

د. زهير منصور المزيدي

الطقوس في برمجة القيم

2023



شركة القيم الإنسانية للاستشارات
الاجتماعية

Dr. Zuhair Almazeedi
00965-99290092(wats)

www.ZUMORD.net

www.qeam.org

Kuwait

إن اعتماد طبقة الطقوس أدعى لبرمجة القيمة سلوكيا، ذلك أن الطقوس هو عملية استهلاكية مُفضية لممارسة السلوك، كما فيه تهيئة للدماغ لقبول الممارسة.

بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

الموضوع	الصفحة
نماذج لعلامات تجارية مستوفية الطقوس	3
نماذج قصصية من الطقوس ذكرت في القرآن	9
علوم تدخل في مركب الطقس	14
ثمان نصائح لبناء طقوس القيمة	16
متى يحسن اعتماد طبقة الطقوس لبرمجة القيم؟	17
كيف تتم عملية برمجة الطقس مع القيم	18

تقديم وتعريف

مع التشبع الذي وصلت إليه الأسواق التجارية العالمية في السلع، وبالأخص بالسلع المتماثلة في الوظائف والميزات، صار أمر استحضارها ذهنياً من قبل الشرائح المستهدفة من الصعوبة بمكان، فصار التنافس يمضي نحو أساليب التحضير، أو أسلوب التشغيل، وكذلك أسلوب التناول، وهو ما لاحظناه في سبيل المثال مع منتجات الشاي، ومنتجات القهوة، وفيما يلي نستعرض الذي عنيناه فيما عنيناه في مسار الطقوس.

نماذج لعلامات تجارية مستوفية الطقوس



طقوس شرب الشاي لدى بعض شعوب العالم



طقوس التحضير للشاي



تعدد تصاميم مكائن التحضير للقهوة عبر طقوس



تحضير القهوة عبر أساليب من التقطير والتبخير والكبس



طقوس التحضير بالكبس



احجام ومذاقات



طقس تلونت بأنماط الحياة اليومية

ففي شرب الشاي مثلا وجدنا علامة ليبتون تعزز لطقس الكيس الذي يتدلى من خيط ببطاقة عليها شعار العلامة ليبتون، طقس استشرى دوليا مع كافة علامات الشاي بعد ذلك.

ومع احتساء الشاي، نجد الطقس الشرق آسوي الذي يعتمد الابريقين فوق بعضهما البعض معا، في حين نجد طقس آخر يعتمد أسلوبا هو أقرب ما يكون بالطقس الديني كما هو الحال في احتساء الشاي الصيني، ومع القهوة نجد التباري فيما بين العلامات في الترويج، حيث وجدنا كل منها يبتكر طقسا خاصا به، فهناك من ابتكر الكبسولات مسبقة التعبئة، والفكرة تكمن في المحافظة على مذاق لا يتغير بتغير كمية القهوة وعزز الطقس بمذاقات واحجام والوان، ثم نجد من ابتكر التحضير للقهوة عبر نموذج التقطير للقهوة، امعانا في نقاوة ما تشربه، وجاءت علامة ستاربكس فعززت لطقس هو من واقع نمط حياة الناس اليومي، وهو ما جعل علامة ستاربكس منتشرة عالميا، إذ أدركت ما يتعرض اليه البشر يوميا من ضغوط، فأطلقت مفهوم أن يكون ستاربكس هو المكان الثالث - ما بين المنزل والعمل - حيث الراحة والحرية والمحضن الاجتماعي، فصارت محضن للقاءات وديوان لتبادل الأحاديث، ومكان للعصف الذهني، وتبادل الأفكار، وهو ما ينسجم مع إيقاع حياة الناس اليومي، فتمكنت من ادراج طقس لها ضمن نمط حياة الناس، وبأسلوب مبهج عبر تفعيل حواس الشم والمذاق والبصر وفق هوية موحدة منسجمة والاجواء.

الشعار اللفظي just do it صار طقساً بحكم انه ينسجم مع نمط حياة الناس لدفعهم في ممارسة الرياضة اليومية.
دانكن دوناتس اعتمدت طقوس تناول الكعك مع الشاي الصباحي فصار منسجماً مع نمط حياة الناس الصباحي لاعتماد اغمس كعكة الدوناتس بالمشروبات الحارة.
ولعل بسكويت اوريو تمكن من الدخول في حياة الأطفال عبر أسلوب الثني ثم الغمس twist & dunk



طقوس بسكويت أوريو

الفصل الأول

نماذج قصصية من الطقوس ذكرت في القرآن

في القرآن الكريم ثمة ما يعزز لمسار الطقوس عبر أكثر من حدث أو قصة، وفيما يلي نستعرض بعض منها:

أولاً: حادثة الاسراء والمعراج

لقد كان من الممكن أن تتم حادثة الاسراء والمعراج من مكة، ولكنها صارت من مكة نحور بيت المقدس، وكان بالإمكان أن يترفع الرسول ليعرج به من بيته نحو السماء، ولكن صار المعراج من بيت المقدس نحو السماء، ولقد كان بالإمكان حين وصل لبيت المقدس أن يصلي فيها ليعرج به صلى الله عليه وسلم نحو السماء ولكن وجدنا جمعا من حضور الأنبياء والرسل في استقباله ليصلي بهم وبعد الصلاة يستأنف رحلته نحو ربه، كل ذلك كان طقوسا لتمهد لرسولنا الكريم اللقاء العظيم الذي يمثل فيه الله تعالى، فلقاء كهذا ليس بتقليدي كما إنه لن يتكرر، ولعل تكراره يكون بترديد الحادثة عبر السورة فحسب إلى يوم القيامة، فما الدروس المستفادة من حادثة وفق هكذا طقوس؟

لعل من الدروس المستفادة ما يلي:

- أ- التعظيم: تعظيم وإجلال الخالق.
- ب- إن الدين عن الله الإسلام: إن دين الإسلام هو دين الأنبياء والرسل جميعا
- ت- العلاقة: علاقة مكة ببيت المقدس علاقة من نوع فريد يحسن ادراكها.
- ث- الخصوصية: خصوصية المكانين، مكة وبيت المقدس.

