

أثر

صندوق إسلامي عالمي جديد
لدعم اللاجئين

العمل الخيري:
من أرسطو إلى زوكبيرج

تطبيق الإعلام الجديد في مجال
العمل الخيري

ممارسات تجارية يجب ألا تتجاهلها
المؤسسات غير الربحية

نشرة أثر

العدد السادس عشر

أكتوبر 2022



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization



مقدمة

أهلاً بكم أعزاءنا القراء في العدد السادس عشر من نشرة أثر، حيث نقدم في هذا العدد جملةً من المواضيع المعرفية والفكرية ذات الصلة بالعطاء والإبداع في العمل الخيري، البداية «من الميدان»، ويستعرض الباب في هذا العدد آخر مستجدات العمل الخيري، حيث نعرض مقالاً عن "الصندوق الإسلامي العالمي للاجئين" وهو مبادرةٌ جديدةٌ لمساعدة اللاجئين تم إطلاقها خلال الدورة السابعة والسبعين للجمعية العامة للأمم المتحدة في سبتمبر الماضي عام 2022، وأما في باب «قراءة في كتاب» تقدم النشرة عرضاً مقتضباً لكتاب "العمل الخيري من أرسطو إلى زوكربيرج" للمؤلف "بول فاليلي" الذي يتعمق في أصول المشاريع الخيرية ويقدم بحثاً تاريخياً لممارسة العمل الخيري في العالم الغربي منذ عهد الإغريق والرومان إلى عهد بيل غيتس ومارك زوكربيرج، وأما في باب «استشراف» نعرض خلاصة بحثاً أكاديمياً أعده الباحث جينغ شانغ Jing Shang وقدّم في "المؤتمر الدولي للتنمية الاجتماعية والاتصال الإعلامي لعام 2021"، حيث يستكشف البحث أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع الخيري والآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن الاستخدام، ويشير الباحث إلى أنه مع تطور تكنولوجيا الإعلام وظهور شبكات التواصل الاجتماعي برز اتجاهٌ جديد في قطاع الأعمال الخيرية يُدعى "الإعلام الخيري الجديد" والذي يُعتبر تطوراً إيجابياً في تنمية القطاع الخيري، وختاماً في باب «قيادة العمل الخيري» تعرض النشرة ترجمةً لمقالٍ إرشادي يحث المؤسسات الخيرية على تبني بعض الممارسات والأساليب التجارية لتفعيل الإمكانيات الكاملة لأقسام المؤسسة وطاقمها البشري، حيث توصي كاتبة المقال ماريا مورفي Maria L. Murphy المؤسسات غير الربحية التفكير في تنفيذ ثماني ممارسات هي: الحوكمة ورقابة مجلس الإدارة، والتخطيط الاستراتيجي، وإدارة التدفقات المالية والنقدية، وإدارة الجهات المانحة والمساهمة، وتطوير الأفراد، واستخدام التكنولوجيا، وأخيراً التسويق والتشبيك، وتعتقد الكاتبة أنه مع تفعيل هذه الممارسات فقد تصل المؤسسة إلى أقصى طاقاتها وتضمن لنفسها النجاح والنمو.

سائلين الله عزَّ وجلَّ التَّوفيقَ والسَّدادَ وحُسنَ القبول

الفهرس

من الميدان

صندوق إسلامي عالمي
جديد لدعم اللاجئين

4

قراءة في كتاب

العمل الخيري: من أرسطو
إلى زوكريج

7

استشراف

تطبيق الإعلام الجديد في مجال
العمل الخيري

12

قيادة العمل الخيري

ممارسات تجارية يجب ألا تتجاهلها
المؤسسات غير الربحية

15



رؤية علمية لرسالة خيرية

نشرة أثر

نشرة معرفية مفتوحة الوصول تُعنى بتطوير العمل الخيري وتعزيز التوجه نحو تبني أفضل الممارسات في مجال العمل الإنساني من خلال تقديم المعارف والممارسات والبصوئ القائمة على مفاهيم واتجاهات العمل الإنساني بهدف تمكين المنظمات والممارسين في مجال العمل الخيري من إحداث الأثر المطلوب.

