

لقيمات

حملة إعلامية توعوية للحد من هدر الغذاء

مشروع تخرج

الطالبات:

علياء النجار

200900165

العنود الهاجري

200801990

شيماء النعمه

200902825

بإشراف الدكتور: محمود قلندر

خريف 2014

| الرقم | الموضوع | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 1 | المقدمة | 3 |
| 2 | مشكلة البحث | 3 |
| 3 | مراجعة الأدبيات: المصادر الثانوية: • خلفية المشكلة | 4 |
| 4 | أسباب إهدار الطعام في العالم العربي (التفسيرات النظرية) | 14 |
| 5 | المصادر الأولية: البحث الميداني | 16 |
| 6 | أهداف الحملة | 23 |
| 7 | التحليل المعتمد (بيست) | 23 |
| 8 | الجمهور المستهدف: • الأولي • الثانوي | 26 |
| 9 | تعريف الحملة: • اسم الحملة • شعار الحملة • الشخصيات • نوع الحملة | 29 |
| 10 | الوسائل والأدوات المستخدمة | 30 |
| 11 | برنامج الحملة • الجدول الزمني للحملة | 30 |
| 12 | الأدوات والميزانية | 33 |
| 13 | نماذج للوسائل والبرامج المستخدمة • الوسائل التقليدية • الوسائل الحديثة | 35 |
| 14 | تقييم الحملة | 41 |
| 15 | المصادر والمراجع | 43 |
| 16 | المرفقات | 46 |

المقدمة

مشكلة البحث

مراجعة الأدبيات: المصادر الثانوية

❖ المقدمة:

لا يخفى على الجميع أن الهدر في الغذاء مشكلة عالمية تعاني منها أغلب المجتمعات، سواء كانت مجتمعات متقدمة أو حتى نامية. كيف لا؟ "ثلث مجموع الأغذية يتم فقده أو تبيده قبل أن يصل إلى المستهلكين. وهو ما يعدّ فائضاً أغذية في عصرٍ يعاني فيه نحو مليار شخص من الجوع، وهو يمثل في الوقت ذاته هدراً للشغل والمياه والطاقة والأراضي والمستلزمات الأخرى التي استخدمت لإنتاجه" (الفاو، 2014). فالهدر الغذائي يعتبر إضاعة المواد الغذائية بدون الاستفادة منها ومن منافعها، في حين أنه قد يستفيد عدد كبير من المحتاجين من هذا الفائض من الغذاء.

إن الهدر الغذائي لا يقتصر على مشكلة الفائض من الطعام المطهي والذي يعد بشكل زائد عن حاجة الأفراد، وإنما يمتد لشراء الأسر كميات كبيرة من المواد الغذائية (الغير مطهية) التي تتعدى مستوى الكفاية والقدر المحدود. فتكون هنا المبالغة في جانبين يتمثلان في: إعداد طعام مطهي زائد عن الحاجة، والإسراف في شراء الأغذية الكثيرة، وبالتالي يتضخم الفائض الغذائي ويؤدي إلى ظهور مشكلة ألى وهي مشكلة هدر الغذاء في المجتمع وانتشارها.

❖ مشكلة البحث:

ولا يخطئ من يعيش في قطر أو أي دولة من دول الخليج، ملاحظة تعاضم حالات إهدار الغذاء على مستوى الأفراد في استهلاكها اليومي، وعلى مستوى الجماعات في المناسبات الاجتماعية المختلفة. ويمكن أن تنسب هذه الحالة إلى الثقافة السائدة وعادات الإستهلاك الخاطيء، وبعض المعتقدات والمفاهيم التي تشجع على إهدار الأغذية. إذ أن ما تشهده قطر ودول الخليج عامة من ارتفاع في مستوى الدخل، والحياة المرفهة، هو عامل مساعد لعملية هدر الفائض من الغذاء. حيث أصبح الإسراف في عملية شراء وإعداد الغذاء ومن ثم هدره من قِبَل العائلات القطرية ظاهرة سلبية من ظواهر المجتمع التي ينبغي أن يكتف الوعي حول أسبابها وأثارها السلبية على مختلف الأصعدة: الدينية، والاجتماعية، والاقتصادية والبيئية، وتشجيع المجتمع على تبني اتجاهات ومبادئ صحيحة بعيداً عن الإسراف والتبذير، وبالتالي تقليل الهدر الغذائي، و توفير الغذاء بالطرق المختلفة تجنباً للهدر.

لذلك تأتي أهمية البحث والتوعية بعد انتشار هذه الظاهرة بشكل ملحوظ، ونظراً لقلة الإحصائيات والدراسات الخاصة بموضوع هدر الغذاء في المجتمع القطري، فإنه من الضروري توفير تلك البيانات والمعلومات، حتى يسهل بالتالي عمل الحملات التوعوية والمبنية على أساس الإرشاد والتوجيه بقيام أفراد المجتمع القطري بسلوكيات الاستهلاك والتوفير الصائبة وتجنب السلوكيات الخاطئة منها.

❖ مراجعة الأدبيات: المصادر الثانوية ❖ خلفية المشكلة:

مصطلح هدر الغذاء يعني: فقد كميات من الغذاء إما المستهلكة أو الغير المستهلكة، بسبب سلوكيات خاطئة من قبل الأفراد في المجتمعات، بحيث يصبح الغذاء فائضاً في مناطق معينة بينما هناك مناطق أخرى تعاني من النقص في الغذاء، والجوع الشديد والتي من الممكن أن تستفيد من هذا الكم المهدر من الغذاء.

إن مشكلة هدر الغذاء تعتبر من المشكلات العالمية، ولا تقتصر على ظروف الدول ذات الدخل المرتفع فقط، لأنها ظاهرة في المجتمعات المتقدمة والفقيرة أيضاً. وهذه المشكلة لها عدة أسباب وآثار حيث أن هناك أسباب تتعلق بالموردين، وأسباب تتعلق بالمستهلكين، ففي البلدان ذات الدخل المتوسط والمرتفع تُهدر الأغذية في المراحل الأخيرة من سلسلة الإمدادات. أي انه من قبل المستهلكين النهائيين، أما في المجتمعات النامية فأن خسائر الغذاء تكون في مرحلة ما بعد الحصاد والتصنيع وذلك لتلف الغذاء بسبب عدم وجود وسائل النقل و التخزين الحديثة بالإضافة إلى القيود المالية والإدارية و المناخ الغير ملائم.

• حجم الإهدار في العالم والخليج:

وبحسب التقارير والاحصاءات الدولية المتعلقة بهدر الغذاء، فإن ما يقارب الـ 1.3 مليار طن من الغذاء المنتج عالمياً يتم إهداره ولا يستهلك، أي ما يبلغ حوالي ثلث انتاج الغذاء العالمي. وهي نسبة ضخمة، وتختلف كميات الإهدار للغذاء من منطقة لأخرى حسب العوامل والظروف.

وفي البلاد الخليجية يصل معدل إهدار غذاء الفرد الواحد إلى 250 كج سنوياً. حيث أن متوسط الهدر يعد مرتفعاً لمنطقة تفتقر إلى الأمن الغذائي، وتعتمد على الواردات لتغذية سكانها. (المطيري، 2014)

وبلغ إجمالي المواد الغذائية المهذرة من قبل المستهلكين في البلدان الصناعية ما يعادل تقريباً إجمالي إنتاج الغذاء الصافي في جنوب صحراء افريقيا (الفاو ب،ص2013.295).

كما بينت دراسة حديثة عن قطاع الرقابة التجارية وحماية المستهلك في دائرة التنمية الاقتصادية بدبي بأن 70% من الغذاء في دول الخليج يكون مصيره إلى القمامة و ذلك بسبب الإسراف واستخدام أساليب وسلوكيات استهلاكية غير سليمة، خصوصاً في شهر رمضان.

أما هدر الغذاء من قبل المنتجين فإن تكاليف الفاقد من المواد الغذائية بلغ نحو 750 مليار دولار أمريكي سنوياً وأوضحت تقارير الفاو بأن المناطق ذات الدخل المرتفع وأمريكا اللاتينية هي المسؤولة عن حوالي 80% من مجموع النفايات من اللحوم (الفاو أ.2013).

• حجم هدر الغذاء في قطر:

هناك عدد من الإحصائيات التي أجريت من قبل وزارة التخطيط التنموي والإحصاء في دولة قطر بالتعاون مع بعض الوزارات الأخرى منها ما يبين كمية النفايات المنزلية والصلبة، ومنها ما يوضح مستوى إنفاق الأسرة على السلع.

جدول (1):

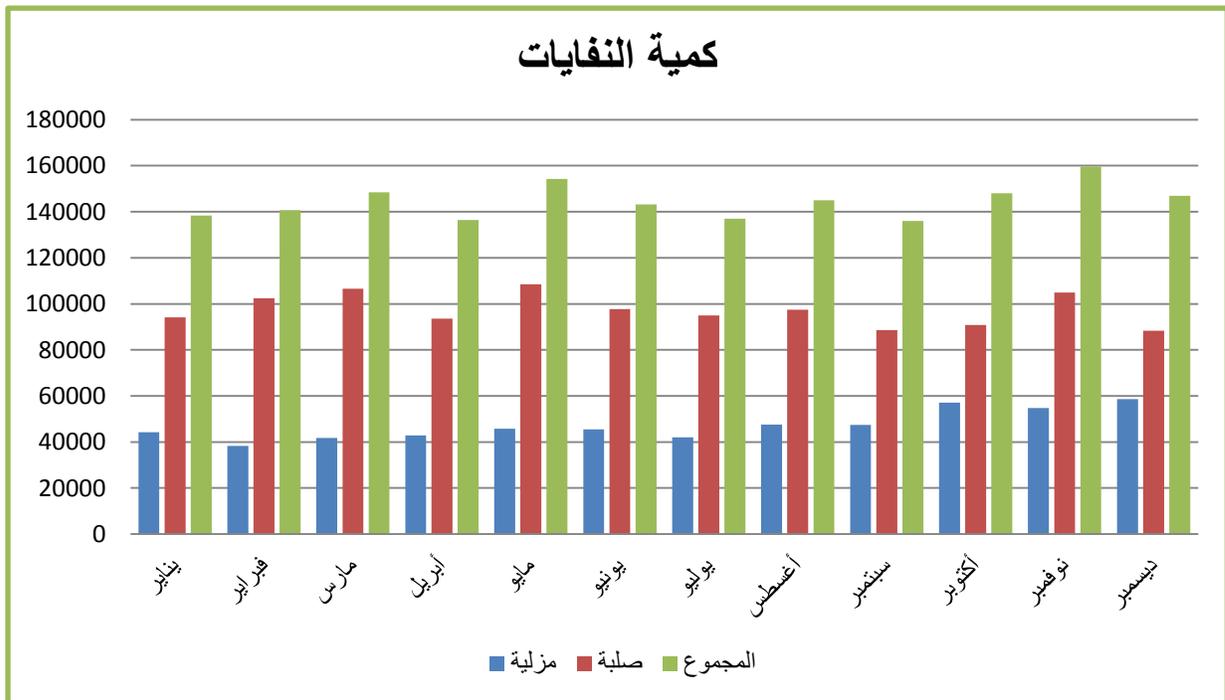
وهنا الجدول بالأسفل يبين كمية النفايات التي دخلت إلى مطمر أم الأفاعي حسب النوع (أبريل 2006 – مارس 2007):

| الشهر | مزلية | صلبة | المجموع |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| يناير | 44275 | 94078 | 138353 |
| فبراير | 38369 | 102373 | 140742 |
| مارس | 41804 | 106631 | 148435 |
| أبريل | 42814 | 93617 | 136431 |
| مايو | 45786 | 108452 | 154238 |
| يونيو | 45449 | 97731 | 143180 |
| يوليو | 42070 | 94927 | 136997 |
| أغسطس | 47579 | 97453 | 145032 |
| سبتمبر | 47455 | 88537 | 135992 |
| أكتوبر | 57122 | 90838 | 147960 |
| نوفمبر | 54714 | 104979 | 159693 |
| ديسمبر | 58580 | 88322 | 146902 |
| المجموع: | 1167938 | 1167938 | 1733955 |

(وزارة التخطيط التنموي والإحصاء، 2009)

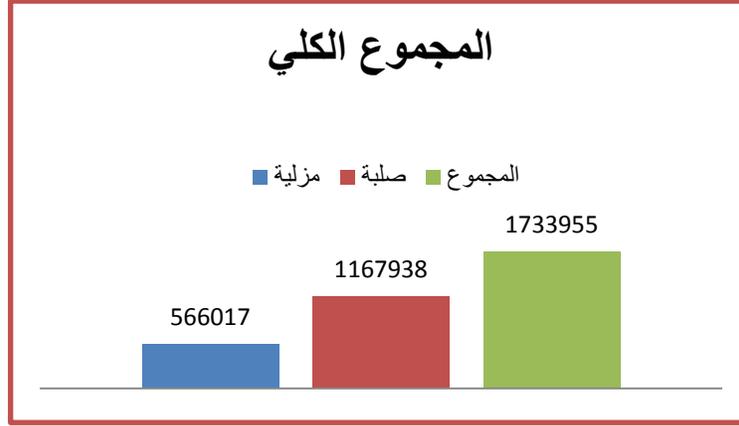
شكل (1 - أ):

تابع للجدول (1): شكل بياني يوضح كمية النفايات خلال الأشهر:



شكل (1 - ب):

أما في الشكل الآخر: فيبين لنا المجموع الكلي لتلك النفائات:



ونرى بالجدول (1)، والشكلان (1: أ+ب) أن مجموع تلك النفائات سواء المنزلية أو الصلبة كبير جداً بالنسبة لسنة واحدة وبدولة صغيرة الحجم وقليلة الكثافة السكانية، مما يعني أن المجتمع القطري حتماً يعاني من مشكلة في هدر الغذاء والذي يعد جزءاً من تلك النفائات المنزلية أو الصلبة. وهو ما يؤكد على أهمية الحملة التوعوية الخاصة بهذا الموضوع.

