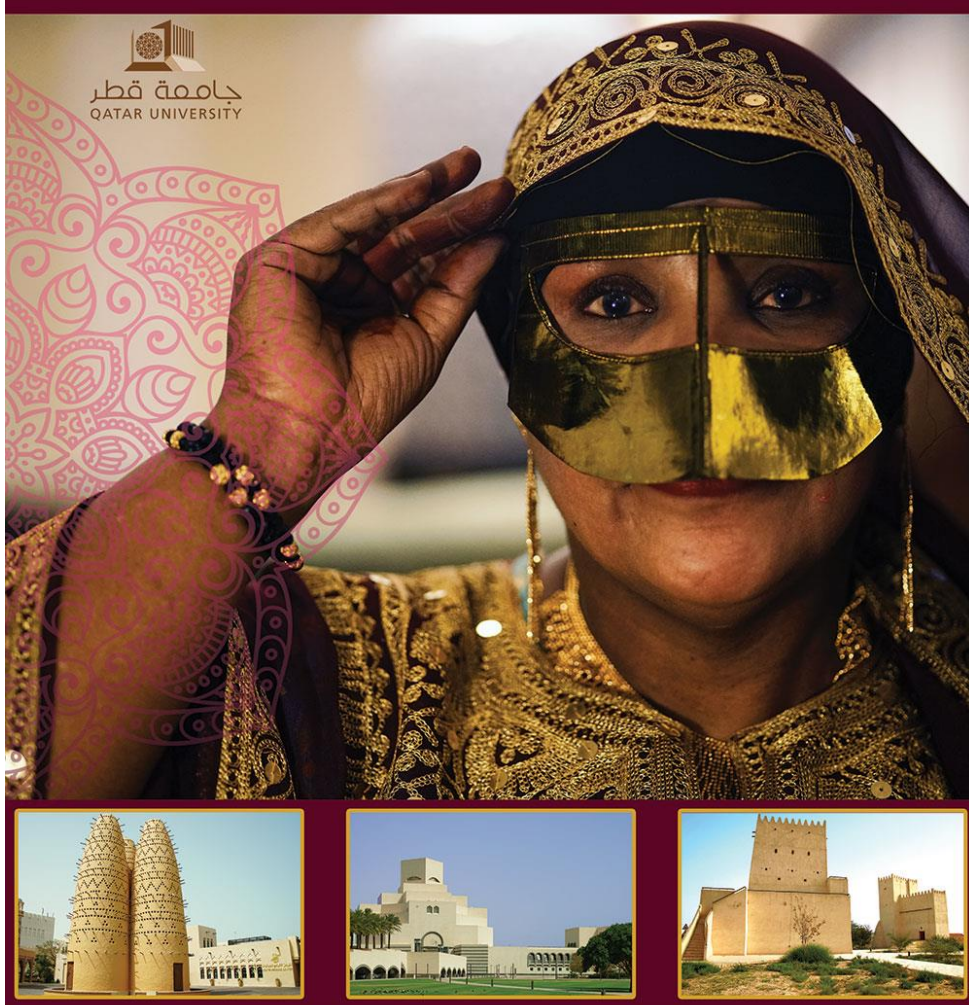
السلوقن

- تراثنا فخرنا - هو سلوقن الحملة، تم استخدام لهجة التحفيز والتشجيع وذلك لحث الجمهور

المستهدف من الحملة على التباهي والفخر بموروثات دولة قطر والعمل على نشرها.



التصميمات الملصق إعلاني



Contact Us

- nahg_alola
- nahg_alola_
- Contact@nahg-alola.com
- www.nahg-alola.com

اتصل بنا



الرعاية الرسميين





جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY



Contact Us

إتصل بنا

- 📧 nahg_alola
- 📧 nahg_alola_
- ✉ Contact@nahg-alola.com
- 🌐 www.nahg-alola.com



الرعاية الرسمية





Contact Us إتصل بنا

- 📞 nahg_alola
- 📧 nahg_alola_
- 📧 Contact@nahg-alola.com
- 🌐 www.nahg-alola.com




الرعاية الرسميين











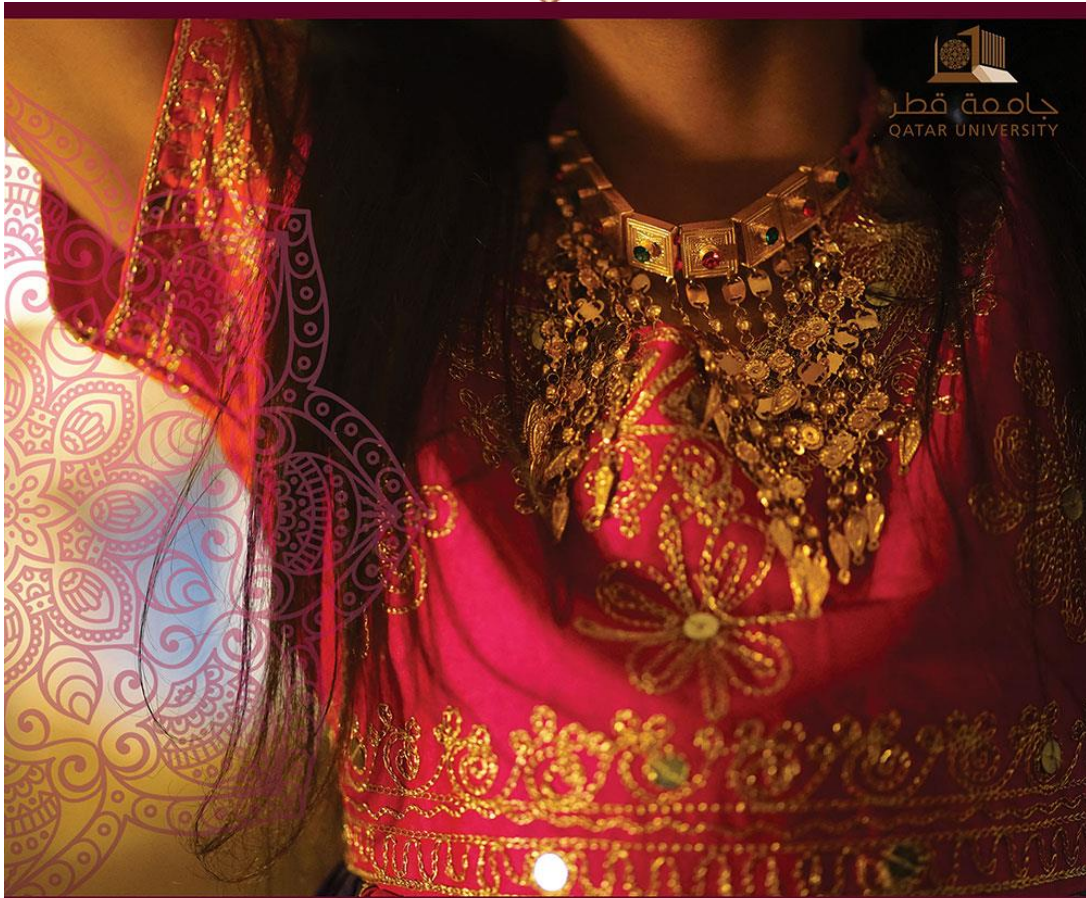
Contact Us إتصل بنا

- 📞 nahg_alola
- 📧 nahg_alola_
- 🌐 Contact@nahg-alola.com
- 🌐 www.nahg-alola.com




الرعاية الرسميين



جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY



Contact Us

- 📞 nahg_alola
- 📧 nahg_alola_
- 🌐 Contact@nahg-alola.com
- 🌐 www.nahg-alola.com

إتصل بنا



الرعاية الرسميين



البطاقات الدعائية



البشت:

تسمى بالعباءة وهو رداء واسع جداً مفتوح من الامام ليس له اكمام وانما فتحتين من الجانبين ليخرج منها الرجل كفيه، ولها انواع عدة مثل البتية وهي النوع الرقيق من العباءة اما من الصوف او الوبر، ومنها البشت وهو أكثر سمكاً من البتية فيصنع من الصوف الثقيل وله عدة ألوان مثل الابيض والاسود والكستاني.

Bisht:

It is a traditional men's cloak popular in Arab countries. It is essentially a flowing outer cloak made of wool, worn over the thobe. Unlike the thobe, it is usually black, brown, beige, cream or grey in color. As winters are warm in this region, the Bisht is usually only worn for prestige on special occasions such as weddings, or festivals such as Eid.





الخنفروش:
نوع من الجلويات الشعبية القطرية التي ظهرت قبل عصر البترول، وكانت تعتبر من
الأكلات المكلفة لاحتوائها على البيض ويتم تقديمه قديما في المناسبات السعيدة مثل
الأعياد والأعراس وعودت المسافرين بعد طول غياب، ولازال الخنفروش يقدم ما كنوع
من الضيافة إلى يومنا هذا.

The Khanfaroush:

Khanfaroush is a traditional Qatari sweet made of typical ingredients, usually served with Arabic coffee. It is considered expensive sweet as it includes the egg among its ingredients. In the past, it was common to be served as presents in special events and occasions such as wedding parties. Khanfaroush sweet still presents for guests as a kind of generosity.





متحف بيت الرضواني:
وهو البيت الذي بني في عشرينيات القرن الماضي، في موقع يفصل بين أقدم أحياء مدينة الدوحة، هما حي الجسرة وحي مشيرب، وهو يستعرض حياة العائلة القطرية قديماً، وبه بعض الأشياء التي لا زالت تستخدم في وقتنا الحالي كمساند الجلوس التي توجد في بعض مجالس بيوت أهل قطر.

Radwani house Museum:

It was built in the 1920s. Located within the oldest part of the capital, it reveals unique aspects of Qatar's cultural and social development in inspiring to create trusted environments in which the people of Qatar will engage, converse and exchange thoughts about both their past and their future. The house includes many tools, which still used in modern Qatari houses.





متحف الفن الإسلامي:

تعود روائع متحف الفن الإسلامي إلى مجتمعات مختلفة، منها العلمانية والروحية، وعلى الرغم من أن القطع الموجودة ضمن مقتنيات المتحف مرتبطة قبل كل شيء بالإسلام، إلا أن العديد منها غير ديني في طبيعته، يقع المتحف على كورنيش الدوحة وهو من أهم المتاحف للفنون الإسلامية في العالم.

The Museum of Islamic art:

Located on Corniche of Doha, Qatar. It considers one of the most important museums for Islamic art in the world. It comprises a collection of splendid masterpieces, which belong to various societies. Although, the museum collections supposed to be related to Islam in the first place, the collection includes also many pieces that are not related to the Islam.





مربط الشقب:

هو مركز تابع لمؤسسة قطر مختص بالفروسية وفنونها الاسطورية، افتتحها الامير الوالد الشيخ حمد بن خليفة ال ثاني في ١٩٩٢م، وفيه افضل انواع الخيول العربية وسلالاتها ومعاييره في تربية الخيول عالمية، ويستوعب المركز ما لا يقل عن ٤٠٠ حصان حيث ان مساحته ٩٠٠٠٠٠ متر مربع، كما انه صمم على شكل حدوة حصان.

Al Shaqab Stud:

Foresight and a passion to preserve and perpetuate the Arabian horse in Qatar led His Highness Sheikh Hamad Bin Khalifa Al Thani, the Father Amir to establish AL Shaqab in 1992. In 2004, AL Shaqab became a member of Qatar Foundation with the mission to promote the highest standards in the breeding and showing of Arabian horses. However, the center includes more than 400 horses. Situated in a stunning 900,000 square-meter horseshoe shaped design.





هواية القنص (الصقور):
هي هواية قديمة جدا من تراث الاجداد الذي لازالت باقية ليومنا هذا منتقلة من جيل إلى آخر، وهي من الهوايات التي يفتخر بها أبناء قطر، وقد تم إنشاء جمعية بالجي الثقافي للحفاظ على هذا التراث وتطويره والارتقاء به ونشرها للأجيال القادمة.

Falconry:

part of their national and cultural identity, It's a sport and heritage, It's authentic heritage that was handed down from generation to generation. Since its establishment in 2008, Qatar's only falconry association, Al Gannas, which is located at Katara, has been promoting falconry to preserve the sport for next generations.