تصدر النشرة كل شهر عن المركز العالمي لدراسات العمل الخيري في الهيئة الخيرية الإسلامية وفق منظور علمي يهتم بالدراسات والأبحاث في مجال العمل الخيري والاجتماعي تحت شعار: **رؤية علمية لرسالة خيرية**



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization



المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies

العدد السادس عشر

أكتوبر 2022



مِنَ المَيْدَانِ

مستجدات

صندوق إسلامي عالمي جديد لدعم اللاجئين

لشؤون اللاجئين، فإن الصندوق الإسلامي العالمي للاجئين يُعتبر أداة من أدوات التمويل المتوافقة مع الشريعة الإسلامية وهو الأول من نوعه، ويهدف لتوفير الموارد المالية المستدامة والمبتكرة لدعم جهود المساعدات التنموية والإنسانية لأزمات النزوح، ومن خلاله سيتم استثمار مساهمات المتبرعين، ليجري بعد ذلك استخدام العائدات في الاستجابة لأوضاع النزوح القسري، وبحسب ما صرحت به الدكتورة هبة أحمد، فإن الصندوق يمثل فرصة فريدة من نوعها للاستثمار في جهود الاستجابة للاحتياجات الإنسانية للملايين من النازحين قسراً، وسيمهد الطريق للمبادرات والجهود الرامية إلى دعم اللاجئين والنازحين داخلياً والمجتمعات المضيفة في الدول الأعضاء في البنك.

خلال انعقاد الدورة السابعة والسبعين للجمعية العامة للأمم المتحدة في نيويورك في الثالث عشر من سبتمبر الماضي عام 2022، أعلن كلٌّ من فيليبو غراندي Filippo Grandi المفوض السامي للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، والدكتور منصور مختار، نائب رئيس البنك الإسلامي للتنمية، والدكتورة هبة أحمد، المدير العام لصندوق التضامن الإسلامي للتنمية، عن إطلاق الصندوق الإسلامي العالمي للاجئين، وقد أطلق الصندوق برأس مالٍ أولي بقيمة عشرة مليون دولار قدمها صندوق التضامن الإسلامي للتنمية ومفوضية اللاجئين، داعين الجهات المعنية والأفراد للتبرع ودعم الصندوق.

ووفقاً لبيان المفوضية السامية للأمم المتحدة



وسيحصل المانحون (سواء كانت جهة أو شخص) الذين يساهمون بمبلغ 10 مليون دولار أو أكثر على امتياز الانضمام إلى اللجنة التوجيهية والمشاركة في اتخاذ القرار بشأن تخصيص التمويل لدعم جهود الاستجابة الإنسانية في الدول الأعضاء في البنك الإسلامي للتنمية، حيث تستضيف أكبر عدد من اللاجئين والنازحين على مستوى العالم.

وفي مقابلةٍ مع منظمة الأمم المتحدة شرح الأستاذ خالد خليفة، ممثل المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين لدى مجلس التعاون لدول الخليج العربية ومستشار المفوض السامي للتمويل الإسلامي، آلية عمل الصندوق الجديد مشيراً إلى أنه ينقسم إلى قسمين: وقفي وغير وقفي، وذلك لفتح خيارات الدعم والاستثمار أمام المتبرعين والمانحين.

القسم الوقفي ممول من صناديق التضامن الإسلامي وهو الذراع التنموي المكافح للفقر داخل منظومة البنك الإسلامي للتنمية، وقد أودع فيه صناديق التضامن الإسلامي 50 مليون دولار، والقسم غير الوقفي تم تمويله بدايةً من المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين بمبلغ 50 مليون دولار، وهناك إمكانية لاسترداد المبلغ المُتبرَع به بعد عشر سنوات بالقيمة السوقية له في ذلك الوقت وبما يتوافق مع المعايير الشرعية الإسلامية.

يعمل الصندوق على الحد من الأمية والقضاء على الأمراض والأوبئة، وتشجيع النمو ومكافحة الفقر والجوع وتوفير الدعم المالي لتعزيز القدرة الإنتاجية والوسائل المستدامة لتوليد الدخل للفقراء.



المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين

المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين منظمة عالمية أنشئت عام 1950 في أعقاب الحرب العالمية الثانية، تركز عملها لإنقاذ الأرواح وحماية الحقوق وبناء مستقبل أفضل للاجئين والمجتمعات النازحة قسراً والأشخاص عديمي الجنسية.