ثانيا: حادثة لقاء نبينا موسى عليه السلام بالرجل الصالح الخضر

لم يكن لقاء نبينا موسى عليه السلام بالخضر وفق أسلوب تقليدي، وانما كان وفق طقس من مكان يجهله، وموقع محدد يتطلب منه أن يستكشفه، ثم مرافقته له للتشرب من علمه، ولعل الدروس عبر ما مر به من محطات كانت كما يلي:

- أ- عدم الاعتماد على الحواس في الحكم على الاحداث والاشياء.
- ب- التخلق بالصبر لحين استبانة الحقيقة.
- ت- ثمة فرق فيما بين الواقع والحقيقة.
- ث- الحواس تنبئك بالواقع والقلب ينبئك بالحقيقة.
- ج- الإحاطة العلمية مقدمة على الدوام من اجل الوصول للحقيقة.
- ح- التعلم، مطلوب من قبل الجميع حتى ولو كنت نبيا.

ثالثا: عرش بلقيس

كان من الممكن بعد ما يتم جلب عرش بلقيس واصبح ماثلا أمام عين نبينا سليمان عليه السلام أن يتم دعوة بلقيس لدخوله، ولكن لم يشأ ذلك نبينا سليمان بل طلب ممن هم تحته تغييرات شملت مواد وصناعة وهندسة ثم دعيت لدخول العرش، وهو ما أبهرها من حسن إنجاز واستقبال واحتراف صناعة، ولعل الدروس في ذلك تتعدد في مثل:

- أ- الاجتهاد في أساليب الدعوة.
- ب- اعتماد أسلوب الابهار بما يفعل الحواس.
- ت- اعتماد التمهيد من اجل إيصال الرسالة، رسالة الدعوة لله.
- ث- معاملة الملوك بما يدركون ووفق مقاماتهم.

رابعا: الكون الذي نحن فيه

لقد اقتضت حكمة الله باعتماد طقس الدوران محورا متكررا في الكون الذي نحن فيه، فمن الأرض التي تدور حول الشمس، والكواكب من حولها، إلى الأقمار من حول الكواكب، وحتى دورة الماء على الأرض، فهي من البحار إلى السماء عبر

- مسار التبخير إلى الأرض عبر الامطار مجددا، ومع الدورة الدموية في جسد الانسان والحيوان والحشرات، وحتى مع الالكترونات حول البروتونات في الذرة، لذا نجد نبينا إبراهيم يحاجج الذي تمرد على الله بأن طلب منه أن يأتي بالشمس من المغرب، فبهت الذي كفر، ومن طقس كهذا دروس عدة منها:
- أ- خالق هذا الكون واحد، الذي عدد الصور وفق مفهوم موحد.
 - ب- التفكير في الخلق، وعلاقته بصفات الخالق، لذا صار التأمل في خلق الله من العبادة.
 - ت- استكشاف الكون المحيط للتعرف على ما خفي لتذليله.

خامسا: موسى عليه السلام عبر تسع آيات لفرعون

- لم تكن مجرد معجزة واحدة لفرعون، بل تسع معجزات وآيات يسوقها نبينا موسى عليه السلام، آية تلو آية وفق مسار كما لو كان طقوسا، كما لو كانت تقارع طقوس فرعون والسحرة من حوله، ولعل في تلك الآيات دروسا منها:
- أ- الابهار من أجل إعادة النظر في أسلوب التفكير.
 - ب- الاعجاز عمن تأله، ليدرك مدى عجزه عبر رزمة من الآيات.
 - ت- تعزيز الحجة على من تأله وكابر.
 - ث- الامهال لعل المكابر يرضخ.

فتلك كانت بعض صور الطقوس التي لم يغفل تفاصيلها القرآن، ولعلها ترشدنا عما يمكن اعتماده من مسار لصالح برنجة القيم منها:

- 1- أهمية نهج التمهيد قبل المباشرة برسالة القيمة.
- 2- التكرار وتنويع صورة التكرار.
- 3- الامتاع وتفعيل الحواس في نهج التمهيد للرسالة.

وقد وجدنا مسارا قد امتثلت اليه الفنادق العالمية والنوادي الرياضية والتجارية، فثمة ناد لرجال الاعمال في بريطانيا يمنع دخول العضو ما لم يرتدي قبل دخوله للنادي لربطة عنق سوداء، ومن لم تتوفر لديه ربطة للعنق ثمة ربطات عنق سوداء متوفرة في الاستقبال، ومن النوادي الرياضية ما يجعلك مضطرا لارتداء ما يرمز للفريق

الذي تشجعه عبر وشاح أو قميص أو قبعة وغيرها مما يمكن ارتدائه، فتلك المراسيم تعمل على تهيئة النفس وتحفز المشاعر وهي مسار تمهيدي للحدث وليست الحدث، طقوس ترفع فيك معدل المطالعة والرغبة والتجاذب والولاء وتعزز للتفرد والتباين مع المنافس ان كان ثمة من ينافسك، والتهيئة تكون لأعلى ما يكون مع الألعاب الأولمبية حين يستغرق اشعال شعلتها لمدى يزيد عن سبعين يوما في حين يمكن اشعالها في غضون دقائق، غير أن المسار الذي تنتهجه كطقس اذ تنطلق من أثينا لتمر عبر مدن عالمية برا وجوا وبحرا لحين أن تصل لوجهتها هو ما يحفز المشجعين على ترقب ساعة الانطلاق بالحضور والمتابعة، ونحن نمارس الطقوس بشكل يومي حين نقبل ايادي والدينا مع كل يوم جديد، وحين نستعد للصلاة بالنية أولا ليتبعها الوضوء، ثم التوجه لقبلة محددة كي نكبر لنصلي أخيرا.