برج برزان:
يرتفع هذا البرج عن الارض بما يقارب ١٥ متراً ويعتبر مرصد لرؤية سفن الغوص العائدة لقطر، ويقع هذا البرج في شمال شرق ام صلال محمد وقد أنشئ عام ١٩١٠م فيه طوابق عديدة ويتميز بارتفاعه، بسبب مهمته في المراقبة.

Barzan Tower:

Also known as the Umm Salal Mohammed Fort Tower. It was built in the late 19th century and renovated in 1910. The tower measure 15 meters high and Barzan Tower may have been built near the sea to keep an observant eye on pearl divers.





الجي الثقافي كتارا:

يعتبر الجي الثقافي مشروع استثنائي يزخر بالآمال والتفاعلات الإنسانية، وقد تحقق هذا المشروع بفضل رؤية صاحب السمو الأمير الوالد الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني، نشأت فكرة كتارا من حلم تكون فيه قطر منارة ثقافية عالمية تشع من الشرق الأوسط من خلال المسرح، والآداب، والفنون، والمعارض لتكون كتارا هي ملتقى يمزج بين جمال الماضي بإشراق المستقبل

KATARA:

The Cultural Village Foundation is an exceptional project of hope for human interaction through art and cultural exchange – a project made possible thanks to the inspired vision, solid faith and wise leadership of HH Sheikh Hamad Bin Khalifa Al Thani, the Father Emir of the State of Qatar. Katara was born out of a long held vision to position the State of Qatar as a cultural beacon a lighthouse of art, radiating in the Middle East through theatre, literature, music, visual art, conventions and exhibitions. Katara is where the grace of the past meets the splendor of the future.





سوق واقف الدوحة:

سوق تقليدي يقع في منطقة الجسرة وهي المنطقة التي تحادي البحر وتشكل هذه المنطقة أقدم مكان في قطر حيث يعتبر من أهم المعالم السياحية في الدولة يجمع السوق بين الأصاله وبين المدنية الجديدة، سمي بهذا الاسم لأن الباعة كانوا يقفون إلى جنبات الطريق التي تؤدي إلى السوق الكبير في الدوحة ليبيعوا فيها أشياء مثل (البقل والسك).

Souq Waqif in Doha:

It is a traditional souq located in the district of Al Jasra which is situated in the center of Doha. As it was a market used for trading activities, the area used to be located immediately adjoining the shore to allow for boats to access it. The souq is considered one of the best location for tourists within Doha. It hosts several art galleries, events and local concerts. Souq Waqif (which means "standing market" in Arabic) is a reference harking back to its beginnings as a gathering place around the riverbed Wadi Musheireb Bedouins and locals would gather on either side of the river to trade goods — from cumin and turmeric to fish.





لعبة الدامة:

تم إنشاء مجلس الدامة في سوق واقف بتاريخ ١٨/ ديسمبر ٢٠٠٩، وهي لعبة قديمة لم يعرف أصلها بشكل دقيق وهناك مصادر تثبت بان أصلها تركي وأن سبب انتشارها في الخليج وفي بعض الدول العربية للوجود العثماني وهي لعبه ذهنيه تحتاج إلى موهبه وذكاء والهدف من إنشاء مجلس الدامة أحياء التراث.

Dama game :

The Dama Council was set up on December 2009 ,18 with the aim of reviving the game. It is a classical game with no clear origin but some experts claim that the game originated in Turkey, and the reason behind its wide spreading in Gulf and some Arab countries is the Othmanexistence. Dama belongs to the group of brain games that means it needs to intelligence.



QR-Code



البطاقة



الرول أب

جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY

نهج الألو
تراثنا فخرنا

الرؤية
إحياء التراث الثقافي لدولة قطر والتعريف به لكافة ضيوف الدولة بحلول عام 2022م، تعزيزاً لرؤية قطر 2030م.

الرسالة
تعزيز رؤية قطر 2030م، من خلال دعم السياحة ونشر ثقافة وتراث قطر المتميز والسعي إلى ترسيخ قطر كوجهة سياحية عالمية تفتخر بجذورها الثقافية.

Contact Us
إتصل بنا

nahg_alola
nahg_alola_

Contact@nahg-alola.com
www.nahg-alola.com

الرعاة الرسميين

قطر
KATARA
الشرق
QATAR MOBILE

جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY

نهج الألو
تراثنا فخرنا

عن الحملة
حملة (نهج الألو) تعمل على التعريف بالمووروث الشعبي القطري عبر محاور الإرث بكل فروعها واستجلاء مرتكزات التراث الأساسية.

هدف الحملة
ترويج التراث الثقافي والحضاري القطري لكافة ضيوف كأس العالم 2022، وذلك من خلال نقل الموروثات والشعبية والعادات والتقاليد الخاصة بدولة قطر. سمعية وبصرية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

Contact Us
إتصل بنا

nahg_alola
nahg_alola_

Contact@nahg-alola.com
www.nahg-alola.com

الرعاة الرسميين

قطر
KATARA
الشرق
QATAR MOBILE



المطوية



Contact Us

إتصل بنا

- nahg_alola
- nahg_alola_
- Contact@nahg-alola.com
- www.nahg-alola.com



الرعاة الرسميين





بيت الرضواني



برج برزان



قلعة الزبارة



البطولة

عن الحملة

حملة (نهج الألى) تعمل على التعريف بالموروث الشعبي القطري عبر محاور الإرث بكل فروعها واستجلاء مرتكزات التراث الأساسية.

هدف الحملة

ترويج التراث الثقافي والحضاري القطري لكافة ضيوف كأس العالم 2022، وذلك من خلال نقل الموروثات والشعبيات والعادات والتقاليد الخاصة بدولة قطر سمعية وبصرية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

قميص الحملة



كوب



قلم



فلاش





شنطة ورقية

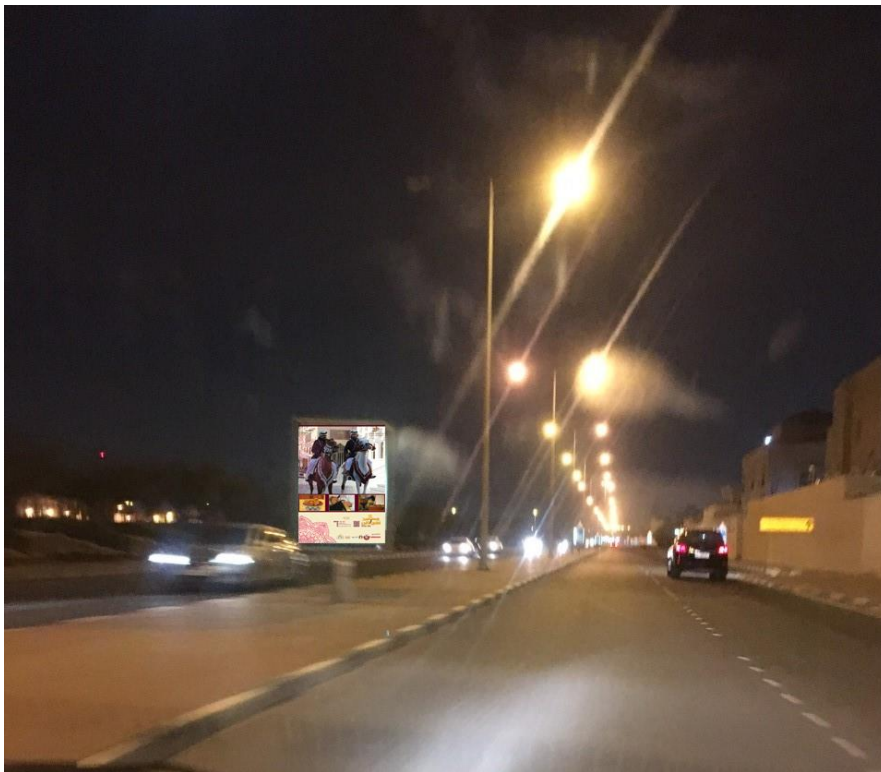




المواصلات العامة



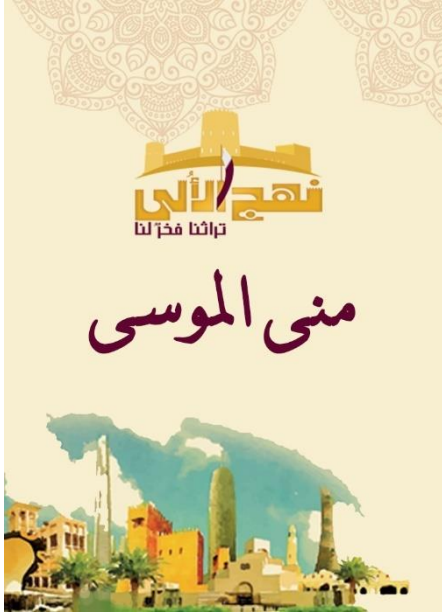
إعلانات الشارع



زجاجة المياه



البطاقات التعريفية



مقال صحفي

تحت وسم: "تراثنا فخراً لنا" حملة نهج الأبي

تلك الدويلة التي كانت في القرن السابق لا تذكرين دول العالم الآن أصبحت من اهم الدول عالمياً بإنجازاتها الخيرية والاقتصادية والسياسية حول العالم. اليوم دولة قطر تحتل المركز الأول في النمو والتطور السريع ما بين الدول الأخرى النامية، بل في كثير من المجالات الأخرى الاقتصادية والسياسية لدى دولة قطر مكانه سامية. مع هذا التطور الهائل والغير مسبوق من دول الخليج ام الدول العربية ولا الغربية، تغافلت الأمور سوياً وارتكز العالم على حاضر هذه الدولة العريقة ولم يعيروا تاريخها الذي كان سبباً اساسياً في نموها أي اهتمام. ولكن هل لنا أن نعيهم ام نحملهم خطيئة معرفتهم الضئيلة عن تاريخنا؟ هل هم المسؤولون عن عدم معرفتهم أو اهتمامهم بإرثنا؟ ام نحن المسؤولون عن هذه المعضلة أو الإشكالية التي اضاعت حق اجدادنا ومجدهم الذي لطالما كان هو عتاد هذه الامة الناجحة. ولذلك يجب إيجاد حل لهذه المعضلة، ومن أجل حلها جذرياً يجب بدايتاً إيجاد المشاكل أو المعوقات التي على أساسها تم دفن إرثنا عالمياً مما جعل العالم كله يرى حاضرننا فقط.

اليوم دولة قطر تعتبر من أكبر الدول المصدرة للغاز السائل، بالإضافة إلى ذلك دولة قطر المركز الثاني عشر في الاحتياط النفطي، ولكن بمقابل الصرف ام الاستخدام تحتل دولة قطر المركز الأول. هذا وفقاً لصغر الدولة مما يجعل الصرف ضئيل مقابل الدول التي يعتبر الاحتياطي النفطي فيها أكثر من دولة قطر ولكن الصرف أكثر بكثير من دولة قطر. اختصت دولة قطر بتصنيع الغاز السائل عالمياً، ومع الصرف الضئيل مقابل الناتج السنوي الذي قدر سنة 2010 ب 77 مليون طن سنوياً، تبوأت دولة قطر المركز الأول في تصدير الغاز السائل عالمياً. يمكن أن نعتمد هذا الانجاز العظيم عالمياً بأنه أحد اسباب جهل دول العالم بالإرث القطري بما أنها دولة صغيرة ولكنها تحتل المركز الأول في تصدير الغاز السائل عالمياً ومن غير سابق انداز لمثل هذا الإنجاز العظيم. وعلى ذلك انبهرت دول العالم على الإنجازات الحالية ولم يستذكروا تاريخها العريق.

وفقاً لما ذكر فيما سبق فإن السبب تم تعريفه عالمياً هذا مما يصب جم الأسباب الأخرى على الدولة وضعف الاعلام القطري في مجال تسويق الإرث القطري. إذا تفاكرونا ونظرنا إلى فقراتنا ومواضيعنا



الإعلامية الماضية نرى أن الاعلام ارتكز أكثر على الحاضر والإنجازات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لدولة قطر، ولكن لم يكن للموروث أي اهتمام. وفقاً لمقابلة مع الإعلامي العتيق السيد حسن المهندي، لا يوجد لدى الدولة مراجع موثقة عن التاريخ القطري ولكن يوجد الكثير على لسان اللذين عاشروا وعاصروا ذلك الزمان، وهم اسلافنا الاحياء منهم. ومن الأسباب الأخرى التي ضخمة مشكلة معرفة الغرب عن ارثنا وهي عدم وجود برامج أو مواضيع مترجمة باللغة الأولى عالمياً أي اللغة الإنجليزية.