جدول (2):

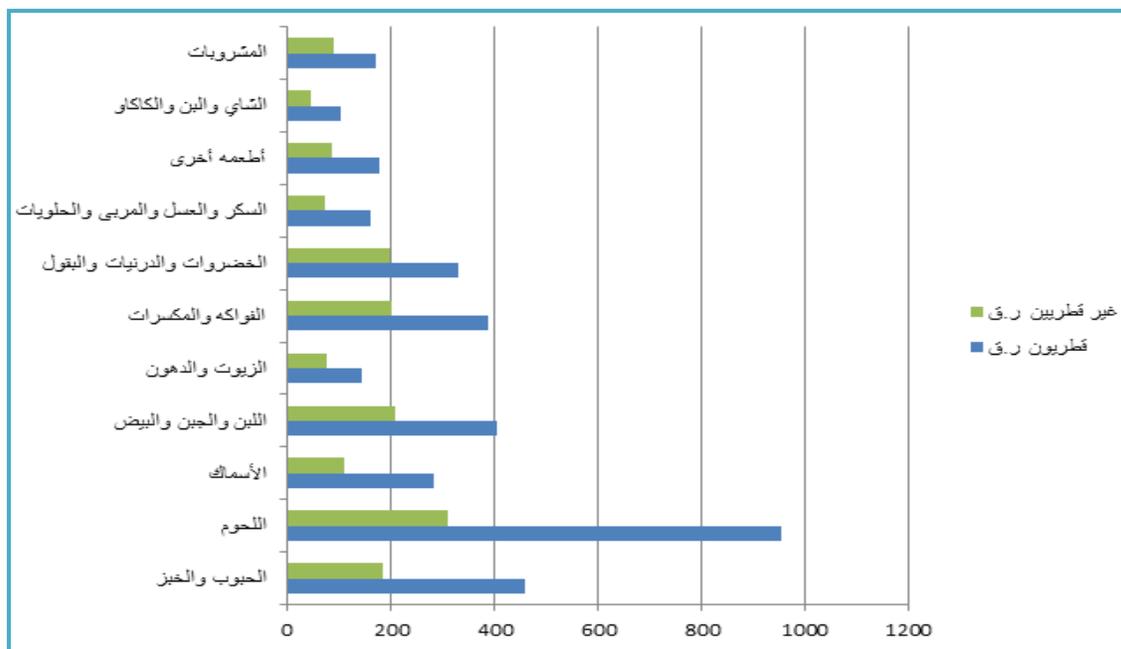
وبحسب ما ورد عن وزارة التخطيط التنموي والإحصاء، فإن مستوى الإنفاق الشهري للأسرة على السلع حسب جنسية رب الأسرة لعام 2001 هي كالتالي:

| السلع | قطريون | | غير قطريين | | متوسط | |
|--|--------|--------|------------|--------|-------|--------|
| | رق | النسبة | رق | النسبة | رق | النسبة |
| الحبوب والخبز | 457 | 204.9 | 185 | 205.7 | 293 | 203.7 |
| اللحوم | 953 | 427.3 | 310 | 339.2 | 565 | 392.8 |
| الأسماك | 281 | 126.0 | 111 | 123.4 | 178 | 123.7 |
| اللبن والجبن والبيض | 405 | 181.6 | 206 | 229.1 | 285 | 198.1 |
| الزيوت والدهون | 142 | 63.7 | 75 | 83.4 | 102 | 70.9 |
| الفواكه والمكسرات | 388 | 174.0 | 201 | 223.5 | 275 | 191.2 |
| الخضروات والدرنيات والبقول | 330 | 148.0 | 198 | 220.2 | 250 | 173.8 |
| السكر والعسل والمربي والحلويات | 160 | 71.7 | 72 | 80.1 | 107 | 74.4 |
| أطعمه أخرى | 177 | 79.4 | 85 | 64.5 | 105 | 73.0 |
| الشاي والبن والكاكاو | 104 | 46.6 | 46 | 51.2 | 69 | 48.0 |
| المياه المعدنية والعصائر ومشروبات أخرى | 170 | 76.2 | 88 | 97.9 | 120 | 83.4 |

(وزارة التخطيط التنموي والإحصاء، 2009).

شكل (2):

تابع للجدول (2): توضيح بالشكل البياني لمستوى الإنفاق على السلع حسب الجنسية:



أما في الجدول السابق (1) والشكل (2): فيوضح لنا أن نسبة الإنفاق الشهري على السلع الغذائية عند الأسرة القطرية تفوق بكثير نسبة الصرف عند الأسر الغير قطرية في المجتمع القطري، هذا وإن دل فإنما يدل على الثقافة المنتشرة في المجتمع القطري على وجه الخصوص ومثل ما ذكرنا سابقاً أن العادات والتقاليد تلعب دوراً كبيراً في زيادة الاستهلاك، حيث أنهم ينفقون بصورة ضخمة على الغذاء والأطعمة غالباً ما تكون لأسباب اجتماعية. ويتبين ذلك أكثر من خلال معدل الإنفاق على اللحوم والذي يرتفع عند القطريين بنسبة تزيد عن الضعف تقريباً عند الغير قطريين. وتفسير ذلك قد يرجع لكثرة الولائم عند أهل قطر وضرورة توفير اللحوم في مختلف المناسبات، فتعد اللحوم طبقاً أساسياً يقدم في جميع الحفلات والعزائم. ومما لا شك فيه أن هذا فيه نوع من الإسراف في المال وهدر للطاقة البشرية والوقت.

• الجهود المبدولة في الدولة: ■ وزارة البيئة:

تقوم مؤسسات الدولة ببعض الجهود المتعلقة بتقليل هدر الغذاء والحد من آثاره السلبية، منها ما ذكر في الندوة التوعوية التي قامت بها وزارة البيئة بمناسبة اليوم العالمي للبيئة حيث ذكر فيها بأن مشكلة ندرة المياه العالمية مرتبطة بمشكلة هدر الغذاء وتتأثر بها منطقتنا وأن استهلاك المواطن العربي مرتفع من هذه السلعة، حيث أن إنتاج كيلو واحد من اللحم يستهلك 15 ألف لتر من المياه في المقابل إذا تم هدر نصف كيلو من اللحم في القمامة فذلك يعني إهدار 7500 لتر من المياه. لذلك دعا الدكتور محمود عصام خبير الثروة الحيوانية إلى ضرورة التفكير فيما نأكله ونستهلكه حتى لا يكون هناك فائض يهدر ويسبب خسائر لمواردنا. (موقع وزارة البيئة القطرية)

■ مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع:

في مبادرة لتعزيز الوعي والمعرفة البيئية في قطر قامت مؤسسة قطر للأبنية الخضراء عضو مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع بشراكة مع فندق ويندام جراند ريجسني وذلك بهدف نشر المعرفة البيئية وتعزيز الوعي بقضايا الاستدامة ومن بينها إحداث تعديلات مؤثرة على أعمال الفنادق، حيث يهتم الفندق بتقديم الطعام حسب أعداد الضيوف فقط منعاً لهدر فائض الطعام وكما يقوم بفرز القمامة إلى بلاستيكية ورقية و زجاجية الذي بدوره يحافظ على البيئة ويسهل عملية التخلص من النفايات وبالتالي تقليل انبعاثات الكربون والمحافظة على البيئة القطرية.

■ برنامج قطر الوطني للأمن الغذائي:

يهدف برنامج قطر إلى تأمين الإحتياجات الغذائية في قطر ومنها التصنيع الغذائي , حيث يسعى البرنامج لبناء منطقة مخصصة للتصنيع الغذائي في قطر ليستفيد المجمع الصناعي الزراعي الاستفادة الكاملة من البنية التحتية لتوسيع نقل وتصدير البضائع دولياً ، وذلك يسهم في الحد من الهدر الغذائي من خلال تعزيز إمكانيات التخزين حيث يمكن تخزين الأطعمة المعالجة مدة أطول من الأطعمة النيئة.

❖ أسباب هدر الغذاء:

● نقص ثقافة الاستهلاك - عالمياً:

كما أوضحت دراسة أعدها مجلس الدفاع عن المواد الطبيعية وجامعة هارفارد، أن هناك مفهوماً خاطئاً شائعاً بين معظم المستهلكين الأميركيين يخص ثقافة الأفراد بفترة الصلاحية للأغذية، حيث أن تاريخ نهاية الصلاحية يعني عدم صلاحية المواد الغذائية للاستهلاك بعد حلول ذلك التاريخ ولكن تاريخ الصلاحية مؤشر فقط على أن المنتج طازج، وانتهائه لا يعني عدم صلاحيته للاستهلاك الأدمي، أو أنه قد يتسبب في الإصابة بالتسمم أو الأمراض. وأشارت الدراسة إلى أن 90 في المئة من الأميركيين يلقون بطعام صالح للاستهلاك، وأن 40% من سلسلة الغذاء بالولايات المتحدة تنتهي في القمامة سنوياً بسبب تاريخ الصلاحية. أن المستهلكين يتخلصون من 30% إلى 50% من الأغذية التي اشتروها نتيجة عدم فهمهم لتواريخ الصلاحية، وما يقارب 10% من الأغذية التي يرميها المستهلكون صالحة للأكل في الحقيقة لذلك فإن قراءة وتحليل في فترة صلاحية المنتجات وتقليل نسبة الهدر في الغذاء حيث إن فترة الصلاحية تختلف بحسب طبيعة السلعة، فقد تكون هذه الفترة أياماً معدودة لبعض المنتجات (مثل الألبان وبعض مشتقاتها)، وشهوراً أخرى (مثل العصائر والمشروبات)، وسنوات لثالثة (مثل الأغذية المجففة والمعلبة والمجمدة) (باغ،بشار، 2014). كما أن للموردين وأصحاب المحلات التجارية جزء من المسؤولية للتأكد من تطبيق ظروف التخزين المثالية، وتحقيقاً لمبدأ الفائدة من فترة الصلاحية.

● طبيعة العادات والتقاليد الاجتماعية - في الخليج:

لهدر الغذاء في المجتمعات الخليجية - بما فيها المجتمع القطري- أسباب مختلفة ترتبط بالثقافة والمجتمع، ويرجع هدر الغذاء في المجتمعات الخليجية إلى الواقع الاجتماعي كما تشكل البيئة الثقافية جانباً مهماً من رغبة أفراد المجتمع في الاحتفاظ بقدر من الغذاء يفرض الحاجة. إن المجتمعات التي تقوم في المناطق الصحراوية تركز عادة إلى الاحتفاظ بأكثر قدر من الغذاء بغرض تأمينه لوقت الحاجة. وفي المجتمعات البدوية يعتبر إكرام الضيوف وتأمين الطعام للزائرين عادة ثقافية ترسخ في العقل الجمعي. وبذلك فإن أفراد المجتمع ينشئون على وجوب توفر الطعام في كل وقت حتى إن جاء زائر مفاجئ كان له الطعام حاضراً. إن الثقافة العربية والشعر العربي يزخران بالعديد من القصص ومن الشعر الذي يفرض إكرام الضيف ويجعل من فيض الطعام عند كبار القوم وأمرائه فضيلة تستحق الإشادة والتعظيم.

ويمكن أن نشير هنا إلى عدد كبير من القصائد التي تمجد الأفراد والأعيان لكرمهم وتوفيرهم للطعام لكل عابر وزائر في كل وقت. ولعل قصيدة الحُطينة التي يصف فيها قصة رجل معدم وابنه حين رأى ضيفاً قادمًا إليهما وهما في البادية ما يدل على أهمية الاحتفاظ بالغذاء الفائض عند العرب :

| | |
|------------------------------|----------------------------|
| رأى شبعا وسط الظلام فراعته | فلما رأى ضيفا تشمر واهتما |
| فقال: هيا رباه ضيف ولا قرى | بحقك لا تحرمه تاليلة اللحم |
| فقال ابنه لما رآه بحيرة: أيا | أبت ادبحني وسير له طعم |
| ولا تعتذر بالعدم عل الذي ترى | يظن لنا مالا فيوسعنا ذما. |

❖ آثار هدر الغذاء:

لهدر الغذاء آثار سلبية على مستويات عدّة. فهناك آثار سلبية على البيئة، وعلى المجتمع، كما توجد آثار سلبية على الاقتصاد. ويمكن تلخيص تلك الآثار كما يلي:

• على البيئة:

على المستوى العالمي فإنه يلقى سنوياً ثلث المواد الغذائية التي تنتج للبشر في القمامة، أي مايقارب 1,3 مليار طن سنوياً(غوستافسون وآخرون 2011). مما يؤثر سلباً في البيئة حيث يمثل هذا القدر من الإنتاج 6-10% من انبعاثات غازات ثنائي أكسيد الكربون الذي يعد أحد أسباب الإحتباس الحراري الناتجة عن الإنسان (فيرمولين وآخرون 2012). كما أن متوسط البصمة الكربونية من هدر الغذاء حوالي 500 كيلوغرام من ثاني أكسيد الكربون CO2 للشخص الواحد سنويا وفي أوروبا وأمريكا الشمالية و آسيا الصناعية يعتبر أعلى نصيب بسبب الهدر الغذاء حوالي 700-900 كجم من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون CO2 للشخص الواحد في السنة، في حين أن أفريقيا جنوب الصحراء أقل نسبة من البصمة الكربونية للفرد حوالي 180 كلف من ثاني أكسيد الكربون CO2 (الفاو أ- ص 22, 2013). حسب مارصده وحدة التخلص من النفايات التابعة للمجلس الأعلى للبيئة في المملكة العربية السعودية بأن النفايات الغذائية في دولة الإمارات العربية المتحدة بلغت 55% في شهر رمضان أي مايعادل 1850 طناً، في حين أنها تبلغ 39% خلال باقي أشهر السنة، كما أنه من المتوقع أن تنتج مملكة البحرين أكثر من 400 طن يومياً من مخلفات الطعام خلال الشهر الفضيل(السليمان،تغريد،2014)

• على المجتمع:

حسب تقديرات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، يُهدر كل عام 1,3 مليار طن من الأغذية أو ما يمثل الكمية الإجمالية للمواد الغذائية التي تُنتج في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى. وتشير الإحصاءات إلى أن شخصاً واحداً من بين كل سبعة أشخاص في العالم يذهب جائعاً إلى الفراش كل ليلة، وأن أكثر من 20 000 طفل دون سن الخامسة يموتون كل يوم من الجوع.

• على الاقتصاد:

ففي بريطانيا مثلاً التي أجريت دراسة خاصة أجرتها منظمة غير حكومية تحمل اسم "برنامج العمل للنفايات والموارد" حول ما يرميه البشر من طعام، قدرت الدراسة قيمة المنتجات الغذائية التي ترميها كل أسرة بريطانية بنحو 800 يورو سنوياً (جريدة الخليج،2013). وإذا لم تتغير أنماط الإستهلاك فإن العام يحتاج إلى زيادة الإنتاج الزراعي بنسبة 60% مقارنة بعام 2005 لتلبية الطلب على الغذاء في عام 2050 (Alexandratos وبروينسما 2012) ، حيث أن الطلب العالمي على محصول السرعات الحرارية للشخص الواحد سوف تزيد بنسبة 100% ± 11% وسوف يزيد الطلب العالمي على البروتين بنسبة 110% ± 7% (تيلمان وآخرون 2011).

❖ موقف الدين الإسلامي من هدر الغذاء:

من جهة أخرى، كما نعلم أن الإسراف والتبذير سلوكان منبوذان دينياً وعرفياً. فالقرآن الكريم يزخر بعدة آيات تحث على القسط والاعتدال، وتمنع الإسراف والتبذير. وقد عرّف العلماء التبذير بأنه: صرف الشيء في ما ينبغي زائداً على ما ينبغي، أي أن يكون الصرف فيه جائز أصلاً، ولكن قد خرج عن حد الاعتدال.

أما الإسراف فهو: هو تجاوز الحد في كل فعل يفعله الإنسان، وهو في الإنفاق أشهر، ويختلف الإسراف عن الكرم رغم أن كلا منهما عطاء، لكن الكرم يكون وفق أصول الشرع. مثل: إطعام الضيف، وإكرام الفقير (مقالات من موقع إسلام ويب)

• من القرآن الكريم:

وكما جاء في القرآن الكريم قوله تعالى: {وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} (سورة الأعراف، آية 31).

والإسراف في شراء الأطعمة وأكلها أو رميها من مواطن النهي الجلي في القرآن. قال تعالى: {كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} (موقع المسلم، 1432).

• من السنة النبوية:

أما رسولنا الكريم فإنه يحث دوماً على تجنب إهدار الغذاء والإسراف. ومن أحاديثه في هذا المقام ما رواه أبو هريرة:

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: جاء رجل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال: إني مجهودٌ (المجهود من أصابه الجهد والمشقة والحاجة والجوع). فأرسل إلى بعض نسائه فقالت: والذي بعثك بالحق ما عندي إلا ماء. ثم أرسل إلى أخرى فقالت مثل ذلك، حتى قلن كلهن مثل ذلك: لا والذي بعثك بالحق. فقال: "من يُضيف هذا الليلة رحمه الله" فقام رجل من الأنصار فقال: أنا يا رسول الله. فانطلق به إلى رَحْلِهِ فقال لامرأته: هل عندك شيء؟ قالت: لا إلا قوتٌ صبياني. قال: فعليهم بشيء، فإذا دخل ضيفنا فاطفئي السراج، وأريه أنا نأكل، فإذا أهوى ليأكل فقومي إلى السراج حتى تُطفئيه. قال: ففعدوا وأكل الضيف فلما أصبح غدا على النبي صلى الله عليه وسلم فقال: (قد عجب الله من صنيعكما بضيفكما الليلة) رواه البخاري ومسلم.

ومن هنا كان الثناء من الرسول -صلى الله عليه وسلم- لفعل الرجل وزوجته، عندما لم يبخلا على الضيف وأيضاً لم يسرفا أو يهدرا بالطعام، بل وضعوا ما يكفي الحاجة من غير زيادة أو نقصان. ولم يشعر الضيف بشيء سوى حسن الاستقبال والكرم.