طقوس متعددة الطبقات

وقد وجدنا مسارا قد امتثلت اليه العلامات التجارية لتأمين أكبر ولاء لها مع شرائحها المستهدفة باعتماد مسار الطقوس، وفي الفصل التالي نماذج عن ذلك. حيث قد شملت طبقاتها:

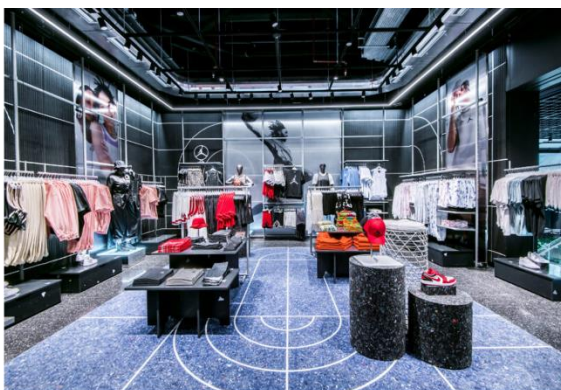
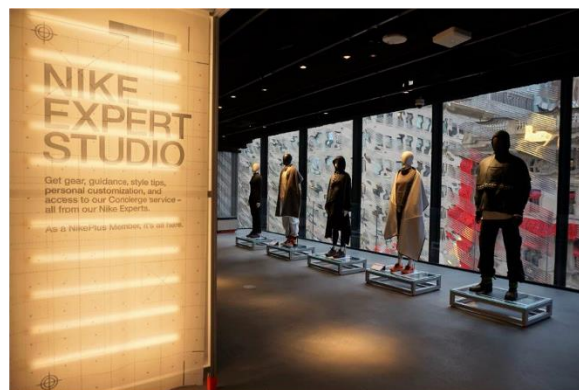
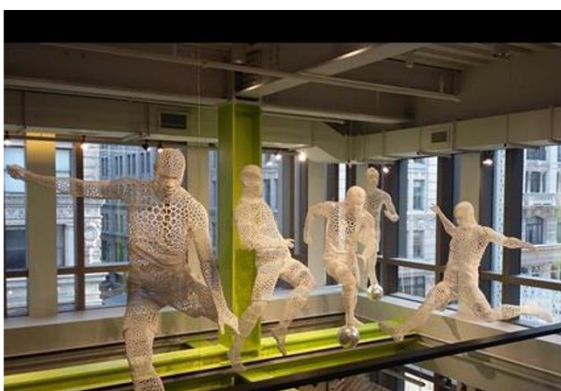
- 1- طقوس خارجية
 - 2- طقوس داخلية
 - 3- طقوس التناول \ الاستخدام
 - 4- طقوس الخدمة: تعزيز العلاقة والخبرة وقيم العلامة التجارية مع العملاء، لتأمين ولاء العميل للعلامة، وتحقيق رضى العميل، تطوير التصاميم وديكور المكان مسار كلاسيكي يعزز لذلك.
 - 5- طقوس الشعار والألوان
- وهو ما وجدناه كمثال مع مدينة نايكي Nike town



نهج اصطفاف الأحذية والوانها



معلقات، ولكنها من احذية ناايكي



جعلت الارضيات كما لو كانت ميادين رياضية

علوم تدخل في مركب الطقس

- 1- علم الانثروبولوجي "علم الانسان"
 - 2- علم الاجتماع
 - 3- علم النفس
 - 4- علم الإدارة
 - 5- وما اعتاد عليه وشكل توجهها لدى الناس او ما يشكل رمزية لديهم عبر لون او عرق، أو الكرنفالات، وأساليب الاستقبال لدى مختلف الأعراق من الشعوب،
- ويجب ان يكون الطقس مركبا ومتحركا لا ثابت، عبر لغة ومشاعر وسلوك طقسى، وبيئي فيزيائي وقس على ذلك.

بل حتى تفاعل الموظف مع العميل عبر تحية معينة، يعتبر طقساً، وطريقة نظم موائد الطعام تعتبر نوع من أنواع الطقوس ثقافياً، والتحضير في مثل قائمة طعام مكدونالدز نموذج للطعام للوجبات السريعة التحضير

وقطاع الخدمة هو من يحدد نوع الطقس وعدد خطوات الطقس فيه، ما بين البطيء أو السرعة فيه، فيكون بسيطاً حال كانت السرعة عنصراً رئيسياً فيه،

ثمة ست أنواع من طقوس الخدمات هي:

- 1- احياء ذكرى: مثل التذكير بالميلاد،
- 2- الاهداء: في مثل سكاكر مجانية أو هدية رمزية
- 3- التحية: بما تشعره بالتقدير
- 4- الشكر: تحية المغادرة

وإذا تعقد الطقس ولم يتمكن العملاء من فهمه سيكون لذلك عوائد سلبية نحو العلامة التجارية، والطقس الذي يحدث نوعاً من الازعاج كذلك لن يستحسنه العملاء، كما المنتج حين لا ينسجم المركز التسويقي له مع الطقس لن يستحسنه العملاء (10)

ذكرت مجلة HBR هارفارد بزنس ريفيو أن العديد من العلامات التجارية أضحت محل تفضيل بسبب اعتمادها مسار الطقوس كطبقة في تسويق علاماتها، الطقوس التي هي كما لو انها دينية أو مستوحاة منها، فاضحت ممثلة لسلوك هو اشبه بالسلوك الديني في مثل ما نراه عبر الأديان، فيمنحون عملائهم يعتبر ايماناً وما له علاقة بنمط الحياة والقيم، فنجد نايكي تعتمد شعار just do it ، وعلامة رفعت شعار Love the skin you're in,

الطقوس الدورية والفصلية والسنوية في مثل تحميص القهوة، او مناسبات الزواج أو الأعياد، جميعها تمضي وفق سيناريو متكرر، وتحمل رموزاً مدركة من قبل الجميع، وطقوس مناسبات الحصاد للغل الزراعية مع بعض الشعوب،

اذكر معجون المسير نموذجاً في اعتماد الأعشاب تطيباً، وأسماء الله الحسنى في الاستشفاء عبر طقس سنوي (11)

علامة هول مارك أدركت مسار الطقوس اليومية والدورية وفق نمط حياة الناس فاطلقت منتجاتها المتماشية معها عبر بطاقات، بطاقات ليوم الام، ويوم الاب، والاعياد، وما يدور من علاقات بين الأصدقاء وافراد الاسرة (12)