وفيما يلي تعريف بالجهات الثلاث المؤسسة لصندوق الإسلامي العالمي للاجئين:



البنك الإسلامي للتنمية

البنك الإسلامي للتنمية بنك تنموي متعدد الأطراف، مقره في جدة وتأسس عام 1975 ويضم في عضويته 57 بلدًا، يعمل البنك على توفير البنية التحتية لتمكين الناس من تحقيق حياة أفضل وتحقيق إمكاناتهم كاملة من خلال تعزيز التنمية الاجتماعية والاقتصادية في البلدان والمجتمعات الإسلامية في جميع أنحاء العالم.

تتوزع أعمال البنك في جميع أنحاء العالم، مع التركيز على أربع مناطق أساسية هي: آسيا وأمريكا اللاتينية، وأوروبا وآسيا الوسطى، والشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وإفريقيا جنوب الصحراء.



صندوق التضامن الإسلامي للتنمية

صندوق التضامن الإسلامي للتنمية أحد أجهزة البنك الإسلامي للتنمية، صدر قرار إنشائه في الدورة الاستثنائية الثالثة لمؤتمر القمة الإسلامي التي عقدت في مكة المكرمة يومي (7-8 ديسمبر 2005).



قراءة في
كتاب

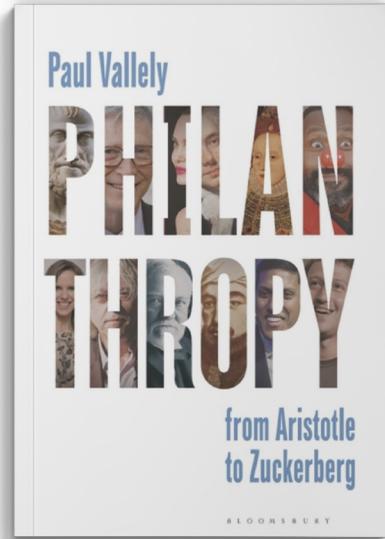
مراجعة

العمل الخيري: من أرسطو إلى زوكربيرج مناقشة تاريخية ومعاصرة لمشروع العمل الخيري

تمهيد

يتتبع بول فاليلي Paul Valley في كتابه «العمل الخيري: من أرسطو إلى زوكربيرج» تاريخ العطاء من «اليونانيين القدماء إلى الأثرياء المعاصرين» وهو ثمرة خمس سنوات من العمل ويتكون من تسعة عشر فصلاً مقسمة على جزئين، في الجزء الأول يتتبع المؤلف سرداً زمنيًا لنظرية وممارسة العمل الخيري الغربي، من الإغريق والرومان وخلال فترتي القرون الوسطى وعصر النهضة والقرنين الثامن عشر والتاسع عشر، وقد حصر التركيز إلى حد ما على المملكة المتحدة، أما الجزء الثاني، فهو مراجعة للنهج والتوجهات والممارسات الحالية للعمل الخيري الحديث وانتقاداتها، باستخدام أمثلة مأخوذة من الأعمال الخيرية الكبيرة الأمريكية والبريطانية.

ويقدم الكتاب تحليلًا لفحص الانقسام والتباين بين مدرستين متميزتين للغاية في دوافع العطاء ومفهوم وتوجهات العمل الخيري، المدرسة الأولى هي «العمل الخيري المتبادل» والذي يخلق روابط



<https://www.amazon.com/Philanthropy-Aeschylus-Zuckerberg-Paul-Valley/dp/1472920120>

والرعاية والإغاثة، والصدقات والتبرعات الدينية، ونشاط الإصلاح الاجتماعي، كما يقدم سردًا تفصيليًا للمناقشات الرئيسية في العمل الخيري اليوم، بما في ذلك مشاركة العمل الخيري في السياسة وتنمية المجتمع المدني، وشرعيته والمساءلة في مواجهة تزايد عدم المساواة، والإيثار الفعال مقابل العمل الخيري المتبادل، والعمل الخيري في ظل وما بعد جائحة كورونا (COVID-19).