ومن السنة أيضاً قول الرسول -صلى الله عليه وسلم-: (ما ملأ ابن آدم وعاء شراً من بطنه، بحسب ابن آدم لقيمات يقمن صلبه، فإن كان لا بد فاعلاً فثلاث لضعامه وثلاث لشرابه وثلاث لنفسه) رواه الترمذي وحسنه. (مقالات من موقع إسلام ويب)

وهنا حث على الاعتدال في الأكل والشرب وللنفس، وقد أثبت العلماء والأطباء صحة ما ورد في الحديث فإن الزيادة في الأكل فوق الحاجة تملأ البطن وقد تؤدي إلى حدوث ضيق في التنفس أو الشعور بالاكتهاف وعدم شرب ما هو سائل، بالتالي فإن احتمالية الإصابة ببعض الأمراض قد تكون واردة بشكل أكبر مثل: تصلب الشرايين.

وغير ذلك من الأحاديث النبوية، منها قول النبي -صلى الله عليه وسلم-: (كُلُوا، وَاشْرَبُوا، وَتَصَدَّقُوا فِي غَيْرِ مَخِيلَةٍ وَلَا سَرْفٍ) رواه البخاري. فالإسلام لم يحرم التمتع بزينة الحياة الدنيا وطيباتها من الرزق، وإنما حرم التجاوز في ذلك والإعداد بالإسراف والتبذير في الاستمتاع بها.

❖ سبل مغالبة الظاهرة:

• حملات ترشيد هدر الغذاء في العالم العربي:

ونظراً لأهمية الغذاء وضرورة الحفاظ على هذه النعمة وعدم إهدارها، قامت بعض المجتمعات العربية بعدد من الحملات التوعوية والتي تهدف لتوعية أفراد المجتمع بضرورة المحافظة على الغذاء، والتقليل من إهدارهم المستمر للأكل، وذلك باستخدام أساليب وطرق مختلفة.

1- كمل كرمك - في مصر:

تعد مصر من أهم وأكبر الدول العربية والتي يزداد عدد سكانها يوماً بعد يوم، ويرتفع بذلك معدل احتياج سكانها للطعام وأيضاً ازدياد مستوى إهدارهم له. فقد أكد بنك الطعام المصري أن 30% من الأطعمة يتم إهدارها والتخلص منها في مصر والعالم، في حين يعاني أكثر من 3.5 مليون مصري من الجوع. (ابراهيم، 2014)

وإيماناً من بنك الطعام المصري بأهمية عدم إهدار الغذاء، ولأن هناك كميات كبيرة جداً من الغذاء يتم إهدارها يومياً، سواء من المنازل أو من المطاعم والكافيهات؛ قام البنك بعمل حملات توعية للأفراد تحث على عدم إهدار الغذاء الفائض عن حاجتهم وتقديمه لأكثر الفقراء احتياجاً في المنطقة كي يستفيد الجميع بالطعام والثواب. (موقع بنك الطعام)

إحدى هذه الحملات كانت بعنوان " كمل كرمك " والتي قد أطلقها كل من كنور وليبتون بالتعاون مع بنك الطعام ، وبرعاية من وزارة التموين والتجارة الداخلية. وذلك خلال شهر رمضان المبارك لما فيه من زيادة في استهلاك الغذاء، وكذلك الرغبة في فعل الخير ومضاعفة الأجر.

نظراً لضرورة نشر التوعية انطلقت تلك الحملة كمبادرة ودعوة للشعب المصري على الحفاظ على الغذاء الزائد، وبهدف المساهمة في توعيته أكثر بأهمية إعادة استخدام الغذاء المهدر أو توزيعه على من هم في حاجة له.

وحسب ما عرض على اليوتيوب بتاريخ (2014-7-19)، مقطع فيديو لبرنامج هذا الصباح بعنوان (هذا الصباح مبادرة كمل كرمك لعدم إهدار الطعام): ذكرت سالي خيرت (عضو مبادرة كمل كرمك) في البرنامج (هذا الصباح) بأن المبادرة انطلقت لتغيير عادات وسلوكيات الأفراد والتي تساهم أيضاً في تقديم يد العون والمساعدة للمحتاجين لتوفير حياة كريمة لهم.

وأضافت بأن بداية التوعية والحملة كانت بواسطة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي "الفييس بوك و تويتر" ، بالإضافة لنشر مقطع فيديو توعوي على الـ "يوتيوب" والذي لاقى إقبال عدد كبير من المشاهدين في أقل من 3 أسابيع حيث وصل لمليون ونصف مشاهد مما يعني أن الجمهور في استجابة مع هذه الحملة، خاصة أنها في شهر الخير.

أما آيه أيوب (مديرة تسويق بنك الطعام) فقد حرصت على بيان أهمية المسؤولية الاجتماعية للأفراد ودورهم في حفظ النعمة، وذلك من خلال ذكرها بأنه قد تم إعادة تدوير نصف طن من الطعام خلال شهر رمضان، فبدلاً من رميه يقام بتغليفه وإضافة بعض المكونات البسيطة عليه. وأوضحت أيضاً دور الفنادق والمطاعم حيث أنه وعلى مدار السنة توزع 16 مليون وجبة شهرياً لدور الأيتام والمسنين، كلها من فائض طعام الحفلات والمناسبات ووجبات المطاعم اليومية.

ومن جانب الأنشطة والأحداث المنظمة من قبل الحملة، فقد قام أفراد الحملة والرعاة بتنظيم أكبر مائدة إفطار في تاريخ مصر، ومع العلم أنه قد تم توفير 600 وجبة طعام بعد تدوير المتبقي من الإفطار المعد خلال الحدث. وقد شارك في الحدث مجموعة من الشخصيات الهامة منها وزير التموين والتجارة الداخلية إلى جانب أكثر من 2500 فرد من بينهم مجموعة من نجوم المجتمع والفنانات والفنانين.

كما أنه خلال حفل الإفطار قُدّم عرض حي من الشيف، لعدد من طرق إعادة تدوير الغذاء من خلال مزجه واستخدامه مرة أخرى. (مباشرة، 2014) وشارك في الحملة كذلك 40 طباطح ساهموا في إنجاز العمل وإنجاحه.

وبشكل عام بحسب اهتمام بنك الطعام المصري بالاستفادة من الغذاء الفائض، كانت إحصائيات البنك من خلال برامج التوعية للفنادق والكافيهات كالتالي:

جدول (3):

ويوضح عدد الوجبات التي وزعت شهرياً في كل سنة:

| السنة | الوجبات الموزعة (الوجبة/الشهر) |
|-------|--------------------------------|
| 2006 | 1.22 مليون وجبة |
| 2007 | 5.4 مليون وجبة |
| 2008 | 11 مليون وجبة |
| 2009 | 17 مليون وجبة |
| 2010 | 17.2 مليون وجبة |
| 2011 | 15 مليون وجبة |
| 2012 | 15.5 مليون وجبة |
| 2013 | 16.6 مليون وجبة |

(بنك الطعام المصري).

2- إطعام - في المملكة العربية السعودية:

المملكة العربية السعودية دولة من دول الخليج العربي التي من الله عليها بالخيرات والنعم، والتي تتشارك في نفس الثقافة و العادات والتقاليد القطرية منها: الكرم والضيافة. ومن هذا المنطلق نجد أن هناك مشكلة كبيرة في اهدار الطعام الفائض الناتج عن هذه المناسبات والأعراس التي يقيمها أفراد شعب المملكة العربية السعودية المضيف في الفنادق والقاعات.

نظراً لضرورة الإهتمام بهذه المشكلة ، أقام بنك الطعام في الرياض بعمل إحصائيات لمعرفة الكم المهدر من الغذاء الفائض ، حيث يصل معدل الغذاء الفائض يومياً في المملكة العربية السعودية إلى أربعة ملايين وجبة في المنطقة الشرقية فقط ، وأضافت إلى ذلك سلسلة فنادق النوفيتيل العالمية إلى أنها تقدم مايعادل 45 ألف الى 60 ألف وجبة سنويا ، والفائض منها 30 ألف وجبة تقريباً ، مما يسبب تلوثاً في البيئة وهدر كبير للمواد الغذائية المنتجة لهذا الغذاء. (نجيب ، 2014)

انطلقت حملة "إطعام" في السابع عشر من سبتمبر 2014م ، بالتعاون مع مؤسسة بنك الطعام في الرياض. تقوم هذه الحملة على الاستفادة من الغذاء الفائض الذي يمكن استخدامه في فعل الخير وإيصاله الى أسر وأفراد في حاجة ماسة إلى الغذاء. وهي مؤسسة غير ربحية حيث تقدم هذه الخدمة لردع مشكلة هدر الطعام في المملكة العربية السعودية، ولا تكتفي بذلك إلا انها تشجع جيل شباب المستقبل على المشاركة والمساهمة في فعل الخير وتعمل على مكافأتهم وتحفيزهم .

وأعرب عبداللطيف الراجحي عن مدى إستيائه لهذه المشكلة ، وهو كرئيس مجلس إدارة حملة "إطعام" يقدم إهتمامه الشديد في ضرورة الإستمرار بحملة "إطعام" على المدى البعيد ، حيث يهتم بالمعايير اللازمة لإتمام هذا العمل الخيري كالإهتمام بمعايير النظافة والمعايير الصحية ، وتقديم وجبة "إطعام" بطريقة حضارية ذات قيمة غذائية عالية.

بالإضافة إلى ذلك ، أن حملة "إطعام" تقوم على تشجيع الجيل الشبابي، مما يخلق شعور بحب العمل التطوعي وحب فعل الخير. من هنا نرى أن حملة "إطعام" الإعلامية لم تكتفي بالإهتمام بالغذاء المهدر بل إهتمت بتوعية الشباب وحثهم على فعل

الخير ، وتقديم العناية اللازمة بهم وتقديرهم وتدريبهم بالشكل الصحيح حتى يكون له طابع إيجابي يعكس العمل التطوعي من عمل قصير العمر إلى منظومة احترافية مستدامة في المملكة العربية السعودية.

ترتكز أهداف حملة "إطعام" على هدفين: الأول وهو توزيع الطعام بطريقة حضارية لجميع المستفيدين بالمنطقة الشرقية مع مراعاة خصوصية المجتمع، والثاني هو نشر ثقافة حفظ النعمة في المجتمع السعودي بجميع أطيافه وشرائحه. وعلى المدى البعيد تهتم حملة "إطعام" بالطعام الفائض بحيث تستخدمه للكوارث والأزمات الاقتصادية الغير متوقعة في المستقبل.

3- تدبير- في البحرين:

انطلقت الحملة الشبابية "تدبير" انطلاقتها الأولى في الحادي عشر من نوفمبر عام 2013 م. وأُقيمت انطلاقتها الثانية في الخامس من مايو عام 2014م. ولاقت الحملة انتشار إعلامي ودعم مجتمعي كبير حيث أنها كانت مبادرة من قبل مجموعة شباب بحريني. بهدف الحد من مشكلة الإسراف في الأكل بين أفراد المجتمع، عملت على الصعيد الميداني والتنقيفي.

استطاعت حملة تدبير حفظ أكثر من 10.000 علبة ومغلف، أي ما يقدر بـ 19.800 دينار بحريني. وقد استهدفت الحملة جميع شرائح المجتمع البحريني المختلفة، وركزت على إبراز أهمية الحفاظ على النعم والقضاء على عاداتي الإسراف والتبذير وخاصة في الغذاء. تمحورت رسالة هذه الحملة على تشكيل مجتمع واع يتحمل مسؤولياته في الحفاظ على النعم بعيداً عن الإسراف والتبذير والسعي لحفظ النعم على تنوعها أثناء إعداد الولايم والمأدبات والبوفيهات من أن تتعرض للهدر والإسراف والتبذير في المناسبات الدينية والاجتماعية والوطنية المتعددة في مختلف مناطق البحرين.

كما كان هدفها هو بناء مؤسسة ناجحة تحافظ على النعم المختلفة من خلال عدة طرق ومختلف الأساليب الممكنة، حيث تبلورت مهمة هؤلاء الشباب على التعاون مع مؤسسات المجتمع المدني والجهات الحكومية والجماعات والأفراد من أجل جمع ما يزيد من الغذاء والشراب ومن ثم توزيعه على الأهالي والأفراد الفقراء والمحتاجين.

اعتمدت الحملة بشكل أساسي على برنامج " الإنستغرام " للتعريف بنفسها وبأهدافها ونشر رسالتها التوعوية للجمهور الترويج لنفسها ونشر الوعي من خلال نشر بوسترات دينية فيما يخص أحكام الإسراف والتبذير. نصائح للتقليل من كميات النفايات ودعوة الجمهور للتبرع والمساهمة في جمع الأطعمة.

كما كان للحملة دور فعال في المناسبات المختلفة في الدولة حيث قامت بتنظيم محاضرة عن الإسراف في يوم عاشوراء تحت عنوان " عاشوراء التدبير ". حيث يتم متابعة حساب الإنستغرام الخاص بالحملة: (@tdbeer_bh) 5337 شخص. واستخدمت الحملة خطوط ساخنة لتواصل الجمهور معهم من أجل تحصيل وتجميع الطعام الصالح والنظيف.

4- هدر الطعام حرام - من شركة Sukleen في لبنان:

من منطلق "هدر الطعام حرام" قامت شركة سوكلين في لبنان بإطلاق حملتها التوعوية لأبناء المجتمع اللبناني، التي تهدف إلى رفع مستوى الوعي بأهمية الحفاظ على الأطعمة.

استخدمت الحملة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أساسي لتوصيل رسالتها منها: اليوتيوب، فيس بوك، وتويتير و إنستغرام، حيث نشرت الحملة عدد خمس مقاطع فيديو قصيرة تم نشرها في قناة اليوتيوب الرسمية للشركة تتراوح مدتها ما بين 10-12 ثانية، اعتمدت المقاطع على استخدام الرسوم المتحركة واعتمدت في الإلقاء على اللغة المحلية اللبنانية بهدف الوصول السريع والفعال لجميع شرائح المجتمع.

ركزت الحملة على نشر الوعي الثقافي من خلال التذكير على أهمية الحفاظ على الأطعمة الزائدة وعدم هدرها لما له من مساوئ اقتصادية تتمثل في خسارة الأموال وبيئية في كميات القمامة المرمية، واجتماعية متمثلة في حاجة الفقراء لهذه الأطعمة، وقدمت بعض النصائح العملية لربات البيوت فيما يخص ما قبل العملية الشرائية وما قبلها من خطوات لتجنب وتقليل هدر الأطعمة وعدم شراء الزائد منها: منها تفقد النواقص الغذائية قبل التسوق وكتابة لائحة بالحاجيات الغذائية قبل عملية التبضع.

كما حثت على التبرع بكميات الغذاء الزائدة للجمعيات المختصة بجمع التبرعات الغذائية بالدولة، كما تطرقت إلى طريقة تجنب الهدر الغذائي عن طريق عدم طلب أطباق زائدة عن الحاجة أثناء زيارة المطاعم، الذي من شأنها أن تعزز المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع والبيئة وتساهم في حل مشكلة هدر الغذاء الزائد بشكل كبير.

أما في صفحة الفيس بوك و تويتر وإنستغرام فقد نشرت الحملة رسالتها ونصائحها التوعوية عن طريق الملصقات الإرشادية التي تسهم في رفع مستوى الوعي والمسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع.

❖ أسباب هدر الطعام في العالم العربي: (التفسيرات النظرية)

إن سلوك التعامل مع الطعام من حيث طبخه أو أكله أو تخزينه، إنما هو سلوك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بخصائص المجتمعات التي يجري فيها السلوك. ومن ثم يمكن العودة لبعض النظريات السلوكية الاجتماعية لتفسير ذلك. وتعتبر نظرية التعلم الاجتماعي من النظريات التي تعتبر السلوك نتيجة للتعلم من البيئة.