ثمان نصائح لبناء طقوس القيمة

- 1- اجعلها واضحة
- 2- اجعلها ذات علاقة بحدث
- 3- اجعلها ذات علاقة بوقت
- 4- ذات علاقة بالسلوك المطلوب الامتثال اليه
- 5- اجعله متوافقا ومنسجما مع السلوك المطلوب الامتثال اليه
- 6- اجعله مائع كي تشجع على تكراره
- 7- كرر الطقس ليثبت في الازهان ويتعود عليه الآخرون
- 8- أضف منتجات له كي يظل في الازهان

للتجاح عۆل على

- 1- بناء الطقس على سلوك مزاوّل في الأصل من قبل الشريحة المستهدفة
- 2- ان يكون قابل للتكرار
- 3- له علاقة مباشرة بالسلوك
- 4- له ما يبرره
- 5- ان يكون سهل
- 6- قابل للتداول مع الغير، قابل للمعاينة، قابل للفهم

متى يحسن اعتماد طبقة الطقوس لبرمجة القيم؟

- 1- لتحفيز الممارسة
- 2- عندما تتطلع الشريحة المستهدفة للإرشاد او لأعلى قدر ممكن من تشغيل القيمة
- 3- لتشجيع الممارسة، لممارسة سلوكية جديدة (السجائر مثلا)

- 4- تعزيز المشاعر الجمعية نحو الآخرين since of community
- 5- لإضافة ما يميز القيمة عن الاخریات من القيم

الفصل الثاني

كيف تتم عملية برمجة الطقس مع القيم

إن مسار إضافة الطقوس سيكون بطريقتين:

الأول: عبر وضع ما يرمز للقيمة بمجسم مصغر قابل للتوزيع على المشاركين،
فمثلا:

القيمة	مجسم الرمزية
الامانة	صندوق
الصبر	ساعة
الحياء	عين
المسؤولية	قفل
العطاء	يد

حيث يتم عمل مجسم مصغر عن كل رمز ويكون له خرم لإدخال ما يمكن
تعليقه على الرقبة في هيئة عقد أو سوار، ومع كل تداول للقيمة يتم:

- أ- لبس العقد تعزيزا وتذكيرا
- ب- مع عملية لبس العقد، يكون المشاركون قد تهيئ لعملية البرمجة عبر
المعلومة التي سترد إليه سواء عبر قصة، أو معلومة علمية، أو حتى لو
كان عبر نشيد وقصيدة شعرية.
- ت- فمع قيمة:

1- الأمانة: حيث "الصندوق" نطلب من كل مشارك أن يستحضر في
مخيلته ما يمكن ان تعنيه الأمانة في مثل (المال، السر، الجسد، ..الخ)
ليكون ذلك هو بمثابة الطقس الذي نعتمده مع القيمة.

2- المسؤولية: حيث " القفل " نطلب من كل مشارك أن يستحضر في
مخيلته ما يمكن ان تعنيه المسؤولية في مثل (الاسرة، الوطن، الوظيفة،
الاتقان..الخ) ليكون ذلك هو بمثابة الطقس الذي نعتمده مع القيمة.

- 3- ومع قيمة الحياء، نستحضر (الانترنت، وسائل التواصل الاجتماعي، الأسواق، .. الخ).
- 4- مع قيمة الصدق، عبر رمزية اللوح الزجاجي المصغر الشفاف، يتم استحضار (النية، القلب، مراقبة الله، ..)
- 5- مع قيمة العطاء رمزية اليد.
- 6- مع قيمة الاخوة رمزية الاحتضان.
- 7- مع قيمة الاحترام، رمزية تقبيل يد الكبير.
- 8- مع قيمة تعظيم الله، رمزية السجود.
- 9- مع قيمة المساواة والعدل، رمزية الميزان.
- 10- ومع قيمة بر الوالدين، رمزية تقبيل الرأس.
- 11- مع قيمة السعي في الحاجات، رمزية الرباط.
- 12- ومع قيمة الحرية، رمزية الشريط المتطاير.
- 13- مع قيمة البيئة، النبتة.
- 14- وهكذا

م	القيمة	الرمزية
1	الامانة	صندوق
2	الصبر	ساعة
3	الحياء	عين
4	المسؤولية	قفل
5	العطاء	يد
6	الصدق	لوحة شفافة
7	عطاء	يد
8	اخوة	احتضان

9	احترام	تقبيل يد كبير
10	تعظيم الله	سجود
11	المساواة والدالة	ميزان
12	بر الوالدين	تقبيل رأس
13	السعي	حبل يربط خشبتين
14	الحرية	شريط يتطاير
15	البيئة	نبتة

النماذج التالية تقدم للمشاركين كما لو كانت مكافئة عن الرغبة في الامتثال للسلوك المنشود، فهي ليس طقس لازم من اجل الارتداء كي يمارس المنتظم السلوك، ولكن نعد إليه فقط أثناء التمرين.



رمز القفل عن قيمة المسؤولية



تصاميم لرمز قيمة المسؤولية



تصاميم رمز قيمة الصبر



تصاميم رموز قيمة الأمانة عبر صندوق، والصدق عبر زجاج شفاف



حجم الصندوق



تصاميم رمز قيمة العين عن قيمة الحياء، والوقت عن قيمة الصبر



من الممكن اعتماد الخواتم كذلك



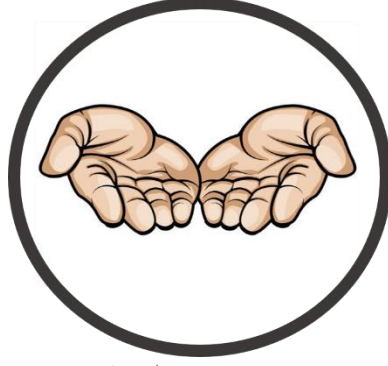
رمز قيمة المحافظ على البيئة



رمز قيمة السعي في حوائج الآخرين



رمز قيمة العدل والمساواة



رمز قيمة العطاء



رمز قيمة بر الوالدين



رمز قيمة الاحترام



رمز قيمة التراحم

ثانياً: بعد تحويل القيم لمنتج، وهو ما تعرفنا على كيفية ذلك عبر طبقة تحويل القيم لمنتج، يتم عمل طقس معين للمنتج وفق ما يلي من صفات:

ثمان نصائح لبناء طقس القيمة

يحسن اعتماد العناصر التالية في الطقس كسمات:

- 1- اجعلها واضحة
- 2- اجعلها ذات علاقة بحدث
- 3- اجعلها ذات علاقة بوقت
- 4- ذات علاقة بالسلوك المطلوب الامتثال اليه
- 5- اجعله متوافقاً ومنسجماً مع السلوك المطلوب الامتثال اليه
- 6- اجعله ممتع كي تشجع على تكراره
- 7- كرر الطقس ليثبت في الازهان ويتعود عليه الآخرون
- 8- أضف منتجات له كي يظل في الازهان

للنجاح عَوّل على

- أ. بناء طقسك على سلوك مزاوّل في الأصل من قبل الشريحة المستهدفة
- ب. ان يكون قابل للتكرار
- ت. له علاقة مباشرة بالسلوك
- ث. له ما يبرره

ج. ان يكون سهل
ح. قابل للتداول مع الغير ، قابل للمعاينة، قابل للفهم

القيمة	علاقة بحدث	بتوقيت\ تكرار	عبر مبرر	الرمز	ماتع	منتجات
الصدق	عبر اجندة عملي اليومية	مع كل دعوة لاجتماع في العمل، أو في لقاء أصحاب، الخ	المحافظة على سمعتي، وعلاقاتي مع الغير	لوح زجاجي شفاف 	قد يكون اللوح الشفاف عبارة عن مكبر، لتكبير الصور	ثمة أنواع من المكبرات

	علاقة بحدث	بتوقيت\ تكرار	عبر مبرر	الرمز	ماتع	منتجات
المسؤولية	الصلوات الخمس	مع سماع الاذان	الامتثال	قفل 	تطيب السجادة بطيب العود	سجادة صلاة

	علاقة بحدث	بتوقيت\ تكرار	عبر مبرر	الرمز	ليس ماتع	منتجات
الحياء	مع ورود الاخبار	مع كل تشغيل للإنترنت	الفضول	العين		

منتجات	ماتع	الرمز	عبر مبرر	بتوقيت/ تكرار	علاقة بحدث	
ساعة رملية	تعدد ألوان صورة الساعة	 خاتم	الامتثال	مفاجئ غير متوقع	مع كل خبر سيء	الصبر

ختاما

إن اعتماد طبقة الطقوس أدعى لبرمجة القيمة سلوكيا، ذلك أن الطقوس هو عملية استهلاكية مُفضية لممارسة السلوك، كما فيه تهيئة للدماغ لقبول الممارسة.

والحمد لله رب العالمين

قائمة المراجع

- 1- دليل قيم الشفيع، زهير المزيدي وآخرون، 2022
- 2- تفعيل القيم وممارستها، زهير المزيدي، 2008
- 3- البرمجة التطبيقية للقيم، زهير المزيدي، 2020
- 4- ورشة تشغيل مفاهيم قرآنية، زهير المزيدي وآخرون، 2022
- 5- مراكز تحفيظ القرآن من التحفيظ إلى التشغيل، زهير المزيدي ، 2021
- 6- الابتكارات المجتمعية، زهير المزيدي، 2020
- 7- كتب الشبكة الدولية للقيم، www.geam.org بإشراف زهير المزيدي وآخرون.
- 8- التجسير صناعة للتعايش، زهير المزيدي، 2019
- 9- تحويل القيم لمنتجات، زهير المزيدي، 2020
- 10- Rituals in Service: A Literature Review (semanticscholar.org)
- 11- 3 Reasons Why Brand-Specific Rituals Are So Powerful | Psychology Today
- 12- Why Brands with Rituals Will Rise to the Top (digitopia.agency)

❖ وما يلي مراجع أخرى للمؤلف

المراجع وكتب د. زهير بن منصور المزيدي الالكترونية (حمل مجانا)



<https://wp.me/>



<https://wp.me>



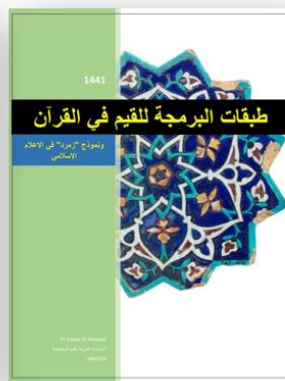
<https://bit.ly/3f>



<https://wp.me/p3>



[حركة الكاميرا في القصص القرآني](#)



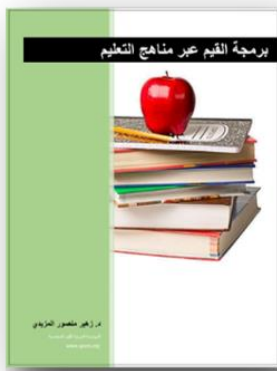
<https://www.musli>



[وان من شيء إلا يسبح بحمده](#)



<https://wp.me/p3>



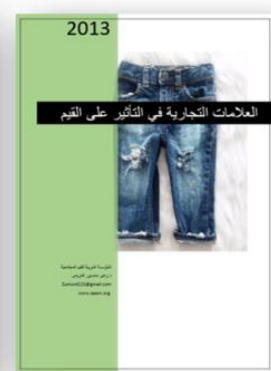
[برمجة القيم عبر مناهج التعليم](#)



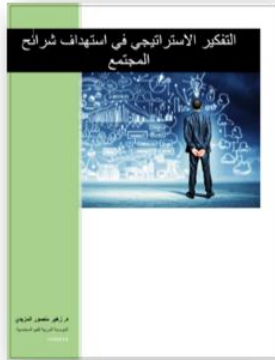
[تفعيل القيم لرياض الأطفال](#)