وعلى ذلك تم استوحاء حملة نهج الألى التي تركز على نشر الموروث القطري وتوعية الغرب الأجانب في دولة قطر عن الإرث القطري واشكاله العديدة. رأت الحملة أن الاعلام في الدولة بحاجة إلى التركيز والتمكّن من نشر الإرث القطري بكثافة وتنشيط مفهوم الأجانب والغرب عما هي التقاليد والحضارة القطرية. وعلى ذلك قررت الحملة استهداف هذه الفئة من الناس عالمياً وابتداءً من الداخل أي في الدوحة، عبر عمل فعاليات اجتماعية ينشر فيها الإرث القطري، بالإضافة إلى كتيبات مصغره فيها معلومات عن الإرث والتقاليد القطرية، باللغة العربية والإنجليزية.

قامت حملة نهج الألى بعمل فعاليات اجتماعية وتحديدأً في كتارا، وهذا وفقاً لكثرة تواجد السياح الأجانب فيها. ومن الفعاليات كان هناك ندوات على يومين بخصوص الموروث القطري وكان فيها من ضمن المتحدثون السيد سعود الدليبي – مدير إدارة العلاقات العامة والاتصال بوزارة الثقافة والرياضة، والسيد صالح غريب – رئيس قسم الثقافة والفنون بجريدة الشرق وباحث في التراث الشعبي ومقدم الندوة السيد فيصل الهيثمي وكانت الندوة مليئة بالحضور والجماهير اللذين استمتعوا بالندوة وما ذكر فيها من معلومات كانت خفية عن الأجانب والسياح. بالإضافة إلى ذلك قمنا بتوزيع الكتيبات والملصقات على ارجاء كتارا، وكان هناك جناح إعلاني وثقافي، حيث تعرف الناس على الحملة والقائمين بها وتواصلوا معهم من أجل تحبيب الناس لحضور الندوة. إضافة لوسائل الاعلام التقليدية، كان لدى الحملة حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاعلام الرقمي والأكثر صياغ في العالم حالياً. من ضمن المنشورات الرقمية والتقليدية كانت المواضيع باللغتين الإنجليزية والعربية. قد قدمت الحملة أفضل ما يمكن من أجل توطيد معرفة الأجانب والسواح بالموروث القطري العريق والفريد من نوعه.



مقال صحفي بجريدة الشرق بتاريخ 10\4\2017

صفحة متخصصة تناقش مختلف الموضوعات والقضايا المحلية بحرة وموضوعية كما تنشر الأخبار الخاصة والحصريه بأبرز خدمات الوزارات وهيئات الدولة

تقارير محلية

تواصل معكم: البتالة: 44557777 / المباشرة: 44557705 / فاكس: 44557671 / البريد الإلكتروني: taqarar@al-sharq.com

أعدته أربع طالبات قطريات استعدادا لكأس العالم 2022 « نهج الألى » فيلم وثائقي للترويج السياحي

تتلخص فكرتهن في التسويق بشكل مختلف للسياحة في قطر وذلك استعدادا لاستضافة كأس العالم 2022 والمشروع يتيح فرصة التعرف على أدق التفاصيل في حياة المواطنين وأبرز العادات اليومية من خلال مزيجها بالتراث القطري في تناغم لأجمل المشاهد فيه بأى انفصال بين الحداثة والمعاصرة .

وقالت وضحي النعيمي ان الفكرة لم تات أبدا من فراغ بل جاءت كمشروع تخرج ومن ثم بدأت تُحرم يوما فلو الأخر . حيث قمنا بعرض الفكرة على بعض الجهات لكي تدعمنا وبالفعل لم تخيب آمالتنا واستطعنا الحصول على دعم من «cordio» . وتضيف قائلة « باختصار فترة مشروعتنا تخلص حول إنتاج فيديو لا تزيد مدته عن عشرة دقائق ، وفي خلال هذه الدقائق يتم عرض كل شيء يختص بدولة قطر من خلال الحرف القديمة والأكلات الشعبية والحفلات والمناسبات والألعاب الشعبية . وفي نفس الوقت يتم عرض الأمان السياحية بالدولة لتكون بمثابة دليل للسياح حينما تطأ أقدامهم أرض الوطن .

وأضافت « تم الاستعانة بالكوادر القطرية في تصوير الفيديو من فئات عمرية مختلفة اطفال وشباب وشباب من الجنسين . ولهذا السبب فالفيلم قطري بحت » .

وأضافت وضحي النعيمي بعد اعداد الفيلم الوثائقي فكرنا في تلخيص فكرته في مطويات يتم توزيعها على السياح في أماكن تواجدهم وعند دخولهم عبر المنافذ الجوية والبحرية والبحرية . واخذت نصريحتها قائلة « قمنا بصناعة هذا الفيلم لكي يعي الأشخاص دور العلاقات العامة في صناعة الحدث ، وخاصة عندما يكون هذا الحدث هو استقبال كأس 2022 » .



تقوى عفيفي

وضحي النعيمي و موزة الرشيدى و منى الموسى و لطيفة اليافعي أربع طالبات قطريات من قسم الاعلام بكلية الآداب والعلوم بجامعة قطر أنتجن فيلم وثائقي تحت عنوان « نهج الألى » كمشروع للتخرج من جامعة قطر .

الفيلم يتضمن الحرف القديمة والأكلات الشعبية والحفلات والألعاب الشعبية



اطلقتها طالبات قسم الإعلام

حملة إعلامية للتعريف بالثقافة القطرية

جناح خاص لحملة إكسبوزا لاستقبال استفسارات الجمهور



الترويج لالتراث العريق بعيداً عن الشكل المتحفي

كانت هذه الفكرة التي أطلقت طالبات وضحى النعيمي، منى الموسى، موزة الرشيد، لطيفة النعيمي، باسم الإعلام بجامعة قطر حملة "نهج الأثري" بهدف التعريف ولتر الثقافة والأثري القطري

في الأماكن العامة مثل كاترا وسوق واقف فضلاً عن توزيع النشرات في مختلف الأماكن العامة والمتنزهة بالصحراء أو الناس بالإضافة إلى ذلك سوف تقوم بترجمة جميع المنشورات الرقمية والورقية من أجل نشر إرثنا القطري

بجميع أنحاء العالم عبر استخدام وسائل الاتصال المختلفة، مثل توزيع الملصقات الورقية الكبيرة والصغيرة، وعبر وسائل الإعلام الرقمية عن طريق نشر مقاطع الفيديو التثقيفي وتنظيم عدد من الندوات الجماهيرية

بجميع أنحاء العالم عبر استخدام وسائل الاتصال المختلفة، مثل توزيع الملصقات الورقية الكبيرة والصغيرة، وعبر وسائل الإعلام الرقمية عن طريق نشر مقاطع الفيديو التثقيفي وتنظيم عدد من الندوات الجماهيرية

منى الموسى: مقيمون يجهلون تراثنا القديم



قالت الطالبة منى الموسى: بما أن كثر من الناس لثورة القدم سيغام في دولتنا الحبيبة قطر، وأن الاستعدادات له جارياً في مجال مع الزمن على قدم وساق وستكون هناك أنظار العالم لذلك جرى بنا أن نعرف العالم عن تراثنا القطري في السياحة أكثرها الكثيرة في تطورها ومواقعها من الحضاري لذلك تم اختيارنا لهذا الموضوع لتعريف هؤلاء بتراثنا وثقافتنا الأصيلة التي تتميز.

وتابعت: كما تبين لنا من وظيفنا في جناحنا في كاترا جعل كثير من العرب المقيمين بتراثنا القديم وراه اهتمامهم وسؤالناهم عندما عدوا بشاركتنا المتاحل بتراثنا، فهي فرصة لهم للتعرف على أهم الأماكن التراثية من متاحف وقلاع وتعرفهم على ثقافتنا التي ننشر ونعزق بها وقيمنا التي هي سر تميزنا.

لطيفة النعيمي: تعريف العالم بأخلاقنا المجيدة



أوضحت الطالبة لطيفة النعيمي اهتمامها بالتراث الذي يميز قطر عن باقي الدول، وقالت: الاهتمام بالموثوث بهدف للتعريف بأخلاقنا المجيدة، وذلك من المهم تعريف العرب والعالم كله بتقاليدنا الديمة، من الفرحا إلى الحزن، التراثنا وأصيالتنا الوطنية واحترامنا بأيماننا الإسلامية.

وضحى النعيمي: أفلام عن التراث الثقافي القطري

قالت الطالبة وضحى النعيمي: أفلام عن التراث الثقافي القطري، وتابعت: قمنا بتسكين جناح خاص بالحملة لاستقبال استفسارات الجمهور في كاترا بالإضافة إلى تقديم عروض الأفلام التي قمنا بتصويرها، لافتة إلى أن التراث الشعبي القطري له شأنه الخاص، فهو سر سريتنا وهذه الأرض الحبيبة، لذا نحن للحملة أصيلا ومحافظنا عليها لأنها تمثل ذاكرة رقة جغرافية بل إنها مساهمة شامة من التراث العربي والإسلامي المعيد من التاريخ العربي والإسلامي المعيد على جيلنا من مؤسسة محمد ناصر آل ثاني، وتم تكريم المتحذلين من جانب الدكتور أحمد راوي من كلية الآداب والعلوم بجامعة.

موزة الرشيد: تعريف المشجعين بثقافتنا الشعبية



من خلال هذا الجناح تعرفنا على أمور كثيرة من بينها أن أغلب الزائرين لكاترا لا يعرفون سوق واقف والدوحة وكاترا والمتحف الإسلامي متخفين بوهود متخفا آخرى في قطر من بينها ما كتبه رشيد والتي تضم بيت الرضوي بيت الشراكة وبيت بن جاسم وبيت محمد بن جاسم قدم الجناح كذلك سوراً معاصرة إليها معلومات عن 15 معلماً تراثياً وأكلات في قطر بالإضافة إلى أنه

في قطر، ويتوسل رسالتنا وزيوتنا التي نسمي إلى تحفيها بالإضافة إلى أنه في كاترا بتعريف المشجعين الخليجيين والأصناف بالمناطق التراثية الموثودة بالخروج من هذه الرأية. وتابعت: كما قمنا من خلال الجناح الخاص بنا



حملة لنشر الثقافة القطرية



الدوحة - الراية: أطلقت الطالبات وضحي النعيمي، منى الموسى، موزة الرشيدى، لطيفة البيافعي، بقسم الإعلام بجامعة قطر حملة "نهج الألى" بهدف التعريف ونشر الثقافة والإرث القطري بجميع أنحاء العالم عبر استخدام وسائل التواصل، مثل توزيع الملصقات الورقية الكبيرة والصغيرة، وعبر وسائل الإعلام الرقمية عن طريق نشر مقاطع الفيديو التثقيفي وتنظيم عدد من الندوات الجماهيرية في الأماكن العامة مثل كتارا وسوق واقف فضلاً عن توزيع المنشورات في مختلف الأماكن العامة والمكتظة بالجماهير أو الناس. بالإضافة إلى ذلك سوف نقوم بترجمة جميع المنشورات الرقمية والورقية من أجل نشر إرثنا القطري لأكبر شريحة من الناس.

• 4 •



الراديو:

تم ذكر حملة نهج الأمل في برنامج كيف أصبحت على إذاعة القرآن الكريم

بتاريخ 7\5\2017.



الفصل الخامس

المحتوى:

1- الرعاية

2- الفعاليات



الرعاة:

الرعاة الرسميين للحملة:

الشريك الثقافي (كتارا)

كتارا k a t a r a

يعتبر الحي الثقافي مشروع فريد من نوعه حيث أنه يزخر بالأمال والتفاعلات الإنسانية، وقد تحقق هذا المشروع بالإيمان القوي لصاحب السمو الأمير الوالد الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني أمير دولة قطر حينها، وقيادته الحكيمة.

يأتي الحي الثقافي كتارا كأحد أكبر المشاريع في قطر ذات الأبعاد الثقافية المتعددة، ويعتبر الوجهة لكافة الجمهور للتعرف على ثقافات مختلفة، وبما يوافق رؤية قطر 2030.