- **نظرية التعلم الاجتماعي:** واضع هذه النظرية هو (ألبرت بندورا)، وتنص النظرية على أن الفرد يتعلم السلوك الملاحظ من بيئته المحيطة به من خلال سلوك الآخرين، ومن ثم يقوم بتقييم نتائج السلوك ومردوده على الفرد، فإذا كان المردود إيجابياً زادت قابلية الشخص للتقليد واتخاذ ذلك السلوك نموذج يحتذى به.

● **ولعملية التعلم الاجتماعي خطوات ذهنية هي:**

1. الانتباه وهو ملاحظة السلوك أثناء حصوله، وملاحظة نتيجته من ثواب أو عقاب.
2. الاحتزان أي الاحتفاظ بالمعلومات الخاصة بالسلوك ونتائجه في الذاكرة.
3. الدافعية وهو حدوث رغبة وحافز عند الشخص للقيام بالسلوك لينال الثواب.
4. السلوك أي قيام الشخص بتقليد السلوك للحصول على الثواب ويتمتع به.

وبما أن النظرية تفسر سلوكيات الأفراد من خلال ما يتعلموه من البيئة وما حولهم، فإننا سنعتمد على هذه النظرية ونحاول تطبيقها لفهم قضية اهدار الطعام وإيجاد حلول لها.

● **وحسب نظرية التعلم فإن أسباب اهدار الطعام عند الأفراد في المجتمع:**

1. ملاحظة الفرد لفعل من حوله في المجتمع من خلال قيامهم بتجهيز أطعمة كثيرة وأكلات مختلفة في العزائم.
2. يلاحظ الفرد نتائج ذلك من ثناء وشكر وسعادة الضيوف ودهشتهم بكمية الطعام وتنوعه فيحتفظ بردة الفعل هذه ويختزنها.
3. يتكرر الفعل وتكرر ملاحظة الإيجابيات الناتجة عن الفعل، فيتم التقليد باعتبار ذلك الفعل سبيلاً لنيل الثواب المصاحب.
4. يتطلع الفرد لنيل الإعجاب من الضيوف وثناءهم له على كرمه وحسن ضيافته، فيتخذ قراراً بتقليد الفعل الذي أنتج الإعجاب.
5. يقوم الفرد بعمل العديد من الأصناف وتحضير الكميات الضخمة من الطعام للضيوف في المناسبات، ليحصل على الإعجاب والرضا من الجميع.

وبما أن هذا السلوك وفقاً للنظرية هو سلوك مكتسب من المجتمع، فإننا بالتالي بإمكاننا تغييره وتبديله للسلوك الأحسن ألا وهو المحافظة على الطعام. ولكن هذه القضية هي موجودة أساساً منذ القدم في عادات المجتمع القطري ومتعارف عليها، لذا فإنه من الصعب تعليم وتغيير سلوك أفراد المجتمع الكبار في العمر، لذا سيكون التعليم والتربية للأطفال من خلال غرس مبادئ وقيم الحفاظ على نعمة الطعام وعدم اهدارها.

المصادر الأولية: البحث الميداني

❖ المصادر الأولية: البحث الميداني

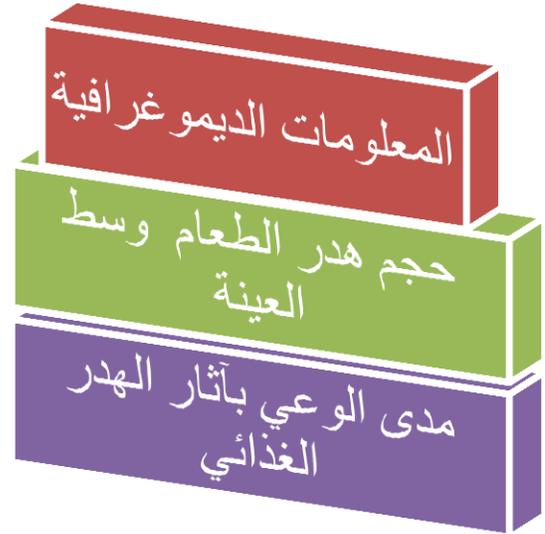
• هدر الطعام وسط السكان في قطر:

بناء على ما تم الوقوف عليه حول قضية هدر الطعام وضررها، فقد قامت المجموعة بعمل استبيان لمعرفة حجم المشكلة في قطر، وبعد مراجعة المصادر الثانوية للوقوف على أثر إهدار الطعام، اتجهت الباحثات نحو واقع المجتمع القطري للوقوف على ثلاثة أبعاد هي:

- 1- مدى هدر الطعام في المجتمع.
- 2- أسباب هدر الطعام.
- 3- مدى وعي الأسر بأثر الهدر على البيئة والمجتمع والعالم.

ومن ثم فقد تم إعداد استبيان واختيار العينة التي سيجري عليها الاستبيان على النحو التالي:

- **أولاً: العينة:** تم اختيار عينة عمدية مكونة من (214 فرد) من فئة الشباب في المجتمع القطري، وقد تم اعتماد أسلوب العينة العمدية باعتباره الأسلوب الأكثر تناسباً لغرض هذه الحملة وذلك نسبة لضيق الوقت ولانشغال الباحثات بالدراسة في ذات الوقت.
- **ثانياً: الاستبيان:** تم استخدام استبيان مكون من (عشرة) أسئلة تقسمت حول المحاور التالية:



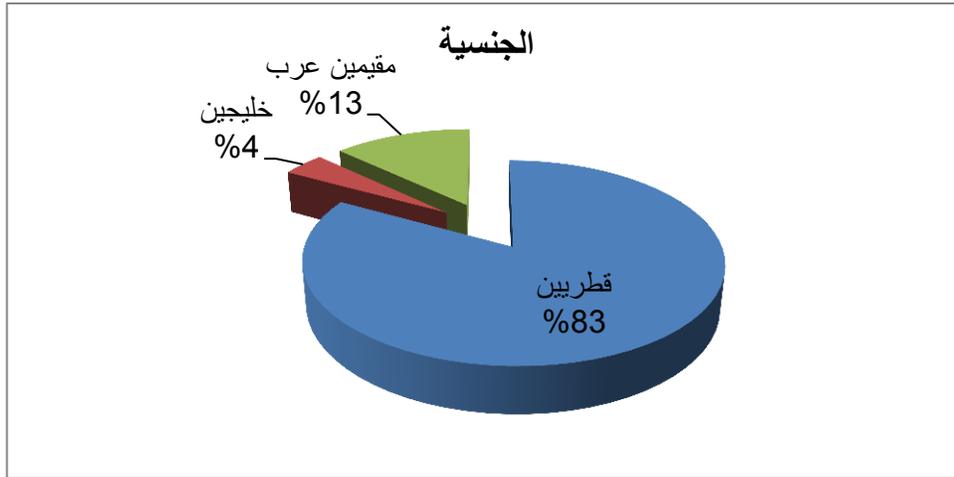
- **ثالثاً: توزيع الاستبيان وتفرغته:** تم توزيع الاستبيان إلكترونياً، من خلال موقع (Monkey Survey) المختص بعمل الاستبيانات، واستغرقت عملية التوزيع والتجميع ما يقارب 7 أيام، كما تم تفرغ الاستبيان واستخلاص النتائج منه والتحليل.

- **رابعاً: تحليل نتائج الاستبانة:**
- مرحلة قياس مستوى الوعي العام بالمشكلة:

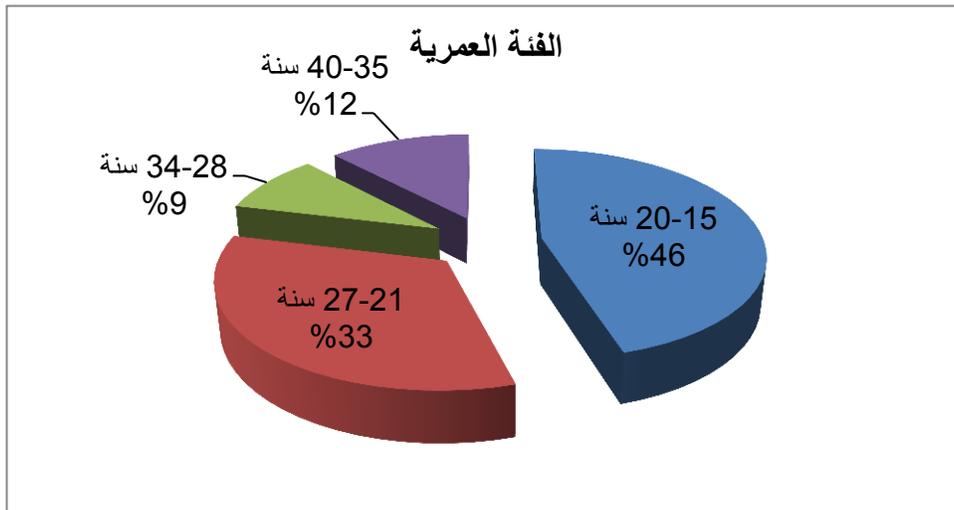
من أجل فهم مستوى الوعي العام حول مشكلة هدر الغذاء في قطر والعالم، أجرينا المسح الذي استهدف البالغين في قطر تحديداً في الدوحة. وكان الهدف من هذا الإستبيان هو تحديد درجة المعرفة حول مشكلة هدر الغذاء وأبعادها، وأفكارهم حول عادات الإستهلاك المؤثرة في المشكلة.

- وبعد أن تم تحديد العينة وعمل الاستبانة وتوزيعها، تم تفريغها وتحليلها حيث جاءت النتائج كالآتي:
1- المعلومات الديموغرافية:

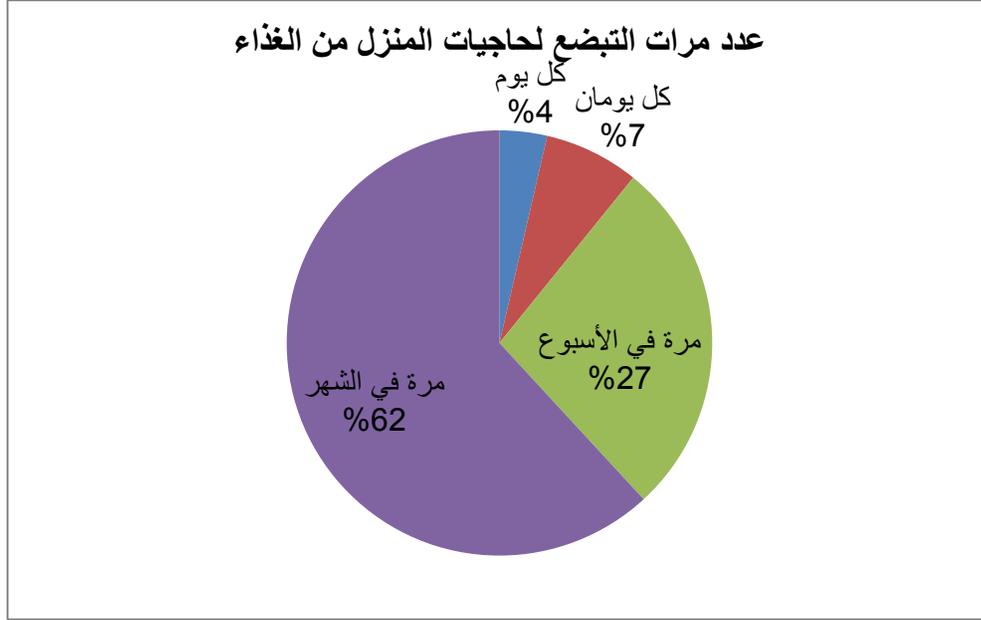
- **شكل رقم (3):** نلاحظ في الشكل أدناه بأن العينة كانت أغلبيتها من القطريين حيث بلغ إجمالي عددهم 83% في المقابل كان عدد الخليجين المتمثلين في العينة قليل جداً وهو 4% فقط في حين أن المقيمين العرب شكلوا 13% من العينة المقام عليها الإستبيان، وذلك يساهم في معرفتنا لنوع الخلفية الفكرية للعينة المتمثلة وذلك لإعداد الطرق والوسائل التوعوية بناء على الخلفية الإجتماعية والعادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع القطري.



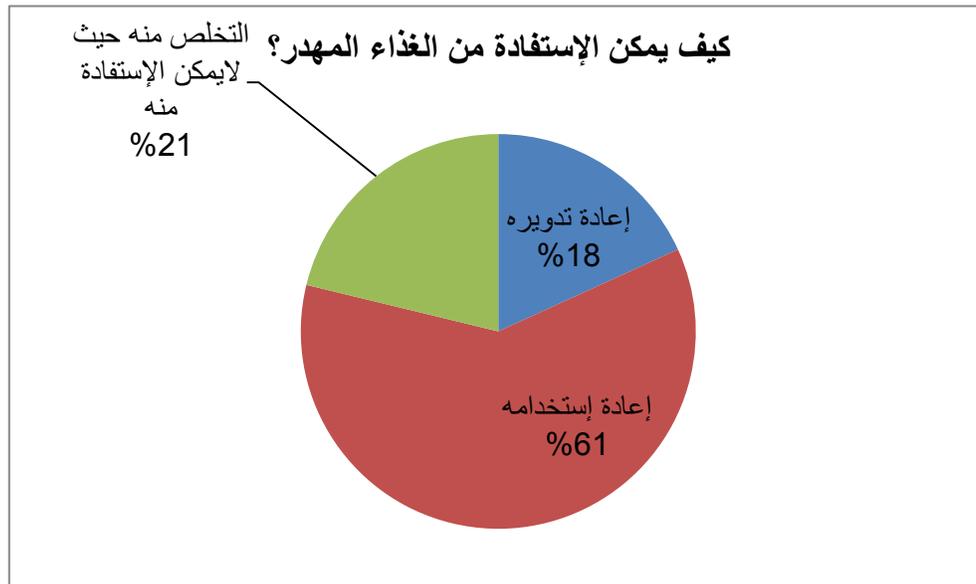
- **شكل رقم (4):** تشكل الفئة العمرية من 15-20 سنة هي الغالبية العظمى من العينة، في حين يليها عدد الأشخاص من ذوي الأعمار من 21-27 سنة الذي بلغ 33% من إجمالي العينة، وهذا ماقد يساعد الباحثات في تقديم الحملة في شكل ومضمون يلائم هذه الفئات العمرية من خلال الأفكار وطرق الإتصال المناسبة.



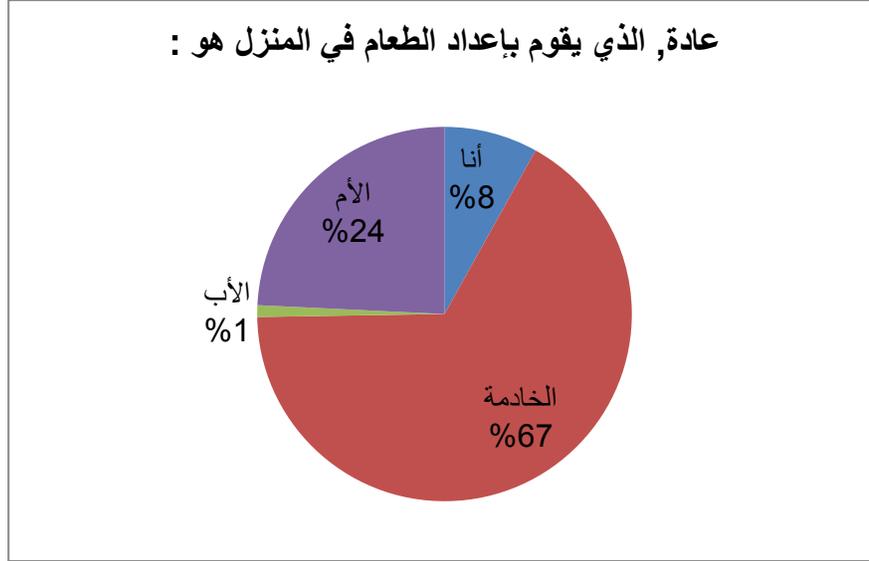
- **شكل رقم (5):** يبين عدد مرات التبضع لحاجيات المنزل من الغذاء: نلاحظ بأن عادات الشراء تكون أغلبها مرة في الشهر حيث بلغ نسبة عدد الذين يتبضعون لحاجيات المنزل من الغذاء مرة في الشهر 62% وهذا العدد الكبير يدل دليل واضح وملحوس على أن عملية الشراء تكون عشوائية وبكميات كبيرة بحيث يتم تخزينها للإستهلاك على مدار الشهر وبالتالي فإن العديد من الأغذية قد ينتهي تاريخ صلاحيتها وبالتالي تهدر وترمى، أو قد يزيد حجم طهو الأغذية عن الحاجة بسبب كثرة المنتجات الموجودة في المنزل. في المقابل فإننا نرى بأن 27% فقط من من يذهبون لشراء حاجيات المنزل من الغذاء مرة في الأسبوع، وهذا مؤشر دال على أن ثقافة الإستهلاك الجيد ضعيفة، وكمية الغذاء المهدر في إزدياد بسبب عمليات الشراء المتباعدة زمنياً.