ما هو العمل الخيري؟

وفقًا للكتاب، فقد ظهر مصطلح العمل الخيري "Philanthropy" لأول مرة في القرن الخامس قبل الميلاد في المسرحية اليونانية القديمة بروميثيوس باوند Prometheus Bound، وفي اللغة الإنجليزية، لم يُستخدم المصطلح حتى عام 1623 وفقًا لقاموس أكسفورد الإنجليزي، وبينما يأخذ الاستخدام الشائع اليوم للعمل الخيري على أنه التبرع من قبل شخص ثري بمبلغ كبير من المال لهدف نبيل وغاية كريمة، فإن المصطلح شمل مجموعة متنوعة وأكثر ثراءً من المعاني والإشارات خلال القرون الماضية، رُبطت بالعلاقات الشخصية، والتسلسل الهرمي الاجتماعي، وتشكيل القوانين وحكم الدول، وانتشار الأديان، والدعاية السياسية وسياسة الحكم، وفي كثيرٍ من الأحيان كانت حيلةً للأغنياء لتوطيد سلطتهم وامتيازهم في المجتمع. ويبين الكتاب أن الحديث عن الفضيلة قد سيطر على الخطاب المبكر للعطاء والعمل الخيري في

عاطفية بين المانحين والمتلقين، وينطوي بطبيعته على توزيع واسع النطاق للموارد لأجل العديد من الأسباب، والمدرسة الثانية هي «الإيثار الفعّال» وهو عملٌ خيري واسع النطاق، موجه بآليات وأدوات علمية تعتمد على الملاحظة التجريبية ومصمم لتسخير قوى وأموال الأثرياء والمانحين للتغلب على أكثر مشاكل العالم تهديدًا للحياة.

يتعمق فاليلي في جذور المشاريع الخيرية، ويقدم تاريخًا أصيلاً للعمل الخيري مع التركيز على طبيعة وهدف العمل الخيري اليوم، ويتوسع في نطاق العمل الخيري ويناقشه من زوايا مختلفة، ويشمل فعل الخير -كما يعرضه- الأعمال الخيرية الفردية،



وعندما جادل أرسطو عن الكرم والسخاء، لم يكن ذلك بقصد التكافل الاجتماعي وإظهار الشفقة والتعاطف مع الفقراء وتغطية حاجات المحتاجين أكثر مما كان يقصد تطوير شخصية المانح من خلال تحليه بالخصال الكريمة والعادات الحسنة وتخلصه من الصفات الذميمة والسلوك العدواني، وبمرور الوقت، كما يوضح المؤلف، أصبح العمل الخيري علمانيًا بشكلٍ واضح، حيث ابتعد عن مساعدة الفقراء والمحتاجين واتجه نحو دعم البنية التحتية الاجتماعية لمؤسسات الفنون والتعليم والعلوم.

لماذا يتبرع الأغنياء؟

يبين الكتاب أن التجارب الحياتية والشخصية للمانح غالبًا ما تكون نقطة البداية للتبرع، حيث تحفزه المآسي الشخصية أو العائلية على التبرع والعطاء، كالامتنان لمستشفى أو رد جميل لمدرسة أو جامعة، أو شكر وعرفان لمجتمعٍ وفر ملاذًا آمنًا لأسرٍ وعائلاتٍ مهاجرة، وقد ينبع التبرع من الالتزام الديني أو الشعور بالواجب الإنساني والاجتماعي.

كما يوفر العطاء والتبرع لفاعلي الخير مصدرًا للسعادة النفسية والرضا الذاتي يأتي من تلبية احتياجات الآخرين ومساعدتهم، حيث كشفت الأبحاث التي أجريت على الدماغ البشري باستخدام التصوير بالرنين المغناطيسي، أن العطاء يزيد من النشاط في أجزاء الدماغ المرتبطة بالمكافأة مما يجعل المانح والمتبرع يشعر بالسعادة والبهجة والرضا.

العالم الغربي، إلا أنه مع حلول الوقت الذي زار فيه مُنظّر السياسة الفرنسي ألكسيس دي توكفيل Alexis de Tocqueville الولايات المتحدة الأمريكية في أوائل القرن التاسع عشر كان هذا المنظور قد بدأ بالتغير، حيث فوجئ دي توكفيل بعدد المنظمات والجمعيات المدنية التي تقف بين الفرد والدولة في الولايات المتحدة، وما أدهشه هو أن هذه المجموعات لم تعتبر نفسها وسيلة لتعزيز الفضيلة، بل كآليات يمكن من خلالها تسخير المصلحة الذاتية للأفراد للعمل من أجل المصالح الأوسع والأفضل للمجتمع.