قدم الحي الثقافي كتارا دعم للحملة من خلال توفير قاعة للندوة والتي كانت بعنوان الموروث القطري و2022، كذلك وفرت لنا مكان في كورنيش كتارا لوضع البوث الخاص بالحملة ودعمنا بالمعدات اللازمة من (كهرباء- وإضاءة)، كما حرصت على متابعتنا طول فترة الندوة والبوث.





بقرار من سمو الأمير الشيخ تميم بن حمد آل ثاني تم دمج كلا من وزارتي الشباب والرياضة ووزارة الثقافة والفنون والتراث، لتصبح وزارة واحدة باسم تحت مسمى وزارة الثقافة والرياضة والتي أنشئت عام 2016م.

من أولويات الوزارة رعاية شؤون الثقافة والفنون والتراث، والحفاظ على التراث الشعبي، والموروث الوطني والقومي والإسلامي من التراث، وإبراز خصائصه، كذلك تعمل على إعداد الدراسات والبحوث المتعلقة بالتراث والموروث الوطني، وتنظيم الفعاليات والاحتفاء بالمناسبات الوطنية، كما أنها تسعى للنهوض بالشباب، وتنمية قدراته، وإبراز دوره في أداء واجباته.

فتحت لنا وزارة الثقافة والرياضة مكتبها للاستفادة من الدراسات والمصادر والمراجع الموجودة فيها والتي تخص التراث القطري، بالإضافة إلى مساعدتنا بعمل مقابلات مع خبراء مختصين بالتراث القطري وهم ابراهيم السيد ومحمد البلوشي، وأيضا رحب المهندس سعود الدليبي مدير العلاقات العامة بوزارة الثقافة والرياضة باستضافته في الندوة التي قامت بتنفيذها الحملة في 4 مايو.





تعتبر Ooredoo شركة الاتصالات المحلية الأولى في البلاد وهي إحدى كبريات شركات الاتصالات العالمية، وتقدم الشركة خدمات اتصالات عالمية المستوى للعملاء من الأفراد والشركات، إضافة إلى الخدمات المنزلية، لتكون قطر واحدة من أفضل دول العالم في مجال الاتصالات، تعد Ooredoo من أبرز وأهم الداعمين للتراث والثقافة في قطر، كما تنظم فعاليات ومبادرات لموظفيها والمجتمع المحلي، وفي مجال الثقافة شملت أنشطتها مهرجان سباق الهجن الذي يبرز أحد تقاليد الشعب القطري.

تكفلت أوريدو بجميع مطبوعات الحملة من عمل بوث ورل أب وطباعة المطويات والملصق إعلاني وبطاقة تضم مواقع التواصل الخاصة بالحملة، كذلك بعض الهدايا الخاصة كطباعة النوت والقلم، وهنا يمكن دور أوريدو الفعال في دعم المبادرات الشبابية والتي تصب في مصلحة المجتمع.



الشرق

صحيفة قطرية يومية تصدر عن دارالشرق في قطر، حيث تعد من الصحف السياسية، والتي تأسست في 1 سبتمبر 1987.

نشرت صحيفة الشرق خبر عن فلم وثائقي لحملة نهج الألى، والذي أتاح للجمهور معرفة رسالة ورؤية الحملة وسعيها إلى ترويج التراث الحضاري والثقافي لدولة قطر.





تعمل بيوت الشباب القطرية، في مجال رعاية الشباب وقد تمّ تأسيسها منذ عام 1983م، وفي ديسمبر 1983م، وقد حصلت بيوت الشباب القطرية على الشهادة المتقدمة في الجودة من الاتحاد الدولي لبيوت الشباب في أكتوبر 2015، وتسعى بيوت الشباب لتحقيق بيئة آمنة ورخيصة ونظيفة للشباب والتشجيع على تنوع الثقافات واحترام التنوع الثقافي.





تأسست مجموعة شركات الريس في عام 1979م، وتعد من اهم الشركات التجارية الرائدة في مجال التكييف والتبريد وتجارة الأدوات المنزلية والكهربائية، تعمل شركة الريس في مجال الأعمال والتجارة منذ 33 عاما، ولا تزال في تقدم ونمو مستمر في دولة قطر، وهي مجموعة مختلف الخدمات والأنشطة التجارية.

قدمت مجموعة شركات الريس للحملة خمسة جوائز قيمة للحضور خلال الندوة التي أقيمت في كتارا بتاريخ 4 مايو.



العلاقات العامة والاتصال والفعاليات: -

تدشين الحملة:

لقد تم تدشين الحملة من خلال عدة وسائل تقليدية و حديثة لتوصيل رؤية ورسالة وهدف الحملة للجماهير المستهدف بشكل أوسع، وبناء على ذلك قام أعضاء الحملة بعدة فعاليات مختلفة بدءاً بنشر خبر صحفي عن الفيلم الوثائقي للتراث القطري بجريدة الشرق القطرية إلى عمل ندوة بعنوان (الموروث القطري و2022، يقدمها السيد فيصل الهيثمي باستضافة كلاً من الاستاذ صالح غريب رئيس قسم الثقافة والفنون بجريدة الشرق وباحث في التراث الشعبي والاستاذ سعود الدليمي مدير العلاقات العامة بوزارة الثقافة والتراث، وذلك في الحي الثقافي كتارا، بالإضافة إلى وضع بوث للحملة في كورنيش كتارا لاستقطاب وجذب أكبر عدد ممكن من السياح المتواجدين في كتارا والترويج للتراث القطري الذي لقي استحسان الزائرين للبوث ، كذلك تم الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي لتوصيل هدف الحملة وتغطية الفعاليات : تويتر، أنستقرام، سناب شات، يوتيوب، موقع إلكتروني خاص للحملة.



❖ الوسائل الاتصالية المستخدمة وسبب اختيارها:-

أ- أدوات الاتصال المباشرة:

ب- الندوة:

نظم أعضاء الحملة يوم الخميس الموافق ٤ مايو ٢٠١٧م، ندوة بعنوان الموروث القطري و2022، وقد حضر الندوة كلا من السيد فيصل الهيثي مقدم الندوة ومؤسس نادي تمكين والاستاذ صالح غريب باحث بالتراث الشعبي والمهندس سعود الدليهي مدير العلاقات العامة في وزارة الثقافة والرياضة وعدد من الإعلاميين والجمهور المهتم بالتراث، وذلك بالحي الثقافي كتارا.

تدور الندوة حول عدة محاور متعلقة بالتراث القطري، حيث تحدث الاستاذ صالح غريب عن كيفية استخدام ملف ٢٠٢٢ في تغيير الصورة السلبية التي تكونت خلال فوز دولة قطر بالملف وذلك من خلال نشر الموروث القطري وتسويقه كذلك كيفية ترسيخ التراث في ذاكرة الجيل الحالي والمستقبل مع التطور التكنولوجي الحاصل، ومن ناحية أخرى تحدث المهندس سعود الدليهي عن جانب آخر من جوانب التراث القطري والذي يسهم في ترويجه بشكل أوسع.

لاقت الندوة تفاعل ملحوظ من قبل الحضور حيث أضافه الاعلامية حصة السويدي بأن القيم هي مكون أساسي من مكونات الأخلاق حتى يتم المحافظة على التراث ونقله بصورة سليمة لضيوف كأس العالم 2022، وقد حضر الندوة عدد من الاشخاص من مختلف الدول العربية لتعرف وترويج التراث الحضاري والثقافي لدولة قطر وهذا ما تسعى الحملة للوصول إليه وتحقيقا وتعزيزاً لرؤية الحملة وقطر 2030.

ودعماً لحضور مثل هذه الندوات التراثية عمل أعضاء الحملة على تحفيز وجذب الجمهور من خلال توزيع هدايا قيمة قدمتها مشكورة شركة الريس دعماً للحملة.

وفي نهاية الندوة تم توزيع شهادات شكر لكل من السيد فيصل الهيثي والاستاذ صالح غريب والمهندس سعود الدليهي على ما قدموه من دعم للحملة وتم أخذ صورة جماعية مع المقدمين ووسم الحملة #تراثنا_فخرنا.



إعلان عن الندوة في مواقع والتواصل الاجتماعي وملصق إعلاني تم لصقه في أورقة الجامعة

تتشرف حملة

نهج الألو

بدعوتكم لحضور ندوة بعنوان

الموروث القطري و 2022

وذلك بحضور ضيوفنا الكرام



السيد / صالح غريب
رئيس قسم الثقافة والفنون بجريدة الشرق و باحث في التراث الشعبي



السيد / سعود الدثيمي
مدير إدارة العلاقات العامة والإتصال بوزارة الثقافة والرياضة



مقدم الندوة/ فيصل الهيتمي
مؤسس نادي تمكين

وذلك يوم الخميس الموافق 4 مايو 2017 من الساعة 6:30 إلى الساعة 8:00 مساء
كتارا، مبنى 15 خلف المسجد



ناشنا فخرنا



nahg_alola
nahg_alola
contact@nahg_alola.com
www.nahg-alola.com



مصارف قطر
MARSAL QATAR



بيوت الشباب القطرية
QATAR YOUTH HOSTELS



القبة القطرية
katara



الشرق



الرسالة



ooredoo




رول أب إعلاني للندوة:



جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY



نهج الأمل
تأثنا فخرنا

ندوة

الموروث القطري و 2022

بحضور ضيوفنا الكرام



السيد / صالح غريب
رئيس قسم الثقافة والفنون بجريدة الشرق و باحث في التراث الشعبي



السيد / سعود الدليمي
مدير إدارة العلاقات العامة والإتصال بوزارة الثقافة والرياضة



مقدم الندوة / فيصل الهيتمي
مؤسس نادي تمكين

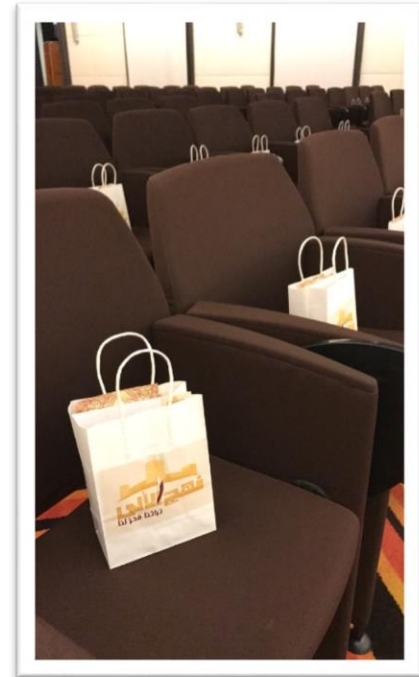
[Instagram](https://www.instagram.com/nahg_alola) nahg_alola
 Contact@nahg-alola.com
 Contact Us
[Facebook](https://www.facebook.com/nahg_alola_) nahg_alola_
 www.nahg-alola.com
 إتصل بنا

الرعاة الرسميين





صور من الندوة التي اقامتها الحملة في الحي الثقافي كتارا



تم تكريم المتحدين في الندوة بشهادة شكر من أعضاء حملة نهج الأبي



السيد سعود الدليلي



السيد فيصل الهيثي مقدم الندوة



الأستاذ صالح غريب



البوث:

تم وضع بوث خاص بالحملة يوم الجمعة الموافق 5 مايو 2017م، في كورنيش كتارا مقابل مطعم لوزار، وقد حضرت الحملة بتفاعل كبير من السياح والزائرين في هذا اليوم، حيث عبر مجموعة من السياح بسعادة بما تقوم به الحملة من ترويج وتعريف للتراث القطري، بالإضافة إلى توزيع بطاقات خاصة تضم عدة أماكن ومتاحف تراثية باللغة العربية والإنجليزية سعياً منا للوصول لمختلف الجنسيات المتواجدة.

كما قام أعضاء الحملة بتوزيع المطويات والملصقات الإعلانية وبطاقة أعمال تضم جميع حسابات الحملة، وأيضاً توزيع الهدايا التذكارية من دفتر وقلم بشعار الحملة. وتم التقاط عدة صور مختلفة لزائرين وسياح البوث مع وسم الحملة #تراثنا_فخرنا، ولقي البوث اهتمام كبير من قبل الزوار والسياح، وتم تغطيته فعالية البوث من قبل شخصية قطرية مشهورة في مواقع التواصل الاجتماعي وهو السيد إبراهيم العجلان، وتغطيتها من خلال حسابات الحملة ونشر الصور والفيديوهات المختلفة.