<https://wp.me/p3Ws>



[العلامات التجارية في التأثير](#)



[التفكير الاستراتيجي في](#)

[تجويم الرياضة والقيم](#)

<https://wp.me/p>

[نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة](#)



<https://wp.me/p>

<https://wp.me/p3>

<https://wp.me/p3>

<https://wp.me/p3>



<https://bit.ly/2E95kfp>

<http://bit.ly/sinaeae>

<http://bit.ly/sinaeatal>

<https://wp.me/p3W>



<https://wp.me/p3>



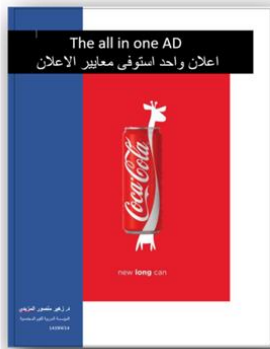
<https://wp.me/>



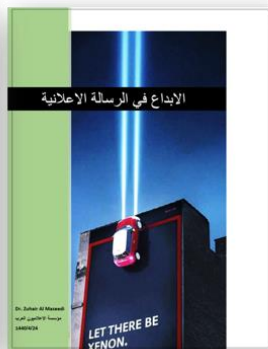
<https://wp.me/p>



[آلية وتشكيل وصناعة](#)



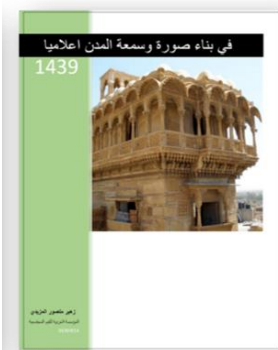
<https://bit.ly/2Vl0qhP>



<https://bit.ly/2L1sRF5>



<https://bit.ly/2GsAvTq>



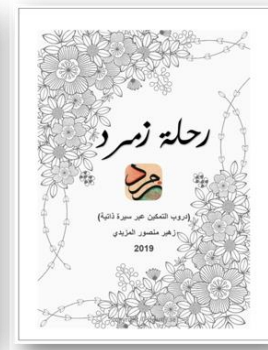
[في بناء صورة وسعة](#)

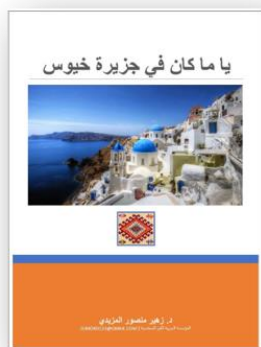
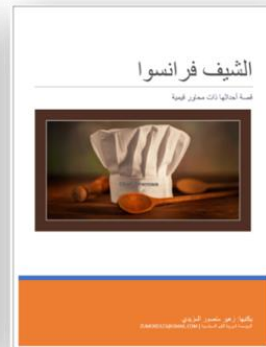


<https://wp.me/p3Wsk>



[تسويق الحلال](#)





<https://wp.me>

<https://wp.me/p>

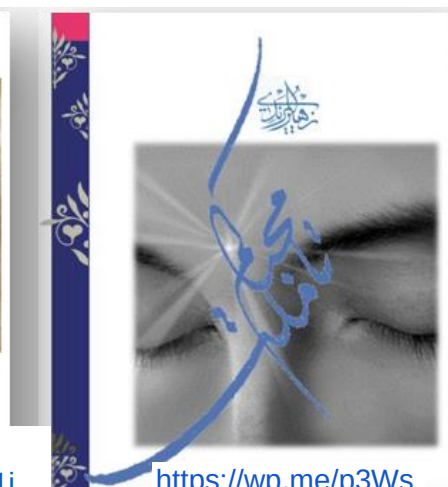
<https://bit.ly/3>



<https://wp.me/p3WskZ-c1j>



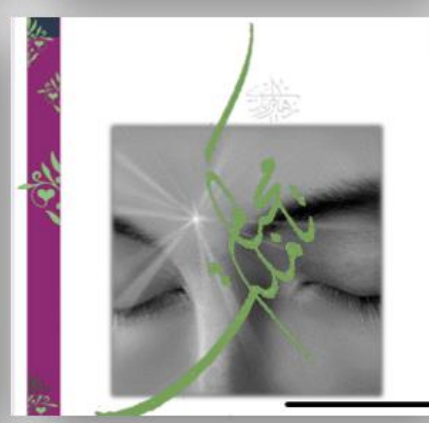
<https://wp.me/p3WskZ-c1j>



<https://wp.me/p3Ws>



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://www.musli>



<https://wp.me/p3Wsk>



<https://wp.me/p3Wsk>



100 قاعدة في برمجة المعلومات



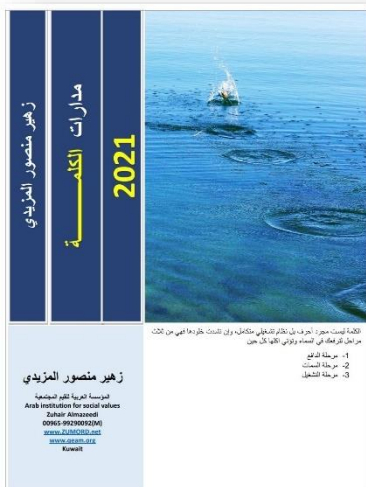
<https://wp.me/p3Wsk>



<https://wp.me/p3Wsk>



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ-bQ2>

تطبيق
APP



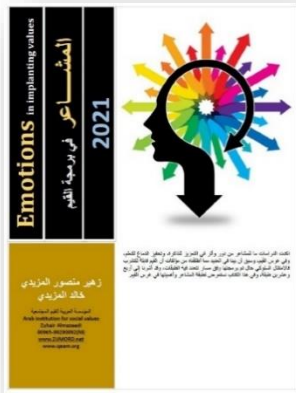
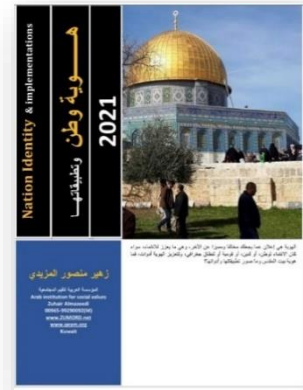
<https://goo.gl/P9uMBy>