ويوضح المؤلف أنه خلال القرون الماضية، تغيرت تعريفات العمل الخيري وتطورت، لتشمل الحملات من أجل إلغاء الرق وإصلاح السجون ومرافق الإسكان، والتحرر السياسي للطبقة العاملة والنساء، واليوم يتم توسيع العمل الخيري ليشمل النشاط التطوعي والتمويل الجماعي، وحملات جمع التبرعات والمسؤولية الاجتماعية للشركات.

رؤيتان للعمل الخيري: بين الماضي والحاضر

يُبين الكتاب أن الأعمال الخيرية شملت منذ البداية تفسيرين مختلفين اختلافًا جذريًا، بالنسبة لليونانيين ثم الرومان، كان الأمر يتعلق بعلاقة الفرد بالمجتمع، وكان مرتبطًا بمفاهيم المكانة والشرف والرتبة الاجتماعية، أما بالنسبة للمؤمنين بالأديان السماوية، فقد كان الأمر يتعلق بعلاقة الإنسان بالله سبحانه وتعالى والشعور بمجتمع المؤمنين ومد يد العون لهم.

الرأسمالية الخيرية

في النصف الثاني من الكتاب، يحلل فاليلي تطور «الرأسمالية الخيرية» وولادة الجيل الجديد من فاعلي الخير الذين خلقوا ثروتهم الخاصة في عوالم المال والتكنولوجيا والسوق المفتوحة، ومن هنا يحدد المؤلف كيف بدأ التركيز على استخدام الأدوات التقنية والمناهج والمقاييس التجريبية في العمل الخيري؛ مما أدى إلى ظهور «العمل الخيري الاستراتيجي»، وينظر فاليلي إلى هذا النموذج الحديث على أنه «نهج تكنوقراطي»، ويوجه له نقدًا بسبب طبيعته وآلية عمله، حيث يقول: "لا تكمن قيمة العمل الخيري في تحقيق النتائج فقط، بل في الطريقة التي يعمل بها"، ويعتقد المؤلف أن أفضل عمل خيري هو العمل المتبادل بوجه إنساني، والذي يؤسس لعلاقة بين المانح والمتلقي واعتراف متبادل واحترام لإنسانية بعضهما البعض، ويركز على الأشخاص بدلًا من المنتج، وبهذا تكون العملية مدفوعة وليست موجهة نحو النتائج، وتأتي من القلب وبدافع العطف والفضيلة والإحسان بقدر ما تأتي مصحوبة بالأدوات والآليات العلمية والعقلية.

بيل غيتس وآخر عالم لم تمسه الرأسمالية

يتحدث المؤلف في هذا الفصل عن نشاط مؤسسة بيل غيتس في الأعمال الخيرية، فيذكر أن المؤسسة بتقديمها أول منحة كبيرة لأبحاث الملاريا ضاعفت تقريبًا مبلغ الأموال التي تنفق على الصحة ومعالجة الأمراض في جميع أنحاء العالم، وبفضل التزامها أيضًا بتقديم تبرعات سخية

للغذاء على مرض شلل الأطفال في جميع أنحاء العالم، فقد تم تطعيم 2.5 مليار طفل ضد المرض وتم خفض حالات الإصابة بنسبة (99.9%)، وقُضي على شلل الأطفال فعليًا، وتوسعت مؤسسة غيتس لاحقًا لتتجاوز معالجة والغذاء على الأمراض إلى الرعاية الصحية للأم والطفل، وتنمية قطاع التغذية والزراعة، وتأمين المياه النظيفة وأنظمة الصرف الصحي، ويأخذ المؤلف مساهمات وإنجازات مؤسسة غيتس كمثالٍ على نجاح العمل الخيري في إصلاح إخفاقات كلٍ من القطاع الطبي والحكومات في جميع أنحاء العالم.



الواقع، حيث فشل العمل الخيري الحديث بمؤسساته الضخمة وميزانيته الكبيرة في معالجة الفقر وتنامي عدم المساواة الاجتماعية والاقتصادية وظهور المجاعات، ويجب المؤلف أن سبب هذا الفشل يعود إلى غياب مسألة العدالة الاقتصادية والاجتماعية عن النموذج الجديد للعمل الخيري الذي بدأ مع أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين.