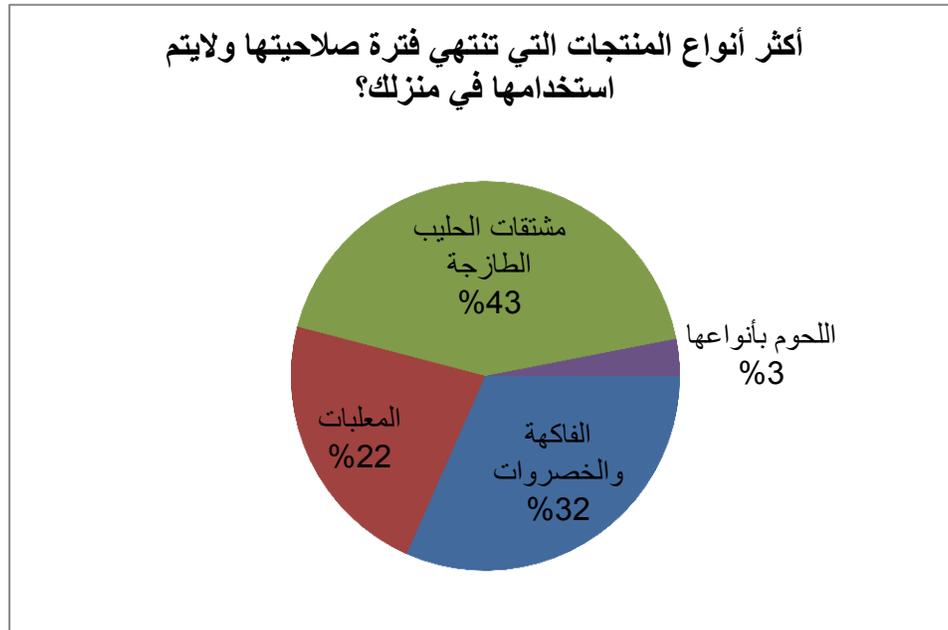
- **شكل رقم (6):** في الشكل أدناه تم سؤال العينة عن الطرق التي من الممكن الإستفادة منها من الغذاء الذي يهدر لقياس مدى وعي المجتمع بطرق إستغلال هذا الهدر في نفع البيئة والمجتمع على حد سواء، فإننا نرى بأن 61% من العينة تؤمن بإعادة إستخدام الغذاء، وبالتالي فإننا نرى بأن المجتمع يعرف الطريقة التقليدية لحفظ الغذاء المهدر وهو إعادة إستخدامه لإطعام الحيوانات أو للآخرين، ولكن في المقابل فإن مؤشر الخطر يكمن في 21% من عدد العينة الذي يؤمنون بأن الغذاء المهدر لايمكن الإستفادة منه بل يجب التخلص منه فقط وهذا ما سوف نحاول التوعية فيه وبيان الطرق و الوسائل المفيدة في هذا الشأن في حملتنا هذه.



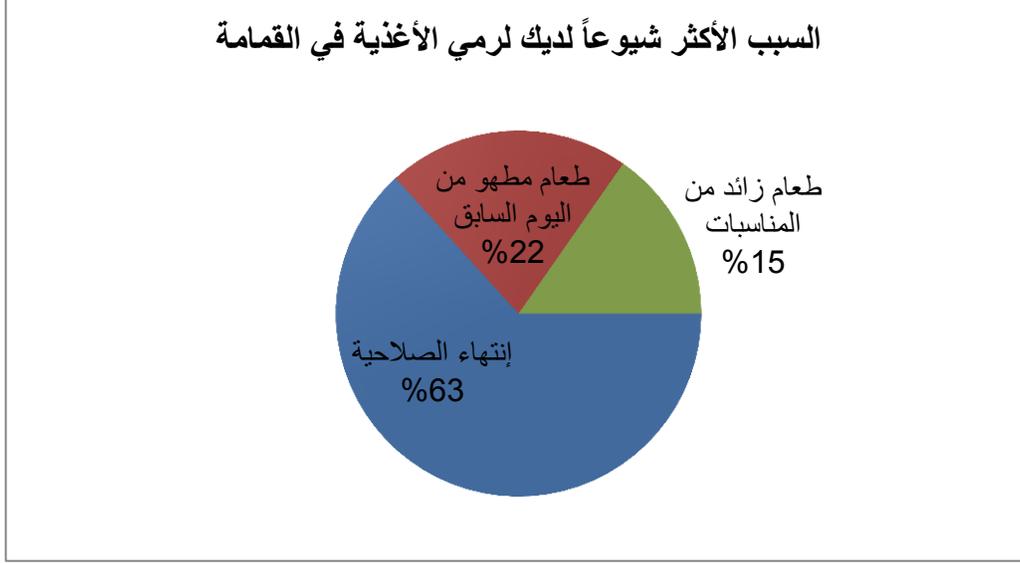
- **شكل رقم (7):** نلاحظ في هذا الجدول بأن أغلب العينة وبنسبة 67% أجابت بأن الذي يقوم بإعداد الطعام في المنزل هو الخادمة في حين أن 24% من العينة أجابو بأن الأم هي من يقوم بإعداد الطعام في المنزل. و8% فقط هم من يقومون بإعداد الطعام بأنفسهم، وبذلك نستدل على أن عملية إعداد الطعام تقوم بشكل عشوائي وغير مقدر للكمية المحددة للأشخاص بحكم أنه يعد من قبل الخادمة الأجنبية، وهي تطهو المقادير بغير حرص نظراً لعدم معرفتها بأخطار ذلك وعدم مسؤوليتها تجاه المجتمع والخسائر الاقتصادية للأسرة وكبر حجم النفايات المنزلية وخطرها على البيئة فيكون هناك نوع من اللامبالاه.



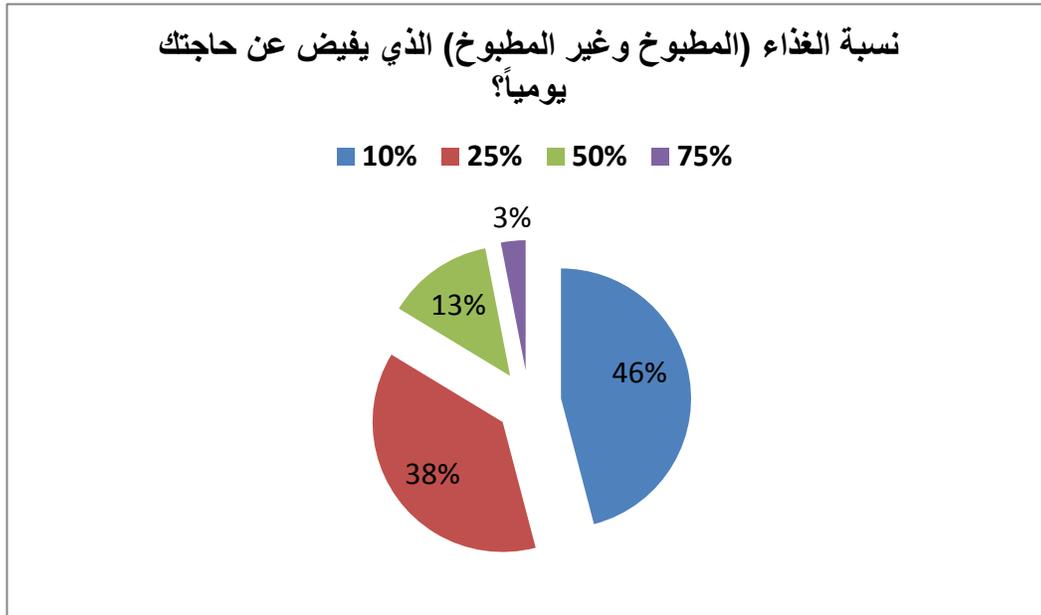
- **شكل رقم (8):** يتضح من خلال الشكل السفلي بأن مشتقات الحليب الطازجة هي أكثر المنتجات التي تنتهي فترة صلاحيتها، حيث أن نسبة 43% من الأطعمة التي تشتق من الحليب الطازج من حليب وألبان وأجبان هي التي تنتهي فترة صلاحيتها ولا يتم إستخدامها في المنازل، يليها الفاكهة والخضروات التي شكلت نسبة 32%، والمعلبات بنسبة 22%، واخيراً اللحوم بأنواعها بنسبة 3%. ونلاحظ بأن أكثر المنتجات التي لا يتم استخدامها ورميها هي مشتقات الحليب بأنواعها المختلفة لأنها تتطلب شراء بشكل دوري حيث أن مدة صلاحيتها لا تتعدى 4 أيام غالباً، ولذلك فإن التركيز يجب على عادات الشراء للأفراد، والتوعية بثقافة الاستهلاك والاقتصاد في الشراء.



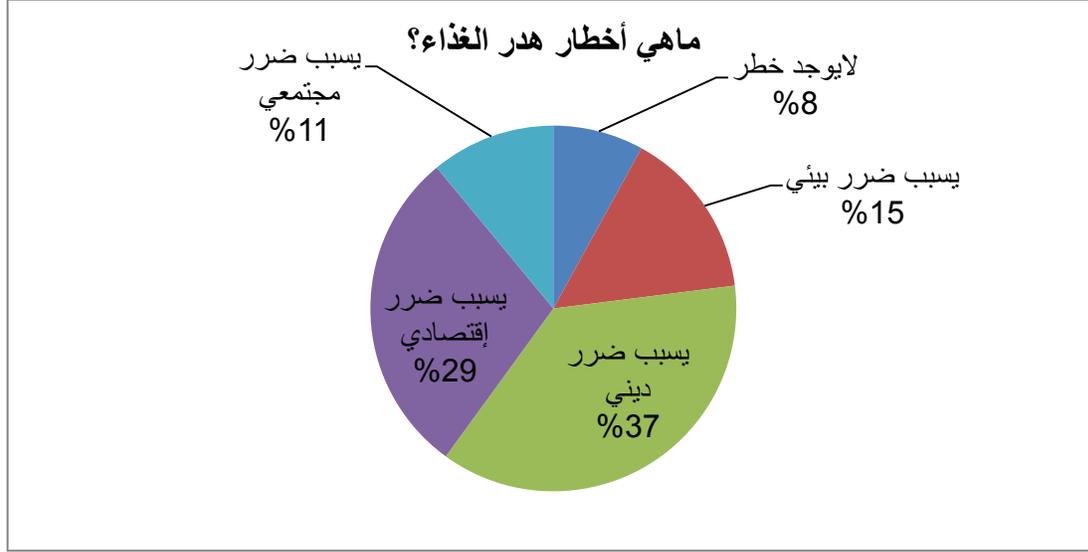
- **شكل رقم (9):** يبين السبب الرئيسي في رمي الأغذية ويظهر لنا إن إنتهاء الصلاحية هو أكثر الأسباب شيوعاً في رمي الأغذية في القمامة والتي شكل نسبة 63%، في حين شكل نسبة الطعام المطهو من اليوم السابق نسبة 22% ونفايات طعام المناسبات المختلفة 15%. ونستنتج من خلال ذلك أن هذه النتيجة قد توافقت مع دراسة (مجلس الدفاع عن المواد الطبيعية وجامعة هارفارد) التي ذكرناها سابقاً والخاصة بنقص ثقافة الاستهلاك، حيث أن معظم الناس يرمون الأغذية بسبب انتهاء صلاحيتها، من غير إدراك منهم أن هذا المنتج أو الغذاء غالباً ما يكون صالحاً للاستعمال والأكل وأن التاريخ هو مؤشر فقط بأنه غير طازج.



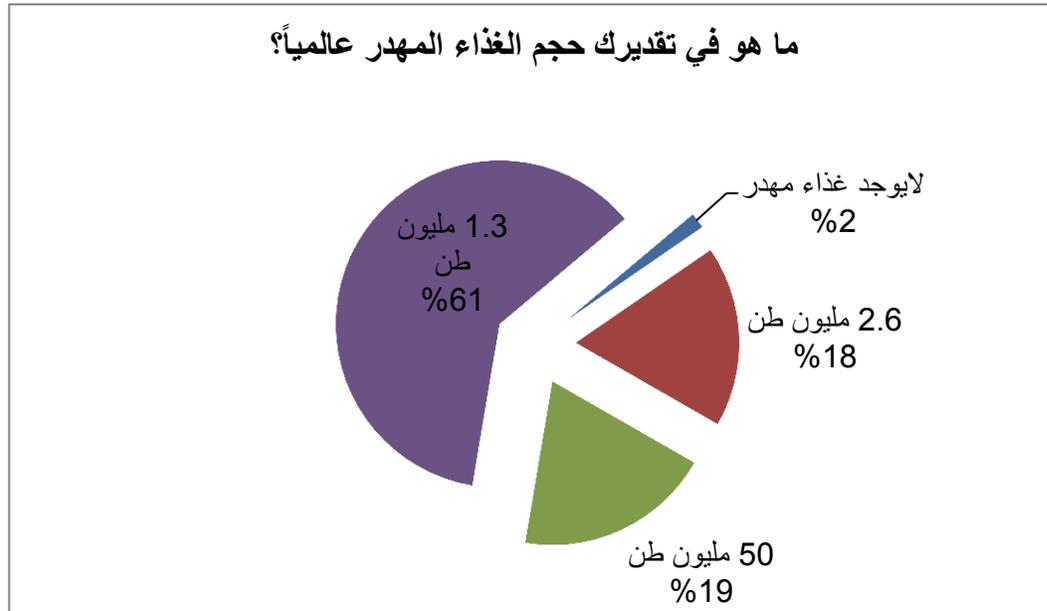
- **شكل رقم (10):** يوضح نسبة الغذاء الفائض عن الحاجة يومياً، وكانت أعلى نسبة هي (10%) من الغذاء الذي يفيض عن حاجة المستهلك اليومية وتشكل 46% من العينة، في حين أن عدد الذين أجابوا بنسبة 25% من الغذاء يلقي يومياً في القمامة هم 38%، و 13% هم الذين أجابوا بأن 50% من الغذاء يلقي في القمامة يومياً، و3% فقط هم من يرمون مايقارب ال 75% من الأكل يومياً في القمامة. وهذه النسب وإن كانت قليلة فهي تعتبر كبيرة عندما تتراكم يومياً فلو جمعناها لكان الحاصل مجموع ضخم ويعد هدراً للغذاء.



- **شكل رقم (11):** يقيس سؤال أخطار هدر الغذاء مدى وعي المجتمع بهذه المشكلة، فنرى بأن 37% من العينة يدركون بأن هدر الغذاء له مضر دينية، في حين أن 29% من العينة يرون بأن هدر الغذاء له ضرر إقتصادي، و 15% يقرون بالضرر البيئي، و 11% يرون أن لهدر الغذاء ضرر مجتمعي و 8% يرون بأنه لا يوجد خطر لهدر الغذاء بتاتاً.