<https://wp.me/p3WskZ->



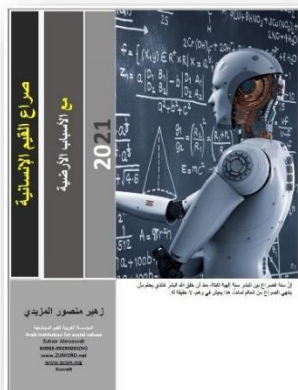
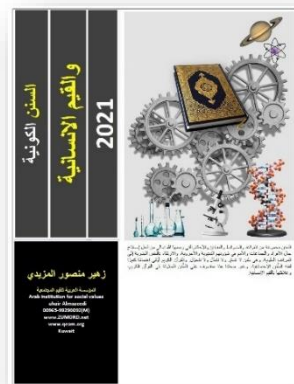
<https://bit.ly/3piqQuo>



(muslim-) المشاعر في برجة القيم

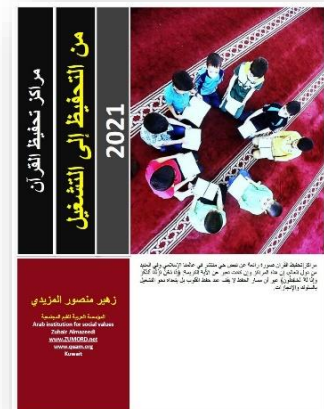
<https://bit.ly/2MkLV2z>

<https://wp.me/p3Wsk>



<https://wp.me/p3WskZ->

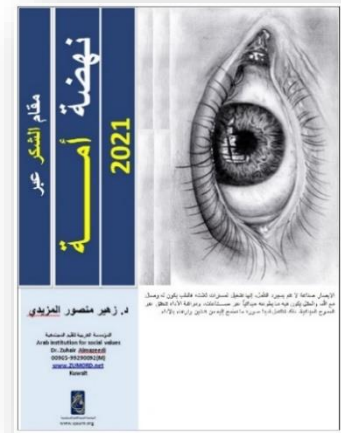
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3>

<https://wp.me/p3WskZ->

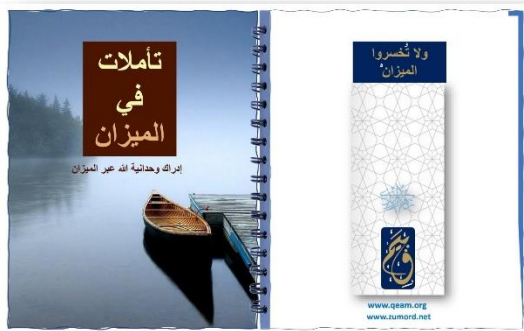
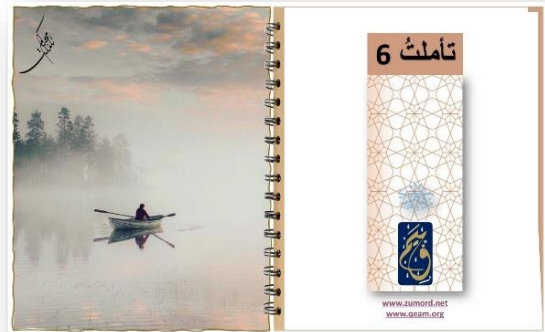
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->

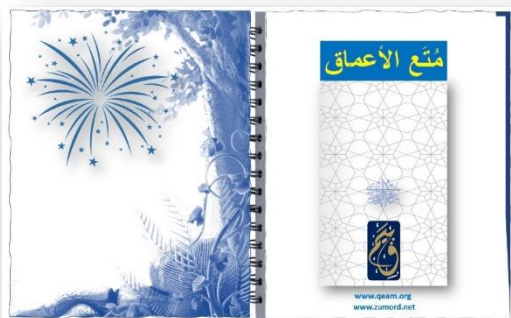
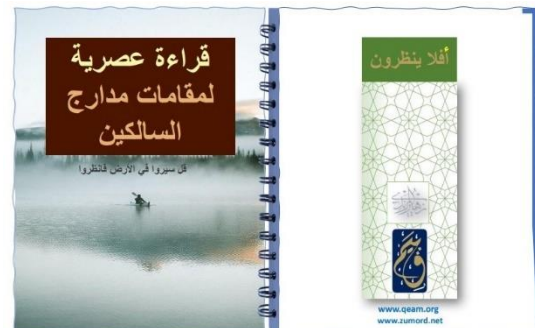
<https://wp.me/p3WskZ-c1A>

<https://wp.me/p3WskZ->



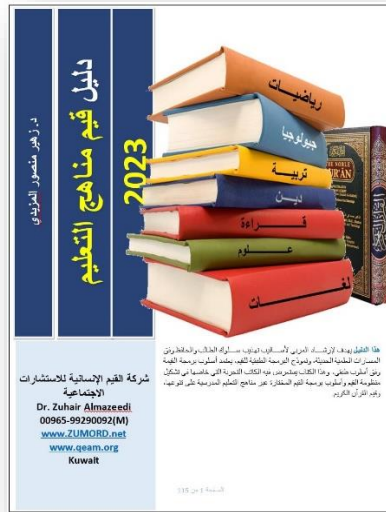
<https://wp.me/p3WskZ-c92>

<https://bit.ly/3pTG1W0>



<https://bit.ly/3TZ5SZG>

<https://wp.me/p3WskZ-c99>



<https://bit.ly/3FBcZUm>



<https://bit.ly/3EbXDmM>



<https://www.youtube.com/channel/UCLtkUbpzNCeF5NEbduVYuiA/videos>

ما يلي مكتبة قصص الأطفال

<https://wp.me/p3WskZ-bRE>

<https://wp.me/p3WskZ-bRH>

<https://wp.me/p3WskZ-bRK>

<https://wp.me/p3WskZ-bRO>

<https://wp.me/p3WskZ-bRR>



الدورات التدريبية

تسلسل	اسم الدورة	الرابط
1	تسويق الحلال	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-4/
2	ادارة نوادي القيم للأطفال واليافعين	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-mansour/

https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-3/	تفعيل القيم وممارستها	3
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-2/	تحويل القيم لمنتجات ومشاريع	4
https://www.tadarab.com/courses/zuhair-mansour-almazeedi	تخطيط وتصميم الحملات الاعلانية	5
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair/	إدارة وصناعة رواج العلامات التجارية	6