كيف يمكن للعمل الخيري استعادة روحه المفقودة؟

في الفصول الأخيرة، يناقش فاليلي الاتجاهات الجديدة في العمل الخيري وكيفية إعادة البعد الروحي للعطاء، بعد أن صُبِّغَ بممارسات ومفاهيم علمانية جرّده من روحه وأصله، ويعتقد المؤلف أن "الأعمال الخيرية الحديثة ركزت على تحقيق كفاءة أكبر في صنع النتائج، ولكن في المستقبل، يجب أن يكون هناك تركيز أكبر على المتلقي الإنسان أكثر من المنتج".

صفي وكاتب وزميل أبحاث أول في معهد التنمية العالمية بجامعة مانشستر البريطانية، كان أستاذًا زائرًا في قسم الأخلاق العامة بجامعة تشيستر في إنجلترا في الفترة ما بين 2013 و2020.



بول فاليلي Paul Vallely

العمل الخيري وقضايا النخبة

تُظهر الإحصائيات في الكتاب أن الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول خيرية في العالم ويلعب العمل الخيري فيها دورًا كبيرًا في الحياة الأمريكية أكثر من أي بلد آخر في العالم، ورغم ذلك، بالكاد يذهب خمس الأموال التي يتبرع بها كبار المانحين للفقراء كما يذكر المؤلف، حيث يُخصص قسمٌ منها للفنون والفرق الرياضية والأنشطة الثقافية، وقسمٌ آخر يذهب إلى التعليم والرعاية الصحية، ويبين فاليلي، أن هذا الأمر قد يبدو للوهلة الأولى يتناسب مع المظهر العام "للعطاء للأسباب الصالحة"، إلا أنه في حقيقته متعلق بقضايا النخبة التي تفضل دعم الفنون والرياضة والأنشطة الثقافية.

وقد كان من المتوقع مع نمو العمل الخيري وتطوره في العقود الأخيرة وضع حدٍ لأزمات الغذاء والأوبئة القاتلة، إلا أن هذا لم يحدث في

الكتاب	العمل الخيري: من أرسطو إلى زوكربيرج
تأليف	بول فاليلي
اللغة	الإنجليزية
عدد الصفحات	768 صفحة
دار النشر	Bloomsbury Continuum
تاريخ النشر	17/11/2016



تطبيق الإعلام الجديد في مجال العمل الخيري بحث أكاديمي تم تقديمه في المؤتمر الدولي للتنمية الاجتماعية والإتصال الإعلامي لعام 2021

The Application of New Media in the Field of Philanthropy
**Proceedings of the 2021 International Conference on Social
Development and Media Communication (SDMC 2021)**

إعداد الباحث: جينغ شانغ Jing Shang

ملخص

ولطالما كان العمل الخيري القائم على عطاء الأغنياء للفقراء وسيلة مهمة للحفاظ على الاستقرار الاجتماعي وتحسين رفاهية الناس، وبعد ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية وتكنولوجيا الاتصالات الجديدة، بدأ ما يُعرف «بالإعلام الخيري» أو «العمل الخيري عبر وسائل التواصل الاجتماعي» بالتبلور والتشكّل، حيث تُستخدم فيه وسائل الإعلام الجديدة لنشر الرسائل الخيرية وطلب المساعدة.

مع تطور تكنولوجيا الإعلام وظهور شبكات التواصل الاجتماعي برز اتجاه جديد في قطاع الأعمال الخيرية يُدعى «الإعلام الخيري الجديد» والذي يُعتبر تطوراً إيجابياً في تنمية القطاع الخيري، وقد منحت وسائل

لم تغير شبكات التواصل الاجتماعي حياة الناس وشكل التواصل بين الأفراد والعالم وحسب، بل وغيرت أيضاً من سلوك وأفكار المجتمع عن العمل الخيري، ومن المعروف اليوم أن لشبكات التواصل تأثيراً وقوة هائلة، ولذا يحتاج الناس إلى أن يكونوا أكثر يقظة في فحص حقيقة المعلومات عندما يتم دمج وإدخال مثل هذا «التأثير القوي» في الأعمال الخيرية، حيث أن العمل الخيري يركز على النوايا الحسنة، وعندما يتم استخدام هذه النوايا في العطاء ولمساعدة الفقراء والمحتاجين، فإن ذلك لا يمثل استغلالاً وانتهاكاً لها، ولكن عندما يتم استخدامها لأغراض أخرى، تُفقد الثقة في هذه الأعمال ولا يمكن استردادها حينئذٍ مرة أخرى.