- **شكل رقم (12):** يظهر مدى وعي العينة ومعرفتها بحجم الغذاء المهتر عالمياً، واتضح أن أكثر من نصف العينة بنسبة 61% أجابوا بأن حجم الغذاء المهتر عالمياً هو 1.3 مليون طن، في حين أن 19% منهم أجابوا بأن 50 مليون طن هو حجم الغذاء المهتر، و 18% أجابوا بأن حجم الهدر يقدر بـ 2.6 مليون طن، 2% من العينة أجابوا بعدم وجود هدر غذائي في العالم. مما يعني أن الكثير على علم ودراية بحجم الغذاء المهتر، غير أن هناك العديد منهم توقعوا حجماً أكبر من القدر الصحيح وهذا يدل على أنهم يدركون وجود الهدر الغذائي ويعنون تماماً بأن حجمه ضخم ولكن ما زالت تلك المشكلة يعاني منها المجتمع.



التخطيط للحملة:

أهداف الحملة

تحليل بيست

الجمهور المستهدف

❖ أهداف الحملة:

بناء على ما تم عرضه من خلفية، وما تقدم من تحليله من عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية دافعة لبقاء واقع هدر الغذاء في منطقة الخليج وفي قطر أمراً ثابتاً، فقد تقرر إجراء حملة توعوية ستركز على الجوانب التالية:

1. بما أن البيئة والثقافة والتنشئة الاجتماعية تلعب الدور الأهم في بقاء ظاهرة هدر الغذاء ، فإن التركيز الأساس للحملة سيكون على الأجيال المقبلة من أبناء المجتمع القطري، وذلك بهدف تربية النشئ على معرفة أهمية الحفاظ على الغذاء، وضرورات التقليل من التبذير في إعداداته ومن ثم إلقاء الفائض دون الانتفاع به.

2. التركيز على التوعية بأهمية الحفاظ على الغذاء من منطلقات دينية واجتماعية واقتصادية.

3. تقديم أشكال وأساليب عملية لوسائل التقليل هدر الغذاء الفائض.

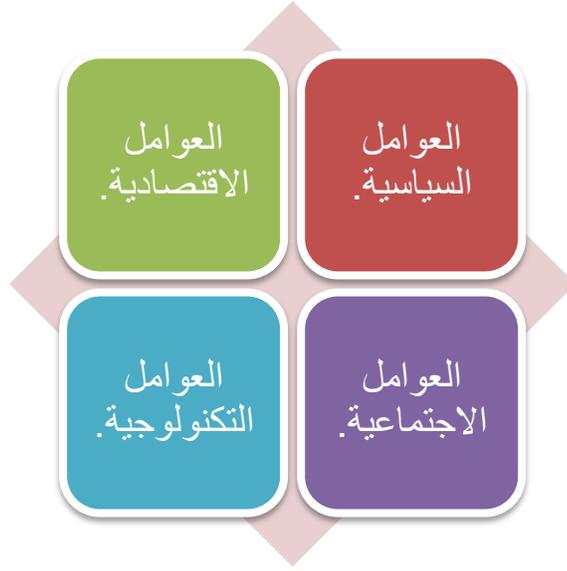
4. التوعية بكيفية الاستفادة من الطعام الزائد عن الحاجة للاستفادة منه في إطعام الفقراء و المحتاجين.

❖ التحليل المعتمد: (بيست)

لمعرفة أثر الحملة بمراجعة خصائص المجتمع الذي ستجري فيه الحملة، يمكن استخدام تحليل بيست لهذا الغرض. ويعتبر تحليل بيست واحداً من أساليب البيئة التي تتواجد فيها المؤسسات والأفراد المراد التعامل معهم من قبل مؤسسات العلاقات العامة. وبما أن القضية التي ستقوم هذه المجموعة بتناولها هي قضية ذات أبعاد اجتماعية، فقد تم اختيار تحليل (بيست) بدلاً من تحليل (سوت) الذي يصلح كثيراً للمؤسسات ذات الهياكل الإدارية الواضحة المعالم. ففي حالة الحملة التي نحن بصددنا يبدو واضحاً أن تحليل العوامل التي يحددها تحليل بيست هي الأكثر ملاءمة.

ويعود مقترح تحليل بيست للبروفيسور فرانسيس أفريلار من جامعة هارفارد، وقد قدمه في الأصل بمختصر ETPS ولكن تم تحويله فيما بعد ليصبح PEST. ويعتبر تحليل بيست مناسباً للنظرة الكلية لواقع المؤسسة أو القضية التي يتم معالجتها، ومن ثم هو أنسب للتحليل في القضايا ذات العموم من مثل التي تنتظر فيها الحملة المقترحة. ويرى كثيرون أن تحليل بيست يمكن من الرؤية الكلية للمخاطر والمعتراضات في سبيل تنفيذ الأهداف، كما يساعد على التفكير الكلي بدلاً من التركيز على الجزئيات. (قلندر، 2009).

وكما هو معروف فإن تحليل بيست يقوم على أربعة عوامل هي:



إن لظاهرة هدر الغذاء في منطقة الخليج وتحديداً في دولة قطر، عوامل مؤثرة في انتشارها منها السياسية والاقتصادية والاقتصادية والتكنولوجية.

أولاً: العوامل السياسية:

في البداية يجب توضيح العوامل السياسية في قطر والأوضاع الدائرة فيها وهي كما يلي:

- 1- دولة قطر هي دولة مستقلة تحكم من قبل الأسرة الحاكمة آل ثاني و الحكم فيها متوارث من الأب إلى الإبن.
- 2- تقدم وزارة العمل في قطر الأولوية للمواطنين القطريين ، وتوفر لهم خدمات مختلفة تتناسب مع الكفاءات و القدرات القطرية.
- 3- تعمل وزارة الإقتصاد وتجارة السياسة التجارية في قطر على صعيد القطاعين العام والخاص من أجل الحفاظ على العلاقات التجارية والإقليمية والراقي بالأعمال التجارية في أنحاء البلاد.
- 4- تقوم سياسة وزارة المالية القطرية على دراسة الأوضاع الاقتصادية والمالية وتحليلها، وتقييم السياسات الضريبية في دولة قطر.
- 5- السياسة البيئية، تعمل على ضمان البيئية والجودة والصحة، وذلك من خلال الوعي البيئي واقتراح تشريعات وسياسات بناءً على القدرات الوطنية وفقاً لمبادئ الشراكة المجتمعية.

ثانياً: العوامل الاقتصادية:

شهد الاقتصاد في دولة قطر تطوراً ملحوظاً حيث تزايد اهتمام الدولة في هذا الجانب بشكل كبير ويظهر هذا الاهتمام بضرورة البناء الشامل والمتكامل لتحقيق التنمية وذلك يتمثل في:

- 1- مستوى معيشة عالي، ومستوى دخل مناسب لأفراد المجتمع.
- 2- اعتماد منهج التخطيط العلمي لتطوير اقتصاد البلاد واستثمار مواردها واستغلال ثروتها عن طريق تحديد الإستراتيجيات ووضع الخطط طويلة الأمد.

- 3- توفير فرص عمل للأفراد وخاصة الكوادر القطرية والمؤهلة علمياً ومهنيًا والاستفادة من جميع الخبرات سواء وطنية أو أجنبية.
- 4- الاهتمام بإبراز دور المرأة في التنمية والتطوير، من خلال إعطائها حق التعليم والعمل في أغلب المجالات للمساهمة في تقدم الدولة وأيضاً سد حاجيات المرأة المادية.
- 5- كما سعت الدولة لتهيئة المناخ الاقتصادي السليم لجذب الاستثمارات. (وزارة الاقتصاد والتجارة)

هذا يعني أن البلاد قد تكون لا تعاني من مشكلة البطالة، وأن أفراد مجتمعها يمتلكون احتياجاتهم الأولية الأساسية بل ويتمتعون بمستوى عالٍ من الرفاهية حيث تتوفر لهم كافة سبل الراحة والمعيشة.

ونتيجة لارتفاع ذلك المستوى المادي، فإن الأفراد قد لا يباليون كثيراً بمعدل الإنفاق على السلع الغذائية أو بزيادة حجم الطعام المطبوخ.

ثالثاً: العوامل الاجتماعية:

كما تعد العوامل الاجتماعية من أهم العوامل المؤثرة في إهدار الأفراد للغذاء في قطر والخليج بشكل عام. فمما لا شك فيه أن أهالي هذه المنطقة قد انتشرت بينهم ثقافات اجتماعية، وعادات وتقاليد تعارفوا عليها منذ القدم واشتهروا بها وأبرزها:

- 1- صفة الكرم والتي نجد فيها أهل البيت يكرمون الضيف بولائم وأصناف طعام متنوعة، بصورة قد يكون مبالغ فيها غالباً.
- 2- كثرة المبالغة في تقديم أنواع المأكولات المختلفة في المناسبات والحفلات والعزائم.
- 3- شراء سلع غذائية أكثر من معدل حاجة الأفراد لها، مما يؤدي لتلفها أو انتهاء تاريخ انتاجها فترمى بالقمامة.
- 4- طهي كمية طعام زائدة عن المطلوب وأكبر من حجم الأسرة.

ولا شك أن تلك العادات الاجتماعية عند أهل الخليج وقطر، تؤدي إلى هدر العديد والعديد من كميات الغذاء.

رابعاً: العوامل التكنولوجية:

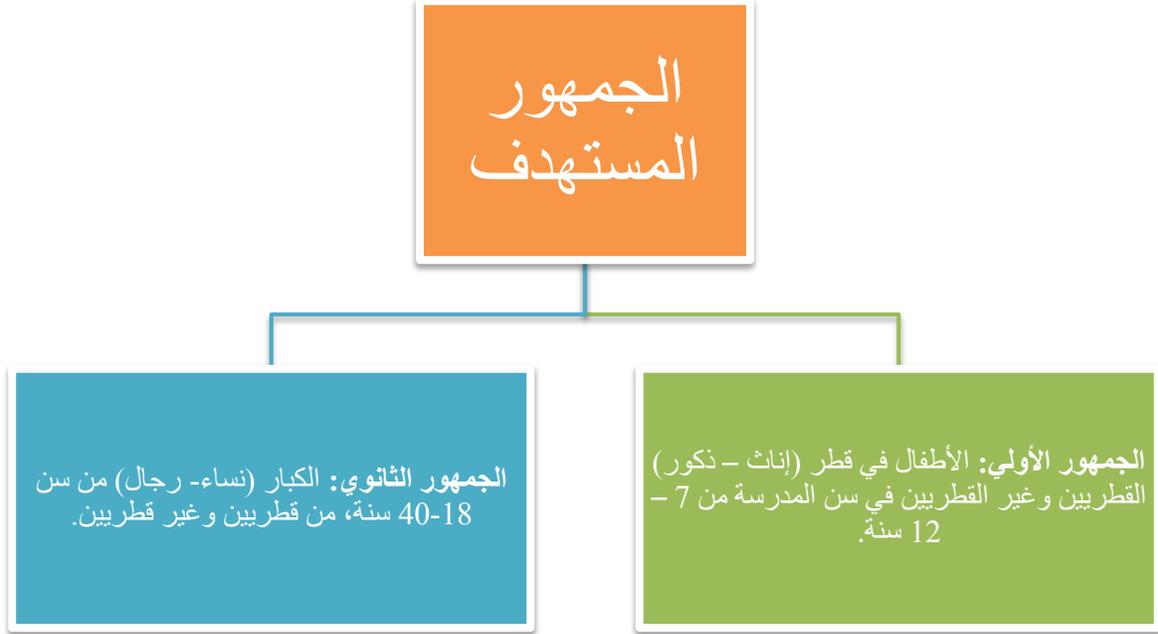
- 1- يتميز إعلام دولة قطر بحرية التعبير ، وذلك بسبب إلغاء الرقابة لتعزيز دور الإعلام البناء في المجتمع القطري.
- 2- تولي الرقابة العامة للإذاعة والتلفزيون القطري إهتماماً كبيراً بحرية الرأي العام والرأي الآخر.
- 3- تشهد دولة قطر ازدهاراً إعلامياً كبيراً لتوضيح صورة التطور والنماء المستمر في الدولة مع الحرص على الدوام لخدمة القضايا الإسلامية والعربية والخليجية والوطنية ، لذلك أصبحت قطر مثلاً يحتذى به دولياً وإقليمياً في التعايش والتأقلم مع الثقافات المختلفة.
- 4- يركز إعلام دولة قطر على تحديث الأجهزة الإعلامية والتكنولوجية ، لما لها من دور فعال في المجتمع القطري.
- 5- تتوفر التكنولوجيا بوفرة في دولة قطر ، وتعمل الإذاعات على تقديم واعداد برامج عالمية ومحلية يتم تسويقها بالإيجار أو بالبيع في داخل و خارج دولة قطر، ويعد ذلك عامل أساسي لتطوير الإعلام في جميع المجالات القطرية.
- 6- تعتبر دولة قطر المستخدمة العاشرة من الدول الأكثر استخداماً للإنترنت، حيث يتسخدم 50% من سكان دولة الانترنت بشكل يومي.

ومع زيادة التقدم المستمر للدولة وتطورها السريع، فإنها وبكل تأكيد تواكب التكنولوجيا والأجهزة الحديثة. ومع ارتفاع المستوى المعيشي والترفيهي الذي يحضى به المجتمع القطري لذا فإننا نكاد أن نجزم بأن أغلبية أفراده من كبار وصغار يمتلكون أحد الأجهزة التكنولوجية الجديدة والتي تؤثر بشكل أو بآخر على مستوى الوعي لدى هؤلاء الأفراد .

والجدير بالذكر أن الانفتاح التكنولوجي في دولة قطر من العوامل المساعدة إيجابياً في انحسار الظاهرة، وذلك لأن التكنولوجيا تجعل الأسر أكثر انفتاحاً على العالم الآخر ومن ثم يمكن أن يتعلم الأفراد من المجتمعات الأخرى أساليب الاقتصاد في الطعام،

كما يمكن أن يلجأوا بحقائق عن الشعوب التي تعاني من نقص الغذاء وبذلك تساعد التكنولوجيا على التوعية بأهمية الحفاظ على الأغذية والأطعمة، من خلال الإعلانات التوعوية والبرامج التلفزيونية أو حتى باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

❖ الجمهور المستهدف بالحملة:



■ سماتهم الشخصية:

- 1- الأطفال هم تلاميذ المدارس المتأثرين برتم الحياة السريع وفي نفس المتمسكين بعادات وتقاليد أهاليهم من الكبار، يطمحون للأفضل.
- 2- الكبار هم في الأغلب أصحاب الأسر العاقلين المتمسكين بالعادات والتقاليد العربية والإسلامية.

■ القيم:

الجمهور المستهدف هم الأطفال في المدارس الذين لديهم الإستعداد لتبني مبادئ وأفكار جديدة لحياة أفضل. أما البالغين فهم أشخاص متمسكين بالعادات والتقاليد ويخشون التقليل من المواد الغذائية منعاً للإجراج من ضيوفهم والذين لا ينظمون عملية شراء المواد الغذائية التموينية.

■ العادات السلوكية:

الأفراد الذين يقومون بسلوكيات هدر الغذاء من خلال علميات الشراء التموينية العشوائية، والمعتمدين على الخدمات الأجنبية في عملية الطبخ وشراء الغذاء في ظل الحياة المترفة ذات الرتم السريع، والذين يقدمون الأطباق الزائدة بهدف حسن الضيافة والكرم.

■ نمط الحياة:

وتعد قطر دولة متجددة دائماً ومتطورة وذات نسبة دخل عالية، تسمح لأغلبية شعبها ومقيميها للعيش في حياة مرفهة، علاوة على التسهيلات التموينية من قبل الدولة التي تتيح الفرصة لشراء السلع والمواد الغذائية التموينية بأسعار رمزية وكميات كبيرة، فتشجع الأسر على الصرف والاستهلاك مما يؤدي إلى زيادة المواد الغذائية في كل منزل. بالإضافة الى كثرة إقامة العزائم، والتجمعات العائلية والتي تعد جزءاً من طبيعة حياتهم اليومية.