المحاضرات

العنوان	الرابط	
محاضرة من التحفيز إلى التشغيل	https://youtu.be/UUf5zlvUuQ0	1
لقاء تعريفى بنموذج زمرد القيمي	قهوة تركية د. زهير المزيدي قناة TRT العربية 10 - 06 - YouTube2016	2
تعريف الاعلام والاعلان	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV في تلفزيون الراي - Part 1 YouTube	3
الإعلانات التجارية	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV في تلفزيون الراي Part2 - YouTube	4

5	منصة التأملات	القناة التركية ولقاء قروب تأملت YouTube -
6	محاضرة من التحفيز إلى التشغيل	https://youtu.be/jGi8w4IDEuw

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المزيدي

المواقع الالكترونية:

www.qeam.org

www.zumord.net

للتواصل: zumord123@gmail.com

تطبيقات APPS:

(زهير المزيدي) APP

سنوات الخبرة:

أكثر من 35 عام في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الاعلانية التجارية والقيمية التوعوية والتسويق لها على نطاق دولي.

الخبرات العملية:

1. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية 2008-2019
2. المشرف على (دبلوم القيم) لدى جامعة دار الحكمة، المملكة العربية السعودية 2019
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C (1985).
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.

5. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في الإنتاج القيمي للأفلام التلفزيونية. 1991
6. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب" للاستشارات 2000
9. خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

10. محكم دولي لجوائز الإعلان القيمي لجوائز دولية في بريطانيا وأميركا والكويت

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

- 1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت، 1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع "وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الإفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تنشيط وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017
- 3- مشروع "سما" سوق منتجات الأيتام، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الأيتام وجعلها مراكز لموارد ماله عوضاً أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016
- 4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلاً لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظاً فقط، عبر برنامج أدرناه دولياً بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد ماله يستفيد منها سكان القرى. 2017
- 5- مشروع (تأملات)، عبر 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي، والتي تمخضت عن أربعة كتب الكترونية.
- 6- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، كنموذج في مجال مشاريع تمكين القوى العاملة للانخراط في التعليم الجامعي عن بعد.
- 7- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك لتعزيز القيم واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات القيمية:

1. مستشار لمشروع "غراس"، لمكافحة المخدرات 1999 الكويت
2. مستشار مشروع "نفانس" لتعزيز العبادات 2003
3. مستشار مشروع "ركاز" الدعوي 2004
4. مستشار مبرة طريق الإيمان 2009
5. مستشار الشبكة الدولية لرعاية الأيتام 2016
6. مستشار أكاديمية التدريب والقيادة، إستانبول للإدارة حملة توعوية لصالح الأيتام في تركيا 2018
7. مستشار الشبكة الدولية للقيم 2020

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الأمريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الإبداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب أد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جوائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال (الإعلان القيمي) أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية أمريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، ورئيس لجنة الاعلام المجتمعي 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
2. تفعيل القيم وممارستها 2010 معتمد في (العديد من الجامعات والمؤسسات التعليمية دوليا).
3. استكشاف القيم صيانتها ومعالجتها 2010
4. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
5. مقدمة في تفعيل الحواس 2012
6. تحويل القيم إلى منتجات 2013
7. مؤشر الإدراك والقيم 2013
8. التسويق المجتمعي 2013
9. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
10. في استنساخ فكر العظماء 2014
11. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
12. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
13. مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها 2018
14. التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع 2018
15. وإن كل شيء الا يسبح بحمده، 2018
16. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
17. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
18. بنك النصوص - 1994.
19. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
20. القوانين الاحترافية في مجالات الاعلام والإعلان في العالم 1994.
21. التسويق بالعاطفة 2006
22. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
23. تسويق أنماط الحياة 2006
24. التسويق بالحواس الخمس 2006
25. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جريير
26. العلامات التجارية في التأثير على القيم 2013
27. تسويق الحلال 2017
28. تطبيقات البرمجة للقيم في القرآن 2017
29. تحويل الكتاب المقروء لمنتجات 2018
30. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
31. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018

32. المشغولات اليدوية وغرس القيم 2018
33. نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة 2018
34. نجومية الرياضة والقيم 2018
35. في بناء صورة وسمعة المدن إعلاميا 2019
36. وأن من شيء الا يسبح بحمده 2019
37. الوسم في العلامات المسجلة 2019
38. صناعة التكامل 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
39. التجسير صناعة. للتعايش 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
40. صناعة المسؤولية 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
41. الابداع في الرسالة الاعلانية 2019
42. اعلان واحد استوفى الاستراتيجية الاعلانية 2019
43. اعلان واحد استوفى معايير الإعلان 2019
44. رحلة زمرد 2019
45. حراك الشذوذ 2020
46. هدايا المصائب ونذر ها 2020
47. تأملات فيمن احصاها 2020
48. الابتكارات المجتمعية 2020
49. مفاهيم قرآنية، 2022
50. كيف تبصر، 2021
51. ميزان القيم، 2020
52. السنن الكونية والقيم الانسانية، 2021
53. صراع القيم الإنسانية والأسباب الأرضية، 2021
54. مقام الشكر في نهضة أمة، 2021
55. دليل قيم الشفيع، مشرف عام التأليف ومشاركة آخرون، 2022

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

- 1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
 - 2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT
- في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت - مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي " 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012

16. مستشار 2012 لمؤتمر (World forum) الجمهورية التركية
17. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
18. مستشار برنامج تحويل القيم لمنتجات لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011
19. مستشار العلاقات الدولية لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2015
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019