أن إقامة البوث ساهم بتعريف الجمهور بالحملة وترويج التراث القطري بشكل أوسع، وإتاحة الفرصة

لأعضاء الحملة بنقل رؤية ورسالة وهدف الحملة للجماهير المختلف.



إعلان الدعوة لفعالية البوث في كتارا الذي تم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي



 جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY

يَسْرُ حَمَلَة

نَهج الألو

أن تدعوكم لزيارتها في الحي الثقافي كتارا
بمنطقة الكورنيش الواقعة بين 14 و 15
وذلك يوم الجمعة الموافق 5/5/2017
من الساعة 5 مساء الى الساعة 8 مساء

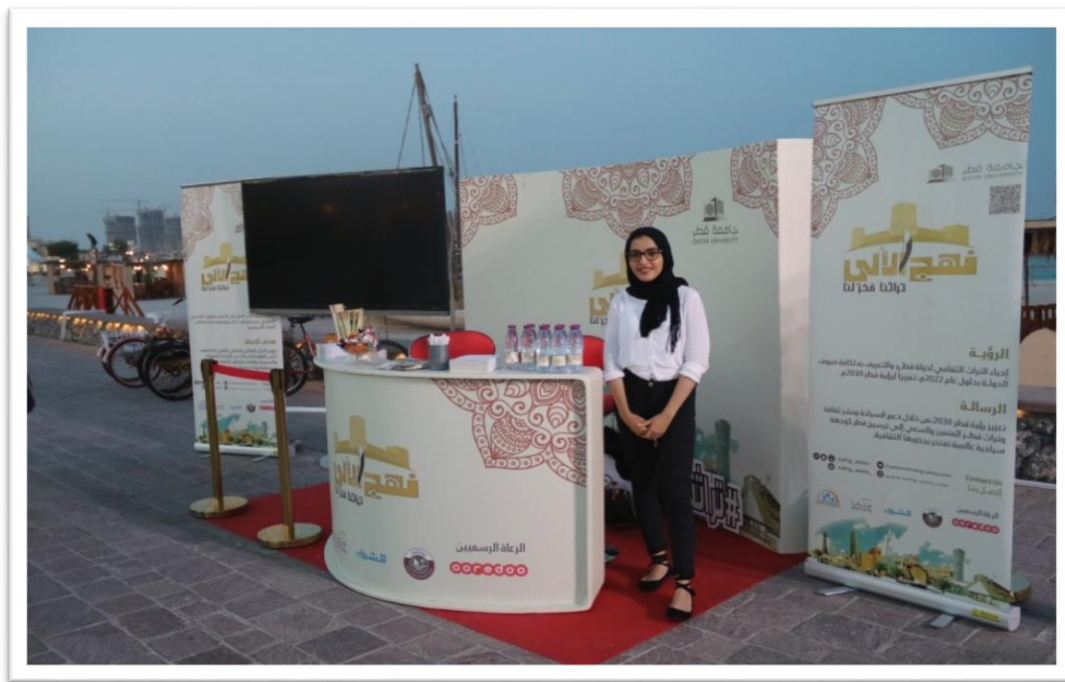
   nahg_alola
nahg_alola_
Contact@nahg-alola.com
www.nahg-alola.com

الرعاية الرسميين



صورة للبوث في الحي الثقافي كتارا يوم 5\5\2017



صور وسم الحملة #تراثنا_فخرنا من السياح والزائرين لكاتارا



ت- أدوات الاتصال غير المباشرة:

أصبحت التكنولوجيا وثورة المعلومات في وقتنا الحالي قوة رئيسية في بناء الدولة وترسيخ أركانها والحفاظ على هويتها ومكانتها وتراثها الثقافي والحضاري، ومع انفجار المعلومات وثورة الاتصالات تضاعفت الأهمية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت بوابة لعبور العالم وتوصيل رؤية ورسالة سهلة الوصول إليها وتعزيز قيم إيجابية في الأفراد والجماعات من مختلف الجنسيات، كما ساعدت هذه المواقع أن تصل إلى المتابع على مدار الساعة وأن تبقى على اطلاع بكل ما هو جديد أولا بأول، لذلك اعتمدت الحملة على توصيل رؤيتها ورسالتها وهدفها وعرض الفعاليات والصور ولقطات الفيديو والإعلانات عن طريق تلك المواقع لما لها أهمية كبيرة في المجتمع، حيث قام أعضاء الحملة بأنشاء حسابات خاصة للحملة بمواقع التواصل الاجتماعي تويتر وأنستغرام وسناب شات للتواصل مع الجمهور وعرض كل فعاليات الحملة:



الموقع الخاص بالحملة

www.nahg-alola.com





يحتوي الموقع الخاص بالحملة على صفحة رئيسة ونبذة عن الحملة ومعرض للصور والفيديو وطرق التواصل مع الحملة. بالإضافة إلى مجموعة من الصفحات المتنوعة والتي تعرض مقاطع الفيديو الخاص بالتراث القطري والتعريف بها مثل فيديو مباني مدينة الشمال والأغاني الشعبية ومعرض للصور مثل صورة سوق واقف ومتحف الفن الاسلامي وغيرها، كما توجد صفحة خاصة بوسائل الاتصال بالحملة مثل الرقم الخاص بالحملة ووسائل التواصل الاجتماعي من أنستقرام وتويتروسناب شات وبريد إلكتروني، أما فيما يخص ألوان الموقع تم اختيارها بناء على الألوان الخاصة بشعارالحملة وهي العنابي والذهبي حتى يتم التنسيق بين مختلف الوسائل الخاصة بالحملة.



تويتر

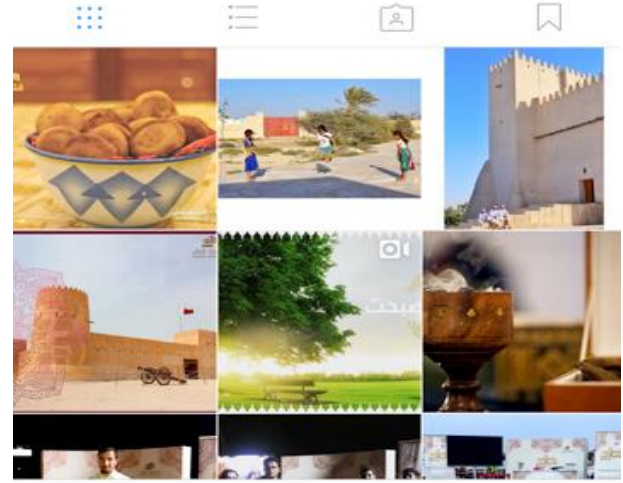


لقد لقي حساب الحملة في (تويتر) أقبال كبير من مختلف الجنسيات والمهتمين بالتراث في الدولة، حيث أبدى العديد من المتابعين للحساب بأعجابه للحملة والتعليق على بعض الصور التراثية التي يتم نشرها في الحساب، بالإضافة إلى دعم الحملة من خلال الردود الإيجابية التي تسعى إلى تشجيعنا على تطوير الفكرة واستمرارها للوصول بها إلى كأس العالم 2022، وقد لوحظ تزايداً ملحوظاً للمتابعين للحساب في الفترة الاخيرة من شخصيات مختلفة في الدولة سواء إعلامية أو ثقافية ومن خارجها، وايضاً تم وضع علامة (أعجب به) لبعض التغريدات والصور التي تعيدهم للماضي الجميل والتي لازالت موجودة رغم التطور الذي تشهده البلاد من نقش الحناء وأساور الخصور للفتيات وبعض متاحف قطر التي تحكي الحياة القطرية قديماً، بالإضافة لعرض بعض من صور كواليس فيديو حملة نهج الأهل والذي يقوم به أعضاء الحملة وسيتم نشرة بعد فترة قصيرة بالإضافة إلى الصور التي تم التقاطها من قبل أعضاء الحملة لبعض المعالم التراثية السياحية في قطر وبعض العادات التي تتميز بها دولتنا للتعريف بها وترويجها لكافة ضيوف قطر مع تعزيز رؤية قطر 2030، وقد تصدرت تويتر المركز الأول من مواقع التواصل الاجتماعي اقبالا من قبل الجمهور مما أسهم بنقل صورة الحملة بشكل صحيح وما تسعى إلى تحقيقه بحلول 2022.

إضافة إلى ذلك تم التفاعل مع وسم الحملة #تراثنا_فخرنا والذي تم من خلاله وضع جمل عن التراث ومعلومات تعريفية بالتراث القطري وردود المتابعين واستفساراتهم وتغطية فعاليات الحملة من خلال الرعاية وتستمر الحملة في الوقت الحالي بنشر التغريدات المختلفة عن التراث الثقافي والحضاري لدولة قطر.



أنستغرام



يعتبر الأنستغرام من أفضل المواقع لنشر الصور والفيديوهات، لذلك حرصت الحملة على استخدام الأنستغرام لنقل وتبادل صور الفعاليات والصور التراثية مع مختلف الجمهور، حيث لقي الحساب تفاعل مع الصور والفيديوهات المعروضة وأعجاب الجمهور بالحساب، وقد ساعدنا البرنامج في نقل الفعاليات بشكل مباشر لما يمتاز به البرنامج من العرض المباشر وسهولة تفاعل الجمهور المضاف للحملة. بالإضافة إلى وجود ميزة التعليقات المتاحة للأخذ بعين الاعتبار بعض ردود الجمهور لتطوير الحملة.

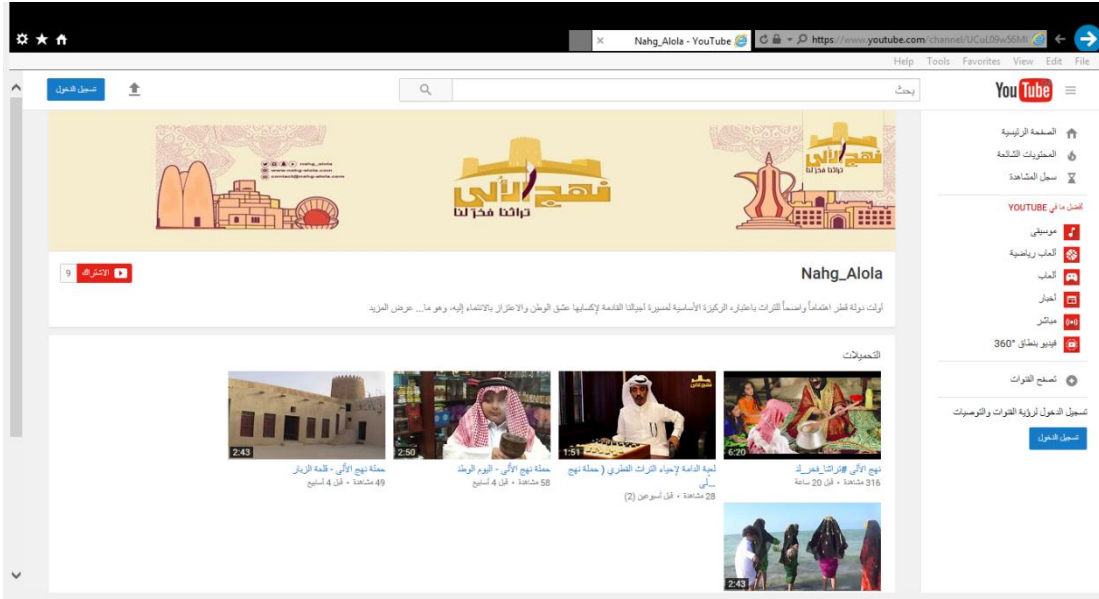


سناب شات



تم استخدام برنامج سناب شات بغرض تسجيل ومشاركة فعاليات الحملة مع جمهور الحساب وتم النقل بشكل مباشر ندوة الحملة والتي كانت بعنوان (الموروث القطري و2022). والتعريف بضيوف الندوة ونشر إعلانات الفعاليات، وعرض ما تم كتابته في صحيفة الشرق القطرية عن الحملة، بالإضافة إلى مشاركة عدد من الأشخاص لنقل فكرة الحملة للجمهور الاخر مثل ما قامت به شبكة مرسال بتغطية فعالية الندوة يوم الخميس الموافق 2017/5/4م، وايضا ما قام به السيد ابراهيم العجلان لتغطية فعالية بوث كتارا يوم الجمعة الموافق 5 مايو 2017.