وتبعاً لما تم حصده من الإحصائيات والعروض والمناقشات، قررت المجموعة أن تقوم بعمل حملة توعوية في قطر تستهدف الكبار من بعد الأطفال. مما يلي سيتم ذكر تفاصيل هذه الحملة وأسسها.

التخطيط للحملة:

تعريف بالحملة وشعارها

ووسائلها

الجدول الزمني للحملة

ميزانية الحملة

❖ تعريف بالحملة (لَقِيَمَات):

هي حملة إعلامية توعوية تحت إشراف وتوجيه من وزارة البيئة القطرية، وتهدف إلى توعية أفراد المجتمع القطري بمخاطر هدر الغذاء، والسبب وراء اختيار الاسم (لَقِيَمَات) يرجع إلى أنه في اللهجة العامية في قطر تعد اللقيمات من أشهر أنواع الأكلات الشعبية القطرية، ويحبها الكبير والصغير منهم. وهذا يتوافق مع جمهور الحملة المستهدف. وأما في اللغة العربية: فهي تعني (لَقِيَمَات) أي الأكل القليل البسيط.

ومن هذا المنطلق يمكننا ربط هذين المعنيين بإسم الحملة والتي هدفها التوعية بتقليل وعدم هدر الغذاء في المجتمع القطري. وعلى أن يكون شعار الحملة بعنوان: (أَكَلْنَا عَلَى قَدْنَا). أي بقدر الحاجة أو الكفاية.

اسم الحملة:

هي حملة (لَقِيَمَات): وقد قصد بهذا الاسم الاعتماد على مفهوم الكلمة المحلي والعربي العمومي كما ذكرنا سابقاً بأن اللقيمات من أشهر أنواع الأكلات الشعبية القطرية كما أنها معروفة أيضاً بلقمة القاضي والتي تتخذ شكلاً دائرياً، ويحبها الكبار والأطفال. وهذا يتوافق مع جمهور الحملة المستهدف من الفئتين. وأما في اللغة العربية: فهي تعني الأكل القليل البسيط. فمن هذا المنطلق يمكننا ربط هذين المعنيين بإسم الحملة والتي هدفها التوعية بسلوكيات هدر الغذاء الخاطئة في المجتمع القطري وتبديلها بسلوكيات أخرى صحيحة.

لَقِيَمَات

شعار الحملة:

تم اختيار شعار الحملة ليكون بعنوان: (أَكَلْنَا عَلَى قَدْنَا) أي بقدر الحاجة أو الكفاية، وتم استعمال اللهجة المحلية فيه لتصل إلى الجمهور المستهدف بشكل أكبر. حيث أن اللغة البسيطة المستخدمة تتناسب مع الأطفال وكذلك الكبار في السن.

وهذا نموذج لشكل الشعار المعتمد:

أَكَلْنَا عَلَى قَدْنَا

الشخصيات:

اتخذت حملة لَقِيَمَات شخصية تتخذ شكل لقمة القاضي، وتم عمل شخصيتان ذكرا منها وأنتى حتى تجذب الأطفال من الجنسين الذكور والإناث.



وكلا الشخصيتين تتخذان اللباس التراثي الشعبي حتى تتناسبان مع البيئة القطرية، وكلاهما تبحثن دائماً على إرشاد الشعب القطري على طرق استهلاك الغذاء بطريقة صحيحة منها: تجنب فيها هدر الطاقة المستهلكة من الغذاء وعدم الإسراف في شراء المواد الغذائية قبل الطهو.

نوع الحملة:

اعتمدت الحملة هدفين هما:

- 1- **إعلامي:** ويهدف إلى بث المعرفة وسط الجمهور حول موضوع هدر الطعام. وسيركز هذا الجانب على تقديم معلومات تعريفية تفيد المستهدفين وتترفع من مستوى وعيهم وإدراكهم.
- 2- **توعوي:** ويهدف إلى زيادة الوعي بالمخاطر والتركيز على مساوئ الهدر على المستوى القطري والبيئي.

❖ الوسائل والأدوات المستخدمة:

ستركز الحملة على التوعية والإرشاد حول مشكلة الهدر الغذائي لتجنب الهدر والتقليل منه، لذا ستقوم برامج الحملة على استغلال الوسائل التالية:

- 1- الوسائل التقليدية : الصحف اليومية العربية والأجنبية، والمجلات.
- 2- وسائل الإتصال الاجتماعي: تويتر وانستغرام بإسم: @lugimat ، بالإضافة إلى استخدام قناة بموقع يوتيوب لنشر مقاطع الفيديو فيه.
- 3- الوسائل الإلكترونية: التلفزيون بعمل الإعلانات التوعوية من خلاله، والهواتف الذكية بعمل تطبيق خاص بالحملة من خلالها.
- 4- الوسائل الثابتة: لافتات على الطرق الرئيسية وبوسترات في المدارس.
- 5- أحداث وفعاليات: متنوعة في مدارس مختلفة في قطر.

❖ برنامج الحملة:

قامت الحملة بتصميم البرامج على النحو التالي:

❖ الجدول الزمني للحملة:

ستبدأ الحملة من بداية السنة الجديدة 2015 ومدة الحملة من إنطلاقها وحتى النهاية ستكون خلال 6 أشهر. بدأ بإطلاق الموقع الإلكتروني، والصفحات الاجتماعية، والجرائد و الإعلانات، يوضح في الجدول الزمني أدناه **جدول رقم (4 - أ)**- تاريخ كل نشاط ضمن برنامج الحملة من المقرر أن تستهلك هذه المدة الزمنية. ومن ثم تتم زيارة المدارس مباشرة 3 مرات في الأسبوع لمدة شهر فبراير وحتى نهاية شهر مارس، وسوف تتكرر بعض الأحداث بعض وتعطى وقتنا إضافيا فقط في حالات الطوارئ أو التحديثات الغير متوقعة. وفي النهاية يتم تقييم الحملة لإستخلاص ثمرات ونتائج الحملة وأثرها على الشعب القطري.

| # | المهمة | تفاصيل | بداية العمل | نهاية العمل |
|----|---|--|---|-------------------------------------|
| 1 | إعلانات الجرائد | إعلانات توجيهية وتعريفية تعتمد على شخصيات الكارتون وتتضمن لوغو الحملة / تشمل الصحف العربية الأربعة | 5 يناير 2015 | 19 يناير 2015 |
| 2 | برامج الإتصال الاجتماعي (انستجرام، تويتر، يوتيوب) | معلومات عن الحملة عن الحملة، صور تعريفية بالحملة، التصاميم و الرسومات ، معلومات توعوية، ومقاطع الفيديو. | 5 يناير 2015 | مستمر حتى نهاية الحملة في شهر يونيو |
| 4 | إعلان التلفاز | دعاية توعوية عن هدر الغذاء. (لمدة 15 ثانية) | 10 يناير 2015 | 24 يناير 2015 |
| 5 | إعلانات الشوارع | بوسترات توعوية عن الحملة تتضمن الشخصية الكرتونية. | 15 يناير 2015 | 25 يناير 2015 |
| 6 | منصات في المجمعات | نصائح توعوية عن هدر الغذاء، وتتضمن شخصيات كرتونية مع بروشور تعريفية يوزع على زوار المجمع. | 15 يناير 2015 | 15 فبراير 2015 |
| 7 | الإعلان في المجلات | إعلان توعوي عن حملة لقيمت تتضمن الشخصيات الكرتونية ومعلومات توعوية. | 20 يناير 2015 | 20 فبراير 2015 |
| 8 | تطبيق الهاتف | برنامج في الهاتف يعمل على حساب كمية المواد المستهلكة عن الشراء، والكمية المفترض استهلاكها. | 20 يناير 2015 | ليس له نهاية محددة |
| 9 | زيارة المدارس | محاضر من عيد الخيرية (حفظ النعمة) لتثقيف الطلبة عن طرق حفظ النعمة وكيفية تطبيقها عمليا. بوفيه لوجبة الغذاء مسابقات تشجيعية : (تقوم المسابقة على عمل 5 أفرقة من الطلبة يرأسهم مدرس ، ومن ثم يتم التطبيق العملي على طرق حفظ الطعام الزائد وكيفية وضعه في حافظات الطعام بطريقة صحيحة من البوفيه ، وفي النهاية في فريق فائز ، تسلم هدايا قيمة للفريق الفائز وهدايا لباقي الأفرقة. 3 مدارس في الأسبوع لمدة شهر | بعد إنتهاء اجازة منتصف الفصل الدراسي الاول 9 فبراير 2015 | 9 مارس 2015 |
| 10 | التقييم | يتم عمل استبيان لتقييم النتائج المتحققة عن حملة لقيمت | بعد 3 أشهر من إنتهاء الحملة (شهر يونيو) | 15 يونيو 2015 |

جدول رقم (4 - ب): وهو جدول زمني آخر يتبين فيه أن بكل شهر هناك 4 أسابيع ومن خلال هذه الأسابيع سيتم توضيح أعمال الحملة التي ستقام خلال الـ 3 أشهر ، وبعد الـ 3 أشهر سيتم عمل تقييم وذلك في شهر يونيو.

| يونيو | | مارس | | | | فبراير | | | | يناير | | | | الأشهر |
|-------|---|------|---|---|---|--------|---|---|---|-------|---|---|---|-------------------------|
| 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | الأعمال |
| | | | | | | | | | | | | | | اعلان الجرائد |
| | | | | | | | | | | | | | | برامج التواصل الاجتماعي |
| | | | | | | | | | | | | | | اعلان التلفاز |
| | | | | | | | | | | | | | | اعلانات الشوارع |
| | | | | | | | | | | | | | | منصات المجمعات |
| | | | | | | | | | | | | | | اعلانات المجلات |
| | | | | | | | | | | | | | | تطبيق الهاتف |
| | | | | | | | | | | | | | | زيارة المدارس |
| | | | | | | | | | | | | | | التقييم |

❖ الأدوات والميزانية:

كل نموذج دفع من وسائل الاتصال سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة مذكوراً في الجدول رقم (5) أدناه:

| التكلفة | الوصف و الكمية | أداة الإعلام المستخدمة |
|-----------------|---|------------------------|
| 90000 ريال قطري | دعاية في تلفزيون قطر (60000) ريال قطري لمدة اسبوعين. دعاية في قناة الريان (30000) ريال قطري. لمدة اسبوعين. | التلفاز |
| 38000 ريال قطري | نصف صفحة ملونة في 4 جرائد (بالغة العربية): (جريدة الراية ، جريدة الوطن، جريدة الشرق، جريدة العرب) (الاعلان الواحد ب9500) ريال قطري. | الجريدة |
| 29600 ريال قطري | صفحة كاملة ملونة في مجلتين مرة في الاسبوع لمدة شهر: (Gulf Times, The Peninsula Qatar) الاعلان الواحد (7400) ريال قطري | المجلات |
| 39000 ريال قطري | زيارة المدارس -هدايا للأطفال- 7000 ريال قطري. المنصات في 4 مجمعات في قطر: (اللاندر مارك، ازدان مول، ستي سنتر، فيلاجيو) 8000 ريال قطري لكل منصة. | الأحداث و المنصات |
| 20900 ريال قطري | اللوحات المعلقة (15000) ريال قطري تعرض كل 4مرات في الاسبوع كل 3 ساعات لمدة 10 أيام. لوحات الشوارع (5900) ريال قطري لمدة 10 أيام. | لوحات الشوارع |
| 28700 ريال قطري | تطبيق في الهاتف (1400) ريال قطري. كراسات تلوين للأطفال (3000) ريال قطري. أقراص مضغوطة (6000) ريال قطري. الناقل التسلسلي العالمي (5700) ريال قطري. | التصاميم |
| | 246200 ريال قطري | المجموع |

نماذج للوسائل والبرامج المستخدمة

الوسائل التقليدية:

- 1- **التلفاز:** وفيه سيتم عرض دعايات خاصة بحملة (لقيمات) وأيضاً تعريف المشاهدين بالحملة وأهدافها الأساسية، بالإضافة إلى إعلانات توعوية قصيرة يتم فيها إرشاد الجمهور بطرق المحافظة على الطعام وكيفية الاستهلاك الصحيح للغذاء. وهذا يستهدف الجمهور الصغير والكبير.
- 2- **الصحف:** سيتم عمل إعلانات في الجرائد اليومية، بها تعريف عن الحملة مع معلومات للتواصل. وغالباً ما تستهدف القراء الكبار.

وهنا نموذج للإعلان الصحفي:



الوسائل الحديثة:

- **بمعل حسابات خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي:**

- 1- **تويتر:** وذلك بارسال معلومات مختلفة خاصة بالحملة، ووضع الصور وروابط للإعلانات التلفزيونية، ومعلومات متمثلة بطرق الاستهلاك الصحيحة والتوفير في الطعام، كذلك التواصل مع الجمهور والرد على جميع استفساراتهم. وفيه سيتم التركيز على فئة الشباب.

من خلال تويتر سيتم الاعتماد على بعض الهاشتاقات لزيادة التفاعل ومنها:

#لقيمات

#أكلنا_على_قنا

#هدر_الغذاء

#حافظ_على_بيئتك

#lugimat





2- **إنستغرام:** سيتم الاعتماد عليه في وضع كافة صور الإعلانات وأيضاً صور للنشاطات والفعاليات التي ستقوم بها الحملة، مع وضع مقاطع قصيرة للفيديوهات الإعلانية منها والتشجيعية، مع طرح بعض الأسئلة على المتابعين لزيادة معرفتهم ولتحفيزهم على المشاركة التفاعل. ونظراً بأن الانستغرام يستقطب الكبار والأطفال فإن التركيز فيه سيكون على الفئتين.

من خلال إنستغرام سيتم الاعتماد على نفس الهاشتاقات السابقة وهي:

#لقيمات

#أكلنا_على_قدنا

#هدر_الغذاء

#حافظ_على_بينتك

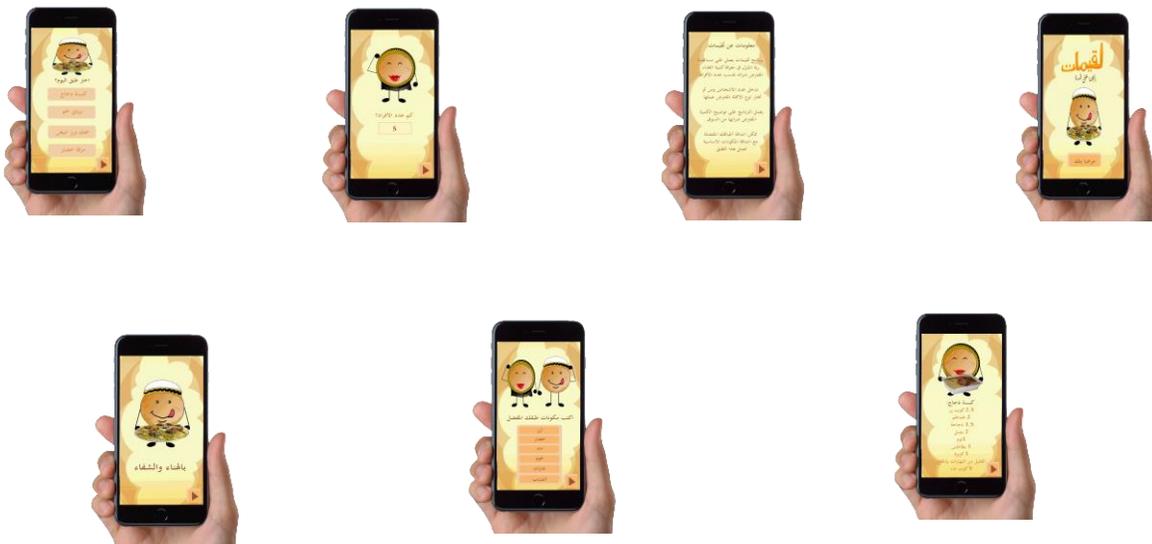
#lugimat#

● عمل قناة تخص الحملة على موقع اليوتيوب:

وفيها ستعرض الفيديوهات كاملة، ويتم تنزيل الدعايات والإعلانات التوعوية التلفزيونية وغير التلفزيونية بها. ويعرض أيضاً مقاطع لبعض الشخصيات المهمة بالدولة من رجال دين أو وزراء أو رياضيين وتربويين يحثون فيها على المحافظة على الغذاء.