الإعلام الجديدة العمل الخيري قوةً وامتيازًا وقفزةً نوعيةً إلى الأمام، سواء من حيث التأثير أو الجاذبية أو القدرة على جمع الأموال.

يُحل هذا البحث التوثيقي استخدام الوسائل الإعلامية الجديدة في العمل الخيري وكيفية عملها، والسماح الرئيسية للإعلام الخيري الجديد، كما يهدف إلى المساهمة في توضيح المنطق الكامن وراء عمل المؤسسات الخيرية الإعلامية من خلال إلقاء نظرة سريعة على الأشكال والخصائص التي تتمتع بها.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن الإعلام الخيري أو «العمل الخيري عبر وسائل التواصل الاجتماعي» يحظى بتأييد ودعم الناس، وذلك لتقليله الحواجز أمام المتبرعين والمستفيدين على حدٍ سواء، ولقدرته على إشراك المشاهد بشكلٍ كامل مع القضايا والأحداث وتحريك تعاطفه وتمكّنه من تقديم التغذية الراجعة فيما يتعلق بالمشاريع والأعمال الخيرية، وفي الوقت نفسه، هناك بعض التحديات والعوائق التي يُعاني منها، حيث يؤدي كشف وسائل الإعلام عن هوية المستفيدين إلى التقليل من كرامتهم وتأذيهم نفسيًا، وقد يسبب صدمة غير مباشرة للمتبرعين من خلال الاطلاع المباشر على مصائب ومحن الآخرين.

منصة جمع تبرعات

خلال السنوات الخمس الأخيرة شاع استخدام شبكات التواصل كوسيلة لجمع التبرعات وتمويل المشاريع الخيرية ودعم المحتاجين، وإحدى هذه الحالات ما فعلته السيدة تساو شيمي Cao

في مقال منشور في صحيفة الغارديان البريطانية بعنوان "كيفية الحصول على الدعم المالي للنشاطات غير الربحية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي"¹ يقول الكاتب كارلوس ميراندا: إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بوابة لجمع التبرعات للجمعيات الخيرية، ولهذا فهي تكتسب أهميةً كبرى بالنسبة للجمعيات والمؤسسات الخيرية والاجتماعية، ورغم الدور الذي تلعبه شبكات التواصل في تمويل ودعم المشاريع الخيرية،

1. <https://www.theguardian.com/voluntary-sector-network/2014/nov/24/how-to-achieve-fundraising-success-on-social-media>

وإمكانية الجمهور مناقشة المشاريع والأعمال الخيرية المنجزة والتعليق عليها وتقديم تغذية راجعة للجهات والمؤسسات الخيرية، وقد قللت أيضًا من الحواجز بين المانح والمتلقي، ومع آثارها الإيجابية فإن لها آثارًا سلبية تتمثل في التعرض للنقد القاسي من قبل الجمهور، وتعرض المشاهد لصدمات نفسية من خلال عرض التجارب المؤلمة، والانتقاص من كرامة المستفيدين عبر نقل قصصهم ونشرها واطلاع الآخرين عليها.

ويوضح كارلوس ميراندا في مقاله أن "المؤسسات الخيرية اليوم تستخدم منصات التواصل أكثر من أي وقت مضى، ولذا من خلال تعلّم كيفية استخدامها والاستفادة منها بشكل أفضل في جميع مراحل جمع التبرعات، يمكن أن يعود ذلك بالنفع والفائدة على المؤسسة الخيرية والمستفيدين من أعمالها".



للمزيد، يمكنكم مراجعة البحث
كاملاً عبر اتباع الرابط:

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

يبين الكاتب أن معظم المؤسسات الخيرية والاجتماعية قد دمجت وسائل التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها العامة بطريقة ما، إلا أن الغالبية لا تزال بعيدة عن الاستفادة القصوى من وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لجمع التبرعات.