تم إنشاء قناة خاصة في اليوتيوب للحملة لنشر المقاطع التي قام بتصويرها فريق العمل، وذلك لتعريف وترويج التراث القطري لضيوف كأس العالم 2022. فعلي سبيل المثال تم عمل مقابلة مع السيد ناجي النعيمي رئيس مجلس نادي الدامة وتصوير لعبة الدامة لتعريف بها وأهميتها التراثية ونشرة في قناة الحملة على اليوتيوب، ولقي الفيديو عدد مشاهدات من الجمهور في فترة زمنية قصيرة تصل إلى 50 مشاهد، بالإضافة إلى نشر الفيديو الخاص بالحملة والذي قام بتنفيذه أعضاء الحملة من فكرة وتصوير وإنتاج، وهو يسعى إلى ترويج الموروث القطري وقد وصل عدد المشاهدات للفيديو إلى 440 مشاهد وعدد 12 أعجب به.



الفصل السادس

المحتوى:

1. التقييم



1- التقييم

بعد الانتهاء من جميع الفعاليات ونشر اسم الحملة لأكبر عدد ممكن من الجمهور، قام فريق عمل الحملة بعمل تقييم شامل للحملة وذلك عن طريق استبيان تم نشره في جميع وسائل التواصل الاجتماعي يحتوي على اسئلة متنوعة لقياس مدى نجاح وتأثير الحملة ومعرفة الاصداء المختلفة عن الحملة:

1. ما رأيك بالحملة الترويجية (نهج الألى)؟

○ ممتاز 78%

○ جيد 18%

○ ضعيف 4%

2. ما تقييمك للتالي:

● اسم الحملة:

○ ممتاز 47%

○ جيد 49%

○ ضعيف 4%

● المعلومات التراثية التي تم اكتسابها من الحملة:

○ ممتاز 82%

○ جيد 15%

○ ضعيف 3%

● المطويات والملصقات الخاصة بالحملة من حيث المعلومات والتصميم:

○ ممتاز 91%

○ جيد 9%

○ ضعيف 0%



- الندوات:
 - ممتاز 52%
 - جيد 40%
 - ضعيف 8%
- البوث من حيث الموقع والرد على استفسارات الزوار:
 - ممتاز 84%
 - جيد 14%
 - ضعيف 2%
- الفيديو من حيث استنتاج الفكرة:
 - ممتاز 94%
 - جيد 2%
 - ضعيف 4%
- الموقع الالكتروني من حيث المحتويات والتصميم:
 - ممتاز 72%
 - جيد 25%
 - ضعيف 3%

من خلال النسب السابقة تم التوصل إلى أن الحملة كانت تسير وفق استراتيجية واضحة ومناسبة للبيئة التي قامت بها الحملة، كما أن اغلب النسب حاصلة على القبول والرضى بشكل أكبر من عدم الرضا، وذلك دليل على أن الحملة استوفت جميع الشروط الواجبة في نشر الموروث القطري بنجاح. وذلك بسبب تنوع الوسائل المستخدمة في الوصول لأكثر عدد ممكن من الجمهور سواء بالاتصال المباشر من خلال البوث والندوة أو الغير مباشر من خلال الفيديو ووسائل التواصل الاجتماعي.



تقييم حساب حملة (نهج الألى) على برنامج تويتر:

اسم الحساب @nahg_alola

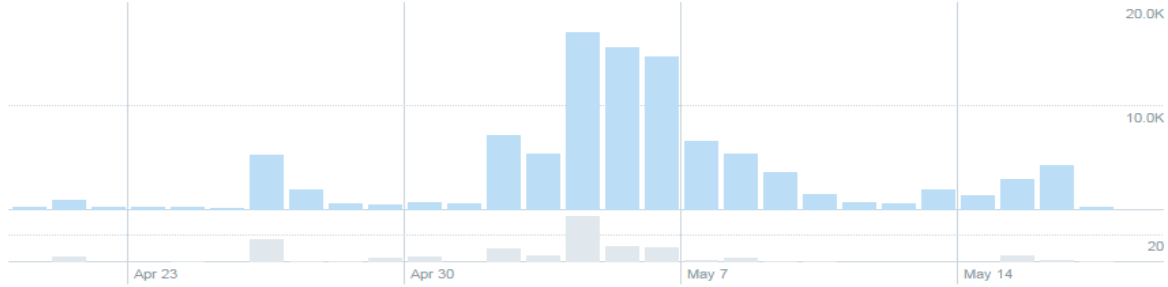


وسم الحملة #تراثنا_فخرنا

عدد التغريدات المنشورة 200

عدد المتابعين 132

Your Tweets earned 102.8K impressions over this 28 day period



من خلال الرسم البياني تبين بأن التفاعل في حساب الحملة بشهر إبريل قليل جدا وارتفع تدريجيا في نهاية إبريل، حتى وصل إلى ارتفاع كبير في شهر مايو، وكان السبب وراء ذلك هي الندوة التي اقيمت في الحي الثقافي كتارا حيث لاقى الحساب مضافين جدد بالإضافة إلى زيادة إعادة التغريدات المنشورة من القائمين على الحساب وكذلك زيادة علامات الإعجاب بالتغريدات، وقل التفاعل بنسبة قليلة جدا في اليوم التالي وهو يوم فعالية البوث في كتارا، وذلك لانشغال أعضاء الحملة بالتفاعل مع الجمهور على أرض الواقع، حتى انخفض بشكل ملحوظ في 7 مايو، وذلك لأنشغال أعضاء الحملة بتجهيز الملف الخاص للحملة وتقديمه للمشرف عليها.



الفصل السابع

المحتوى:

1. الخاتمة

2. توصيات

3. المراجع

4. الملاحق



1- الخاتمة

الإرث القطري هو أصلنا ومن واجبنا أن نعتزبه وننشره حول العالم، لكي يعلم العالم بأن لنا ماضي جميل قبل هذا الحاضر المشرق، ومع ذلك تعد حملة نهج الأبي من أوائل الحملات التي تنوي وتنم على نشر الموروث القطري الذي لا سيما غاب عن أنظار العالم وفقاً للتطور والتنمية العظيمة التي صارت في دولة قطر، ومن أهم أهداف هذه الحملة كان تعريف الأجانب والسياح على الإرث القطري والتقاليد والأعراف المشهورة بها دولة قطر، التي لا سيما هي تعرف عن أصلنا وحضارتنا، وليس فقط حاضرننا المشرق. وعلى ذلك قامت الحملة بتعريف الشق الأكبر والمستطاع من الأجانب بالإرث القطري والتقاليد الجميلة، وعلى ذلك تم نشر حملتنا باللغة الإنجليزية والعربية، لا سيما الإنجليزية في تعريف التقاليد والمنشورات. والحمد لله حمداً كثيراً لقد وجدت الحملة إعجاب الكثير من الناس مما كان فيها من معلومات لم يعلم به الشق الأكبر من الأجانب والسواح عن التقاليد القطرية والإرث المجيد.

اتخذت حملة نهج الأبي الاعلام الحديث أي الرقمي والإعلام التقليدي من أجل إيصال الحقائق والمعلومات عن الإرث القطري. وقامت الحملة في مجال الإعلام الرقمي بوضع حسابات عديدة في مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، وكان يوجد فيها مقاطع فيديو مترجمة إلى الإنجليزية وفيها عروض تصويرية عن أكثر الأماكن عراقية في دولة قطر. وعلى صعيد الإعلام التقليدي، حيث كانت الفعاليات وغيرها ولقيت جماهير كبيرة أيضاً، حيث أنه تم نشر الحملة في الصحافة وقمنا بنشاطات اجتماعية ومنها الندوة الثقافية. وكانت هذه الفعاليات في كتارا، وكان الاستهداف وفقاً للتدفق الزائد من الأجانب والسياح فيها. بالإضافة إلى ذلك المنشورات الورقية والملصقات والكتيبات الثقافية.

من أهم الصعوبات التي واجهتها الحملة هي عدم وجود مراجع موثقة عن الإرث القطري، التي كانت مهمة جداً من أجل ضمان جودة وصحة المعلومات التي يتم نشرها. ولكن حلاً لتلك المعضلة ومن شدة أهمية هذه الحملة، قمنا بعمل مقابلات شخصية مع القطريين اللذين عاشوا حقبة ما قبل البترول وما بعده، وعلى ذلك استجمعنا الكثير من المعلومات القيمة والتي لا مكان لها في مراجع موثقة قطرية. كانت هناك أيضاً صعوبة في الحصول على متابعين وجماهير أكثر في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا كان وفقاً لضيق



وقت الحملة. ولكن تلك الحسابات لن تقفل حتى بعد انتهاء الحملة وذلك لجعلها هي من المراجع أو الأماكن التي يستمد منها الناس المعرفة عن الموروث القطري.

2- توصيات

1- الاهتمام بالفكرة من قبل الجهات المختصة وتطويرها والاستفادة منها لتشجيع السياحة في دولة

قطر واستغلال الموروثات في المناسبات المهمة مثل كأس العالم ٢٠٢٢

2- زيادة الاهتمام بالأماكن التراثية وجعلها مناسبة للترفيه والسياحة وترميمها أن كانت بحاجة للترميم.

3- إعادة احياء الموروثات من أغاني واهازيج وعادات وما إلى ذلك في مختلف المناسبات للحرص على عدم انقراضها واندثارها.

4- تكثيف العمل على إنشاء بحوث ودراسات وكتب عن الموروثات القطرية بمختلف أنواعها لقلّة المادة النظرية حولها، وذلك للتعريف بها بشكل دقيق وقطع الشكوك حول معناها، ووجوب أن يكون ذلك باللغتين العربية والإنجليزية.

5- فتح المجال امام الشباب كقوة وطنية للمشاركة في مثل هذا الحدث عبر مشاريعهم وافكارهم وذلك لوجود القدرة الابداعية والابتكار لدى عمر الشباب أكثر من غيرهم.



3- المراجع

مراجع الدراسات والنظريات والحملات السابقة:

- 1- توثيق متحدون مع التراث
"انطلاق حملة متحدون مع التراث في قطر." وكالة الانباء القطرية. ١٣ مارس ٢٠١٦.
<http://www.qna.org.qa/News/16031322410109/> انطلاق-حملة-متحدون-مع-التراث-في-قطر
- 2- توثيق معاً لاجل التراث
"معاً لأجل التراث في الزبارة." الوطن القطرية. ٧ نوفمبر ٢٠١٦. <http://www.al-watan.com/news-details/id/37384>
- 3- الخليفي، محمد جاسم. (٢٠٠٠). "المواقع الأثرية في قطر: التراث المعماري، المتاحف في قطر"، إدارة المتاحف والآثار: الدوحة.
- 4- المشاقبة ، بسام عبدالرحمن ، أخلاقيات العمل الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع (ط1) ، الأردن – عمان
- 5- المالكي، خليفة السيد محمد صالح. (٢٠١١). "الألعاب والأهازيج الشعبية"، مطابع الراية، الدوحة.
- 6- دراسة بعنوان: رؤية نظرية لمفاهيم التسويق السياحي ورضا السائحين عبدالحامد عبدالله الخرابشة (2014)
- 7- دراسة بعنوان: الاتجاهات الحديثة في السياحة الثقافية: تسويق المتاحف نموذجاً: نواف نهار طبيشات (2016)
- 8- دراستها: أهمية الموروث الثقافي الجزائري في تحقيق السياحة الثقافية، (2015)
- 9- الدراسة: السياحة التراثية، دالين تيموثي (2012)
- 10- دراسة: دور الموارد التراثية في حجم الحركة السياحية: دراسة حالة محافظة الاحساء، (2010)
- 11- دراسة بعنوان التنسيق بين النشاط السياحي وادارة التراث الثقافي: من منظور التنمية السياحية المستدامة-دراسة حالة مصر، غادة محمد خيرت (2010)
- 12- دراسة بعنوان: تراثنا: الهدم والبناء غالي شكري (1972)
- 13- دراسة: الادوات والسياسة الترويجية وأثرها على ادراكات السياح، شنيبي عبدالرحيم (2015)
- 14- دراسة بعنوان: التراث والبيئة والسياحة: من أجل تنمية محلية مستدامة، محمد العزيز نجاحي (2007)
- 15- دراسة بعنوان: تفعيل وتنمية السياحة المصرية المقومات-المعوقات-إطار ومعايير التطوير، سمير سعد مرقص (2005)
- 16- الدراسة: اشكالية التراث الحضري وأهمية الحفاظ عليه، بشار راضية
- 17- دراسة بعنوان: نشأة السياحة وتطورها التاريخي عبر العصور
- 18- دراسة بعنوان: الاعلام وترويج السياحة الثقافية: المملكة العربية السعودية لنايف بن ثنيان ال سعود (2005)
- 19- دراسة صلاح الدين صابر عبد الله: الأسس الاستراتيجية لتوظيف التراث الشعبي في التنمية السياحية (2011)
- 20- مصطفى محمود الحيارى في دراسته: دور وسائل الاعلام المتعددة في ترويج التراث الثقافي المادي والاثري في الاردن (2014)
- 21- دراسة محمد زياد محمد الغزاوي بعنوان: أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تشجيع السياحة في الاردن، (2016)
- 22- محمد حسن سعيد، في دراسته: الترويج السياحي في السودان ودوره في بناء الصورة الذهنية، (2010)