● تطبيق للهواتف الذكية:

تطبيق الهاتف يركز على الكبار من الجمهور، غرضه التقليل من استهلاك المواد الغذائية الفائضة عن الحاجة المستخدمة لطهو الغذاء. وفيه تعليمات لكيفية شراء السلع الغذائية بقدر الحاجة واستعمال المكونات الكافية للطهي. وهذه الأشكال توضح الفكرة:

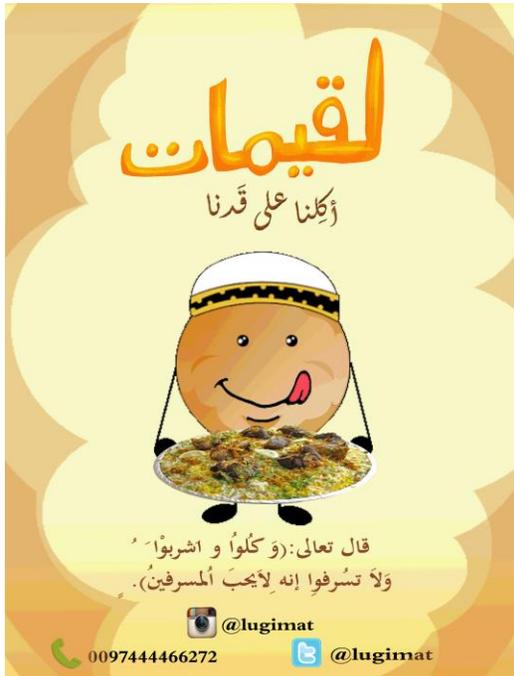


اللافتات والبوسترات:

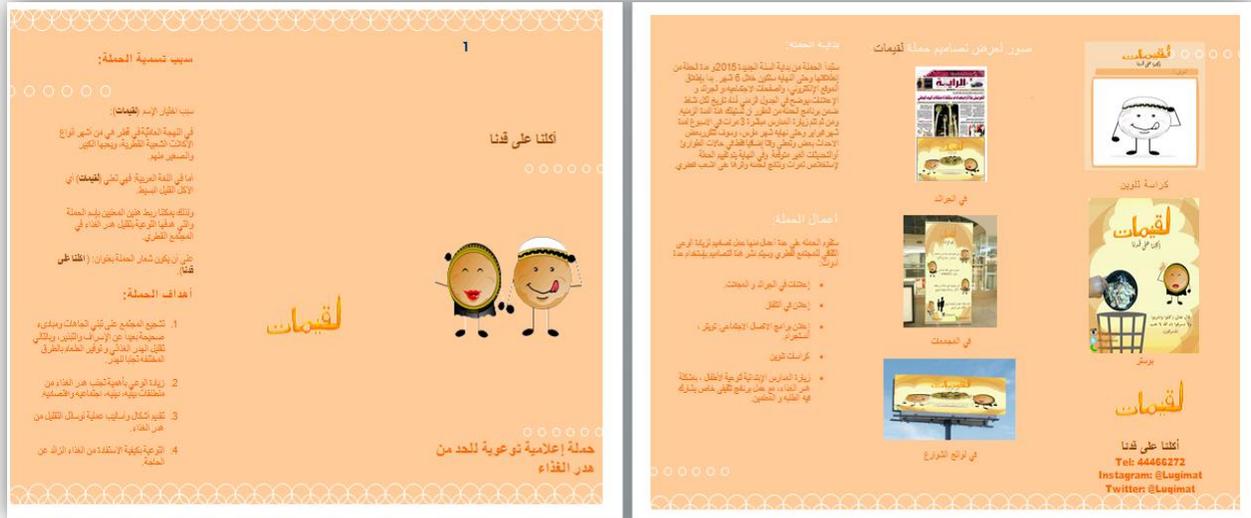
1- اللافتات والنوحات: في الأماكن الخارجية والعامية سيتم عمل لوحات للشوارع ولوحات في المجمعات التجارية بقصد التوعية الاجتماعية لدى الصغار والكبار. وهنا بعض النماذج:



2- البوسترات: والتي سوف توزع مع الصحف وعلى المدارس وتعلق على المحلات التجارية. وأدناه جانب من التصاميم للبوستر:



3- المطويات: أما المطويات فتحتوي على تعريف بالحملة ومعلومات عنها وطرق التواصل، وسوف توزع على زوار المجمعات التجارية والمطاعم. في الشكل السفلي نموذج للمطوية:



كراسات تلوين:

كراسة تلوين يتم توزيعها على فئة الأطفال، وتحتوي على لعبتين تعلم الصغار كيفية استهلاك الغذاء قبل الطهو وبعد الطهو. وهذا الشكل بالأسفل نموذج للكراسة:



تقييم الحملة

❖ التقييم:

ان مرحلة تقييم الحملة هي من المراحل المهمة في التخطيط للحملة العلاقات العامة, ولكن طريقة التقييم لهذه الحملات تختلف عن طريقة تقييم الحملات التسويقية, فلنستطيع في هذه الحملة مثلا أن نقيس مقدار الربح والخسارة, لذلك فإننا في حملة " لقيمات" سوف نقوم بطريقة التقييم النوعي والكمي وذلك لمعرفة مدى تحقق الأهداف المرجوة من هذه الحملة و ماهي إنجازاتها على صعيد التوعية بين أفراد المجتمع والأطفال. وبالتالي نستطيع تطوير أداء الحملات المشابهة أو إعادة طرح الحملة بشكل مطور وتفادي الأخطاء السابقة، وذلك لطبيعة الحملة حيث أنها تتطلب وقت طويل لتحقيق أهدافها..

من خلال حسابات مواقع التواصل الإجتماعي لحملة " لقيمات"، سوف نركز على طريقة التقييم النوعي والكمي في تقييم حملتنا بالطريقة الكيفية، سندرس المشاعر التي ما وراء الكلمات من التعليقات، والرسائل و re tweets و من ناحية أخرى، سوف نقيم بطريقة التقييم الكمي ، لذلك سوف نقوم بحساب أعداد المعجبين likes بالصفحة أو الصور، والتعليقات، وعدد تكرار (الهاش تاق) الخاص بالحملة، و المشاعر وراء التعليقات والرسائل، وأعداد الأفراد الذين يعرفون عن مشكلة الهدر الغذائي وعادات الإستهلاك.

أدوات التقييم :

- استبيان
- مقابلات
- الدعاية

بعد ستة أشهر من بداية الحملة، سوف نستخدم مسح لتقييم الحملة. سوف ننشر الاستطلاع على الانترنت لينتشر بين الناس وأفراد المجتمع بشكل واسع، كما فعلنا للبحث الثانوي لمعرفة مدى وعي الأفراد بما يتعلق بمشكلة هدر الغذاء في الدولة وحول أنماط الإستهلاك. ثم سنقوم بإجراء مقابلات مع أفراد المجتمع في الأماكن العامة و الأطفال في المدارس، وبالإضافة إلى ذلك ، سوف نقوم بتقييم حملتنا من خلال الدعاية و المقالات في الصحف المكتوبة عن حملتنا ومراقبة إذا كانت الحملة قد جذبت الناس أو تشجيعهم على التقليل من الهدر الغذائي وتحسين عادات الإستهلاك والتصرف بالغذاء الزائد بالطرق المثلى.

المصادر والمراجع المرفقات

❖ المراجع والمصادر:

باللغة العربية:

- 1- إطعام الرياض تطلق حملتها الخيرية الوطنية، 17-9-2014، إطعام. الرياض.
- 2- البيان الاقتصادي: اقتصادية دبي تستعرض آليات للحد من هدر الغذاء، بشار باغ، 24-6-2014:
<http://www.albayan.ae/economy/local-market/2014-06-24-1.2151137>
- 3- السليمان، تغريد (2014، 07، 18). *اقتراح لتأسيس صندوق قطري للتعامل مع كميات الطعام الفائضة*. جريدة الشرق. قطر.
- 4- القرآن الكريم، سورة الأعراف، آية 31
- 5- المحاري، جاسم (14، أكتوبر، 2014). *حملة تدبير الشبائبة*. صحيفة الأيام. البحرين.
- 6- المطيري، حازم. (2014-4-19). *مجلة عكاظ*. الرياض. عدد: 4689:
<http://www.okaz.com.sa/new/mobile/20140419/Con20140419693333.htm>
- 7- بنك الطعام المصري: <http://www.egyptianfoodbank.com/wasted-food-awareness>
- 8- بيان صحفي. (14 مارس 2013) مجلس قطر للأبنية الخضراء يجدد شراكته مع ويندام. مؤسسة قطر. الرابط
<http://www.qf.org.qa/news-ar/76> (تم الدخول: 3 نوفمبر 2014).
- 9- جمعية إطعام – حفظ النعمة، قناة آرام على اليوتيوب. استرداد:
www.youtube.com/watch?v=vFWoyCaOsCc
- 10- عدي ابراهيم، 2-7-2014، البوابة: <http://www.albawabhnews.com/667411>
- 11- قلندر، محمود. (2009). *محاضرات مادة الاتصال الاستراتيجي*.
- 12- قناة سوكلين الرسمية على اليوتيوب.
- 13- منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (ألفاو). *فقد الأغذية وهدرها*. (2014): <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/ar>
- 14- موقع المسلم. (1432). *كلوا واشربوا ولا تسرفوا*. استرداد: <http://almoslim.net/node/150467>
- 15- هدر الأطعمة مشكلة بيئية عالمية (2013/12/08). *ملحق صحة وطب*. جريدة الخليج. الإمارات العربية المتحدة.
- 16- هذا الصباح مبادرة كمل كرمك لعدم إهدار الطعام على اليوتيوب، نشر بتاريخ: 2014-7-19 :
<http://www.youtube.com/watch?v=lsHNYbqpJ-Y>

المواقع الالكترونية العربية:

- 1- اليوم العالمي للبيئة: <http://www.unesco.org/new/ar/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-environment-day-2013>

- 2- مقالات من موقع إسلام ويب:
<http://articles.islamweb.net/Media/index.php?page=article&lang=A&id=135660>
- 3- مقالات من موقع إسلام ويب:
<http://articles.islamweb.net/Media/index.php?page=article&lang=A&id=175783>
- 4- معلومات مباشر، 24-7-2014: <http://goo.gl/7Qp86h>
- 5- موقع المسلم . (1432). كلوا واشربوا ولا تسرفوا . استرداد : <http://almoslim.net/node/150467>
- 6- موقع سوكلين (25,10,2014): www.sukleen.com/
- 7- وزارة الاقتصاد والتجارة :
- <http://www.mec.gov.qa/Arabic/Pages/Qatarataglace.aspx?tabID=1>
- 8- وزارة البيئة القطرية. أخبار محلية: وزارة البيئة تنظم ندوة حول ضرورة خفض فقدان الطعام وعدم هدره.
 استرداد- <http://www.moe.gov.qa/Arabic/News/Local/pages/The-Ministry-of-Environment-organized-a-seminar-on-the-need-to-reduce-the-loss-and-lack-of-food-thrown-away.aspx> (تم الدخول في 2,11,2014)
- 9- وزارة التخطيط التنموي والإحصاء، ملف PDF:
http://www.qix.gov.qa/portal/page/portal/QIXPOC/Documents/QIX%20Knowledge%20Base/Publication/General%20Statistics/Annual%20Abstract/Source_QSA/Annual_Abstract_QSA_AnBu_AE_2006.pdf

باللغة الإنجليزية:

- 1- Alexandratos, N., & Bruinsma, J. (2012). *World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision* (No. 12-03, p. 4). Rome, FAO: ESA Working paper. (Available from <http://www.fao.org/docrep/016/ap106e/ap106e.pdf>)
- 2- [FAO] Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2010). *FAOSTAT: food balance sheets*. Rome: FAO. (Available from <http://faostat3.fao.org/faostat-gateway/go/to/home/E>)
- 3- [FAO] Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2013a). *Food wastage footprint. Impacts on natural resources. Summary report*. Rome: FAO (Available from <http://www.fao.org/docrep/018/i3347e/i3347e.pdf>)

- 4- [FAO] Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2013b). *Climate-smart agriculture sourcebook*. Rome: FAO. (Available from <http://www.fao.org/docrep/018/i3325e/i3325e.pdf>)
- 5- The CGIAR Research Program on Climate Change, Agriculture and Food Security (CCAFS). *Food security-food waste*. (available from: <http://ccafs.cgiar.org/bigfacts2014/#theme=food-security&subtheme=food-waste>)
- 6- Tilman, D., Balzer, C., Hill, J., & Befort, B. L. (2011). Global food demand and the sustainable intensification of agriculture. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(50), 20260-20264. (Available from <http://www.pnas.org/content/108/50/20260>)

❖ المرفقات:
• نموذج لأسئلة الاستبيان:

التعريف بالحملة:

تعاظمت حالات إهدار الغذاء على مستوى الأفراد في إستهلاكها اليومي ، حيث يزداد معدل مخلفات الغذاء المهدر عاماً بعد عام، حيث تشير الإحصائات بأن ثلث النفايات في الخليج العربي تعد من المواد الغذائية المهذرة. أن من المهم توعية أفراد هذه الشعوب على المحافظة على الغذاء المهدر والمواد المنتجة المستهلكة لهذا الغذاء، ولذلك نهدف من خلال هذا الاستبيان إلى التعرف بوجهة نظرك حول مشكلة الغذاء المهدر.

الأسئلة:

1- ماهي هويتك هل أنت :

- قطري
 خليجي
 مقيم
 أخرى

2- ماهي فئة عمرك:

- 20-15
 27-21
 34-28
 40-35

3- في الغالب، كم معدل شرائك للفاكهة والخضروات وغيرها من المنتجات الغذائية في منزلك:

- كل يوم
 كل يومين
 مرة اسبوعيا
 مرة شهريا

4- من الذي يجهز الطعام عادةً للطبخ في منزلك:

- أنت
 الأم
 الأب
 خادمة
 أخرى

5- أين تضع الطعام الزائد عن الحاجة من الخضروات و الفاكهة في:

- الثلاجة
- المطبخ (على طاولة المطبخ)
- خزائن المطبخ
- أخرى

6- ماهي أكثر أنواع المنتجات الغذائية التي تتفد فترة صلاحيتها في الغالب ولا يتم استخدامها في منزلك:

- الفاكهة
- الخضروات
- المعلبات
- أخرى

7- ماهو السبب الأكثر شيوعا لديك لرمي الطعام:

- انتهاء الصلاحية
- طعام فائض لا مكان له
- ظهور رائحة كريهة في الطعام
- طعام مطبوخ فائض
- أخرى

8- بكم تقدر نسبة الطعام الذي يفيض عن حاجتك يومياً في منزلك بنسبة :

- 10 %
- 25 %
- 50 %
- 75 %

9- ما هي في رأيك أخطر هدر الغذاء :

- لا يوجد خطر
- يسبب تلوث هوائي
- يسبب أمراض صحية
- يسبب هدر للطاقة المستهلكة

10- : ما هو في تقديرك حجم الطعام المهدر عالمياً:

- لا يوجد
- 2,6 مليون طن
- 50 مليون طن
- 1,3 مليار طن

نشكر لكم تعاونكم..

• صور متفرقة خاصة بالهدر الغذائي في المجتمع القطري:

صور (1) و (2): توضح مدى المبالغة في الاستهلاك، وضخامة حجم كمية شراء المواد الغذائية عند أفراد المجتمع القطري.



صورة (3): تبين المبالغة في كمية إعداد وطهي الطعام الزائد عن الحاجة للتجمعات والعزائم عند أهل قطر.