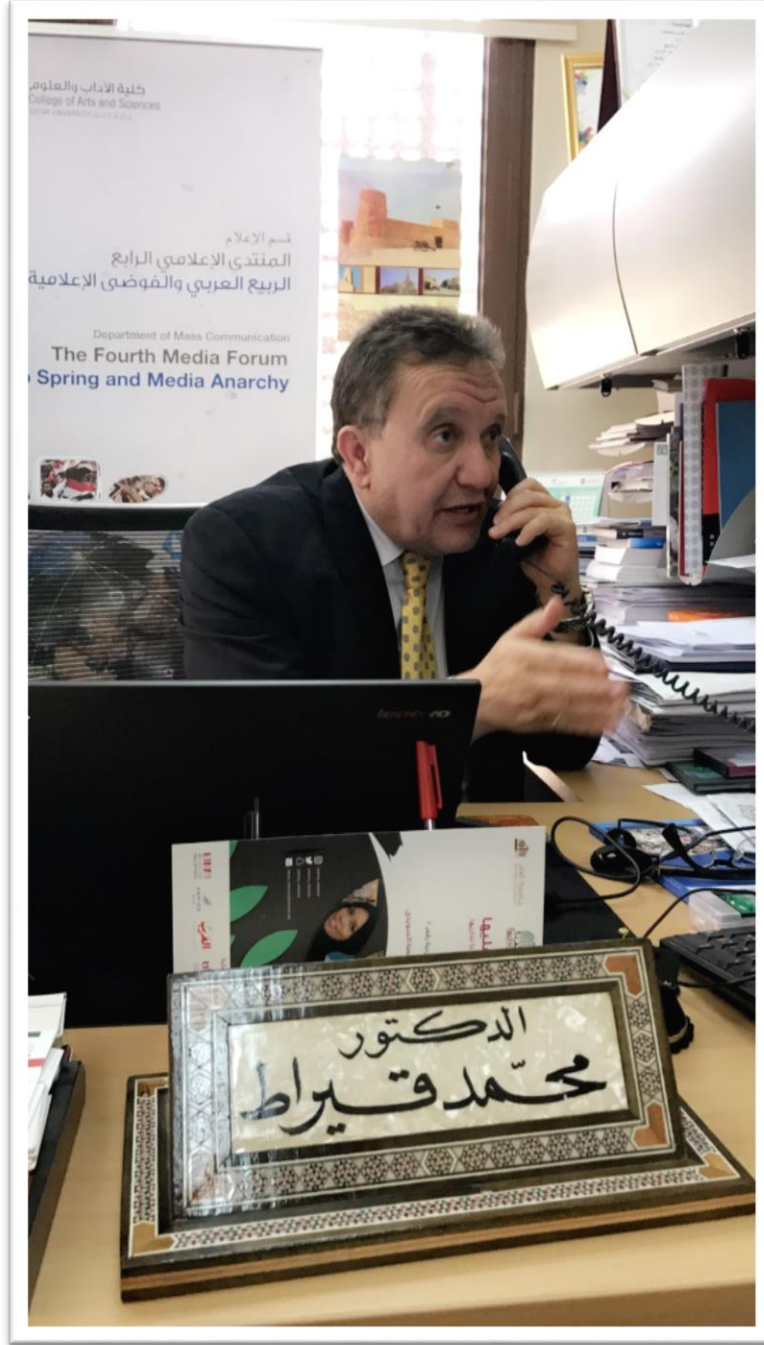
المقابلات:

1. حسن المهندي إعلامي في تلفزيون قطر، 26\4\2017
2. ابراهيم السيد مدير إدارة المكتبات العامة والتراث في وزارة الثقافة والرياضة في 27\4\2017
3. محمد البلوشي استشاري تراث في ادارة المكتبات العامة والتراث بوزارة الثقافة والرياضة في 30\4\2017



4- الملاحق

1- المشرف على الحملة دكتور محمد قيراط من قسم الإعلام



2- تويتر

Twitter, Inc. [US] | https://twitter.com/nahg_alola?lang=ar

البحث في تويتر

الرئيسية الرئيسية التنبيهات الرسائل

Contact Us إتصل بنا

nahg_alola
nahg_alola_
Contact@nahg-alola.com
www.nahg-alola.com

تواصلنا فخرنا

تعدّل الملف الشخصي

التغريدات 196
مناقشاتي 286
مناقشاتي 122
الإعجابات 28
التخطّات

التغريدات تغريدات وردود الوسائط

تغريدة مُتّبعة

نهج الألى @nahg_alola · ١٥ مايو
تابعو فيديو حملة نهج الألى #تراثنا_فخرنا

نهج الألى #تراثنا_فخرنا
فلم وثقفي اقربوج المهرجوت الطيرى من اعداد ونتاج حملة نهج الألى لطايات
Documentary film to promote Qatari heritage Prepared and prod...
youtube.com

نهج الألى @nahg_alola
حملة (نهج الألى) مشروع تخرج طالبات
قسم الإعلام بجامعة قطر، بهدف المشروع
إلى ترويج التراث الثقافي القطري لضيوف كأس
العالم 2022 هاشتاق #تراثنا_فخرنا

Doha, Qatar
nahg-alola.com
انضم في أبريل، ٢٠١٧

نهج الألى @nahg_alola · ٨ مايو
برنامج كيف أصبحت بتاريخ 7/5/2017 يوم الاحد اذاعة القرآن الكريم
حملة نهج الألى #تراثنا_فخرنا

كيف أصبحت

الذمير الكبير

٠:21

Basak @basak_glsn · ٧ مايو
رذا على @nahg_alola @YouTube

srab2014 @srab276 · ٢٢ مايو
رذا على @nahg_alola والتصوير روعة الله يوفقم

قطر @ftm94_.. · ١٥ مايو
رذا على @nahg_alola @Mona_N12 إبداع ماشاء الله

Alhebabis @Alhebabis · ١٥ مايو
رذا على @nahg_alola ماشاء الله شغل متعوب عليه ، فيديو ممتع ، الله يوفقم بارب ..





نهج الألى @nahg_alola ٢٠ مايو
تدعوكم بحضور ندوة بعنوان (الموروث القطري و٢٠٢٢) يوم الخميس الموافق ٤/٥/٢٠١٧ في كنارا مبنى ١٥ من الساعة ٦:٣٠ الى الساعة ٨ مساء حضوركم يسعدنا

نهج الألى

بدعوتكم لحضور ندوة بعنوان
الموروث القطري و 2022
وذلك بحضور ضيوفنا الكرام



السيد / صالح الحريه
رئيس قسم الثقافة والتراث القطري
القطري و جامعة قطر



السيد / سعود الذهني
مدير مركز العلاقات العامة
والإعلام بوزارة الثقافة والتراث



مقدم الندوة / فيصل الهتمي
مؤسس نادي الشكين

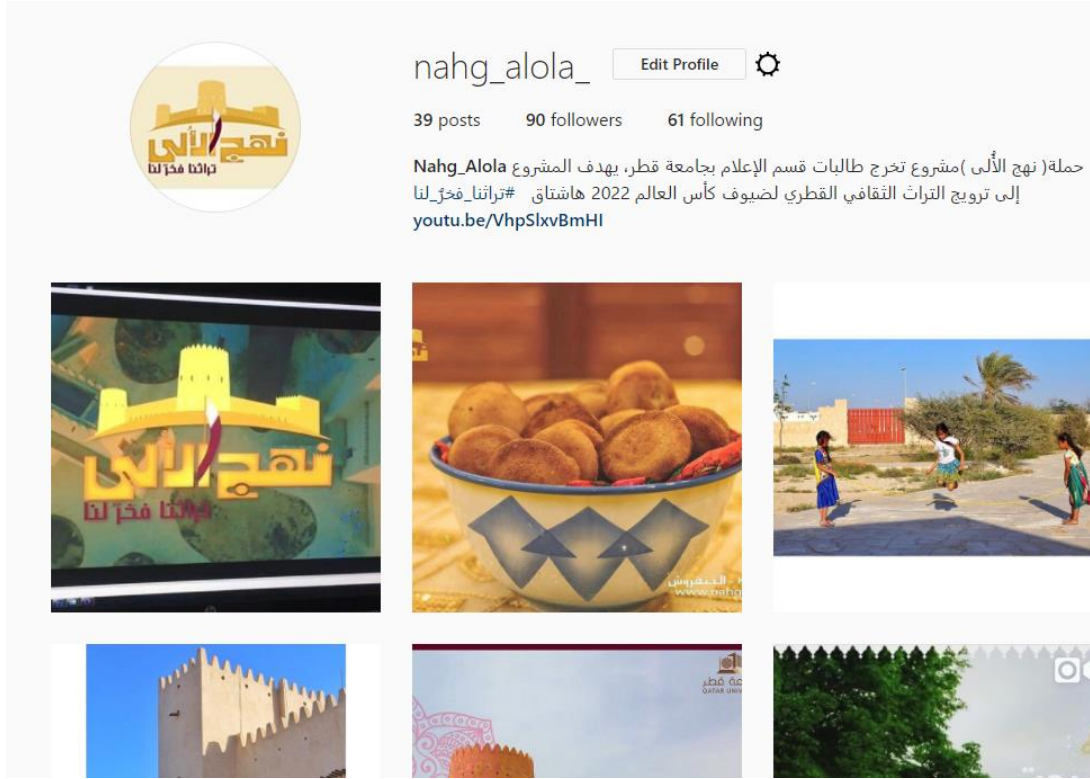
وذلك يوم الخميس الموافق 4 مايو 2017 من الساعة 6:30 إلى الساعة 8:00 مساء
كنارا، مبنى 15 خلف المسجد.

الرعاة الرسميين

فيصل الهتمي ووزارة الشرق Mejd Alkhouly و7 آخرون.



3- انستغرام



nahg_alola_
34 likes 3w

هواية القنص هواية قديمة من تراث الأجداد والتي ينتج بها أبناء قطر، وتم إنشاء جمعية بالحي الثقافي للحفاظ على هذا التراث. تراثنا فخرنا. Falconry is an important part of the Qatari heritage, it's a hobby rooted in the Qatari society passed from one generation to another.

nahg_alola_ @mcomqu @qataruniversity

♥ Add a comment...



nahg_alola_
أم صلال محمد

25 likes 6d

nahg_alola_ .. برج برزان يرتفع هذا البرج عن الأرض بما يقارب 10 متراً ويعتبر مرصد لرؤية سفن الغوص العائدة لقطر، ويقع هذا البرج في شمال ترقى أم صلال محمد وقد أنشئ عام 1910م وفيه طواقم عديدة وينتجيز .. بارتفاعه، بسبب مهمته في المراقبة Barzan Tower Also known as the Umm Salal Mohammed Fort Tower. It was built in the late 19th century and renovated in 1910. The tower measure 16 meters high and Barzan Tower may have been built near the sea to keep an observant eye on pearl divers, as a look-out for approaching ships.

#تراثنا_فخرنا_Lنا

♥ Add a comment...





nahg_alola_

27 likes

3w

الدامه لعبة قديمة تتميز بأنها لعبة ذهنيه تحتاج إلى موهبه وذكاء والهدف من أنشاء مجلس الدامة بسوق واقف أحياء التراث #تراثنا فخرنا alDamah is an old game and is a mental game which needs talent, The target of making majlis alDamah in Souq Waqef revive the Qatari culture



Add a comment...



4- تغطيات الرعاية ومشاهير التواصل الاجتماعي

You Retweeted

Marsalqatar · 5/3/17

شبكة مرسال قطر
حملة @nahg_alola تدعوكم لحضور ندوة بعنوان "الموروث القطري و ٢٠٢٢" غداً الخميس بمبنى 15 في كتارا من ٦:٣٠ - ٨ مساء .
#مرسال_قطر

وذلك بحضور ضيوفنا الكرام

السيد / صالح شريف
رئيس قسم الثقافة والتراث بجمهورية قطر و باحث في التراث القطري

السيد / سعود الدليمي
مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام بوزارة الثقافة و الرياضة

مقدم الندوة/ فيصل الهيتمي
مؤسس نادي تمكين

وذلك يوم الخميس الموافق 4 مايو 2017 من الساعة 6,30 إلى الساعة 8,00 مساء
كتارا، مبنى 15 خلف المسجد
الرعاة الرسميين

Katara and 4 others | كتارا

8 1

You Retweeted

MCSQA · 5/4/17

الرياضة والثقافة و الرياضة
تدعوكم حملة "نهج الأمل" لحضور ندوة بعنوان "الموروث القطري و ٢٠٢٢" اليوم الخميس الساعة ٦:٣٠م حتى ٨م بكتارا مبنى ١٥

وذلك بحضور ضيوفنا الكرام

السيد / صالح شريف
رئيس قسم الثقافة والتراث بجمهورية قطر و باحث في التراث القطري

السيد / سعود الدليمي
مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام بوزارة الثقافة و الرياضة

مقدم الندوة/ فيصل الهيتمي
مؤسس نادي تمكين

وذلك يوم الخميس الموافق 4 مايو 2017 من الساعة 6,30 إلى الساعة 8,00 مساء
كتارا، مبنى 15 خلف المسجد

You

1 7 3

Katara | كتارا @kataraqatar

مشاهد من ندوة " الموروث القطري و 2022" المقامة في #كتارا #كتارا_ملتقى_الثقافات

Translate from Arabic

0:56

5/4/17, 7:14 PM

7 RETWEETS 8 LIKES

Marsalqatar · 5/4/17

حملة نهج الأمل تنظم ندوة "الموروث القطري و 2022" بمشاركة السيد سعود الدليمي والأستاذ صالح غريب يقدمها فيصل الهيتمي بكتارا
#تراثنا_فخرنا

You and 3 others

7 2





محمد بن سلعان @Mohamme... · 5/7/17

Replying to @nahg_alola

عمل جبار، نسأل الله لكم بالتوفيق والسداد، واتمنى استمرار
الفكره وتصبح مبادرة شبابية دائمه..



1



3



3



You Retweeted



ناصر عقيل @Bo3qel · 4/26/17

بختصر الكلام بجملة بسيطة تعلمناها من الاوليين " إلي ماله
أول ماله تالي " #تراثنا_فخرنا



3



7

You Retweeted



محمد الشهواني @m8_alshahwani · 4/18/17

@nahg_alola

حساب قطري جميل يدعم الثقافة القطرية الأصيلة والمستمدة
من تعاليم ديننا الإسلامي وعاداتنا وتقاليدينا العربية .



1



3



4



You Retweeted



@Marsalqatar · 5/2/17
حملة "نهج الألى" حملة طلابية تهدف لترويج التراث الثقافي والحضاري القطري لكافة ضيوف كأس العالم 2022 من خلال نقل الموروثات والشعبيات والعادات



You

1 6 1

You Retweeted



@Mohamm... · 4/26/17
حساب لمبادرة تستحق المتابعة لما لها من اهداف ايجابية تخدم تراثنا ونهجنا

@nahg_alola نهج الألى

حسابات الحملة بمواقع التواصل الاجتماعي
#نهج_الالى #تراثنا_فخرنا



3 3

You Retweeted



@Mohamme... · 5/3/17
ادعوكم لحضور ندوه ادناه..
وسأكون من الحضور ان شاء الله ..

@nahg_alola نهج الألى

ندعوكم بحضور ندوه بعنوان (الموروث القطري و٢٠٢٢)
يوم الخميس الموافق ٥/٤/ ٢٠١٧ في كتارا مبنى ١٥
من الساعة ٦:٣٠ الى الساعة ٨ مساء حضوركم
يسعدنا



1 2

You Retweeted



@kataraqatar · 5/3/17
كتارا | Katar
سيُقام في #كتارا، مبنى 15
ندوة " الموروث القطري و2022"
الخميس 4 مايو 2017، الساعة 6:30 م
لمزيد من الإستفسار: 182
#كتارا_ملتقى_الثقافات



6 6



5- الفيديو



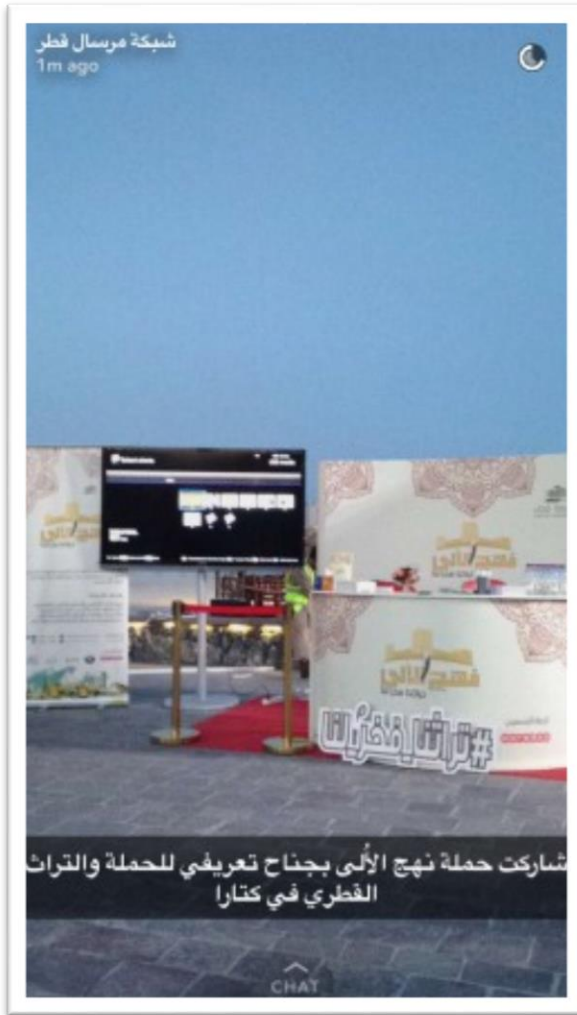
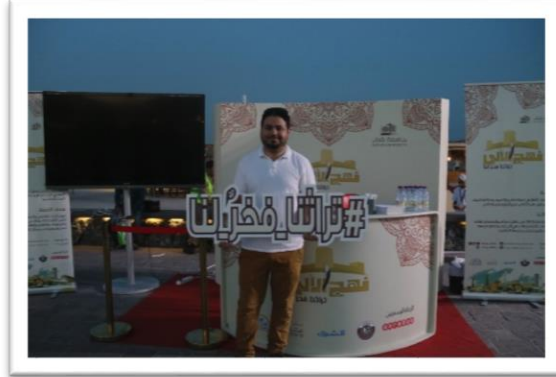
- Başak** 🌹👩🏻🇧🇪🇪🇲 @basak_glsn · 2d
Replying to @nahg_alola and @YouTube
👍🇧🇪👍
- srab2014** 🇲🇪 @srab276 · 2d
Replying to @nahg_alola
ماشاءالله عجيب 👍 والتصوير روعة 🙏 الله يوفقكم
- .. فطم** @ftm94_ · 2d
Replying to @nahg_alola
@Mona_N12 إبداع ماشاء الله 🙏❤❤.
- @Alhebabis** · 2d
Replying to @nahg_alola
ماشاء الله شغل متعوب عليه ،فيديو ممتع 🙏،الله يوفقكم



6- صورة الأطفال المشاركين بالفديو الخاص بالحملة



7- البوٲ



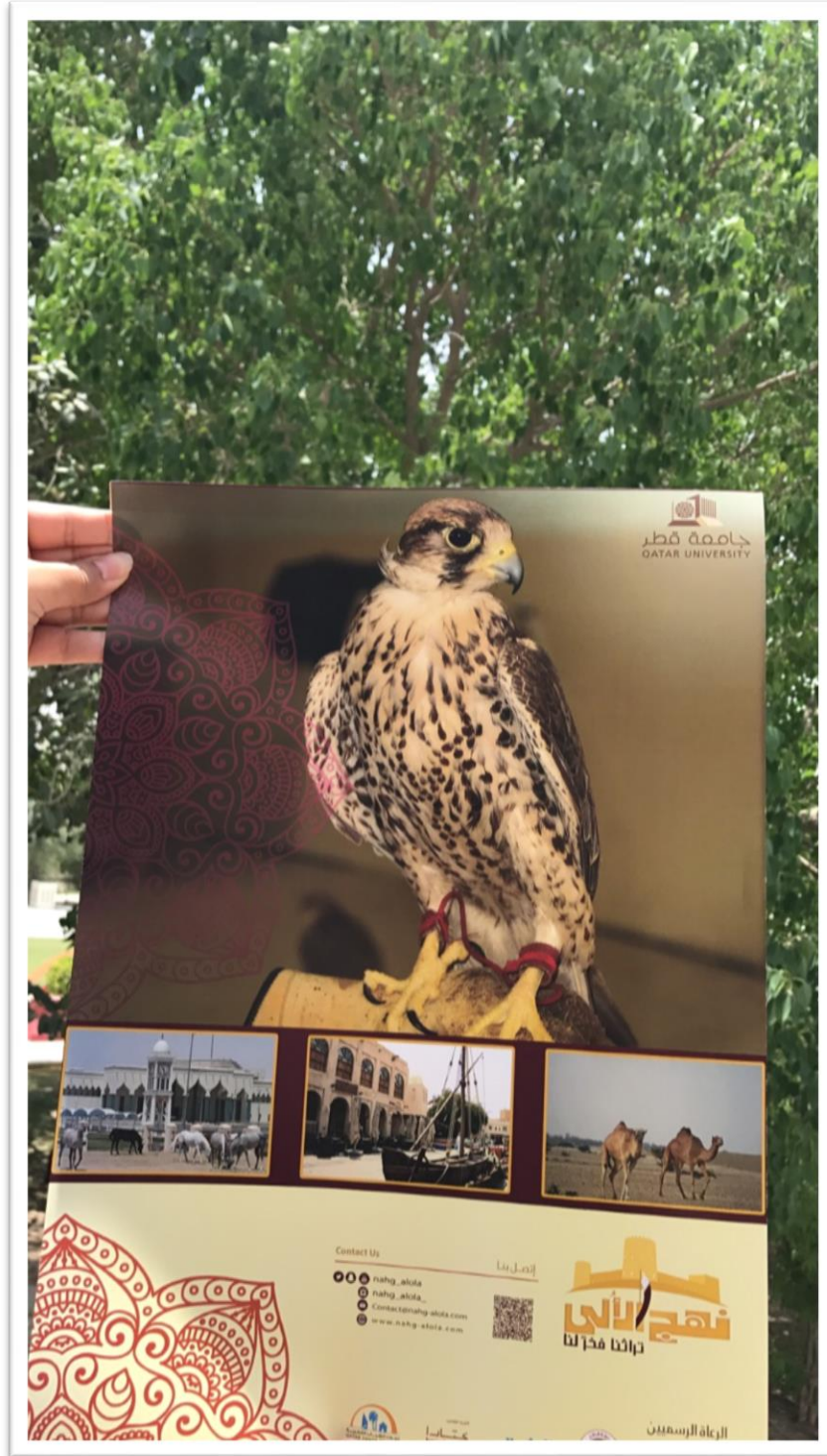
8- صورة متحف بيت الرضواني من ضم سلسلة متاحف مشيرب



9- صورة من السيوف المستخدمة في العرضة القطرية



صور مطبوعات الحملة -10





11- لصق مطبوعات الحملة في أورقة الجامعة





جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY



12- صور الندوة





الإعلامية المتألقة حصة السويدي





" اللهم اجعل علمنا حجة لنا لا علينا وزدنا علماً "

تم بحمد الله..