شبكات التواصل ونموذج جديد من الأعمال الخيرية

يوضح الباحث جينغ شانغ أن الأعمال الخيرية عبر وسائل التواصل توفر محتوى يُحرّك تعاطف المتابعين ويشجعهم على المساهمة في دعم الحالة أو تمويل المشروع، كما توفر لهم خدمات ملائمة لمشاركتهم وتعليقاتهم على العمليات والمشاريع لإرضاء عقلية المراقبة لديهم، وفي الوقت الحالي، تستخدم المؤسسات الخيرية نموذجًا مكوّنًا من سرد القصص لتحفيز التعاطف بسرعة، وعرض تسجيلات مرئية للتأكيد على مصداقية القصة وحث المشاهدين على إكمال التبرع عبر المنصة، وإرسال رسائل تغذية للمانح بعد تبرعه ليتأكد من وصول تبرعه وتعبيرًا له عن الامتنان والشكر لعطائه وتحفيزه على التفكير بدعم مشروع خيري آخر.

ويبين البحث أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الخيري ظاهرة جديدة، ولها تأثير محفز على تنمية العمل الخيري وتطوره في المستقبل، ومن آثارها الإيجابية إتاحة الفرصة لعدد كبير من الناس للمشاركة في الأعمال الخيرية، سواء من حيث الدعم والتبرع أو نشر قصص المحتاجين والمساهمة في نقل معاناتهم للآخرين.



ممارسات تجارية يجب ألا تتجاهلها المؤسسات غير الربحية

Business Practices That Not-For-Profits Can't Afford to Overlook

تأليف: ماريا مورفي Maria L. Murphy

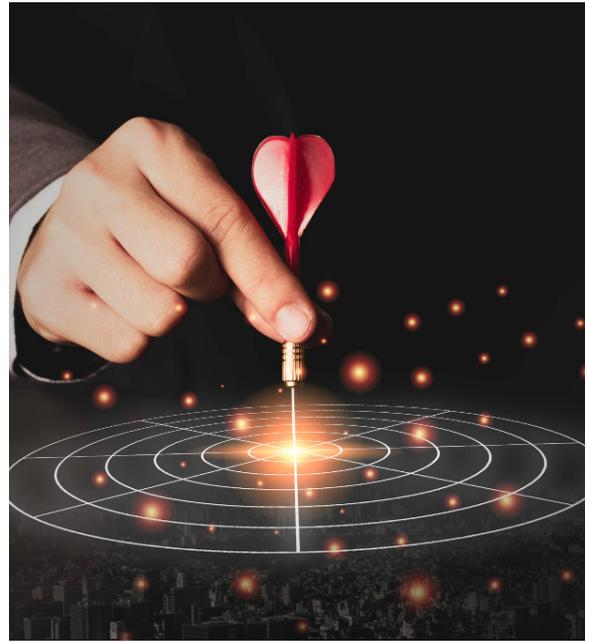


1 الحوكمة ورقابة مجلس الإدارة

يُعدُّ الاحتفاظ بأعضاء مجلس الإدارة مسألة مهمة، يوصي أندرو براذر Andrew Prather المساهم في شركة Clark Nuber PS الأمريكية المؤسسات خلال البحث عن أعضاء جدد لمجلس الإدارة الأخذ بعين الاعتبار قدرتهم على توفير الدعم في المجالات الرئيسية (الخبرة المالية والقانونية والبرمجية) ويبين أن الأمر يعتمد بناءً على حجم المؤسسة وما تحاول تحقيقه.

ويجب أن تكون سياسة مجلس الإدارة واضحة فيما يخص الأدوار والمسؤوليات والسلطات، ويجب توثيق هذه الأمور رسميًا في السياسات والإجراءات، ومن المهم أيضًا تدريب أعضاء مجلس الإدارة وتثقيفهم بشأن مسؤولياتهم، وغالبًا ما يختلف شكل التدريب وعدد مرات تكراره اعتمادًا على حجم المؤسسة وخلفيات أعضاء مجلس الإدارة، ومن الضروري أن يشمل التدريب الأمور الخاصة بالمنظمة، مثل برامج المؤسسة وأنشطتها ورسالتها وفلسفتها واستراتيجيتها وشؤونها المالية وعلاقة مجلس الإدارة بالمؤسسة وبموظفيها، وتشمل المجالات الأخرى مواضيع من شأنها تعزيز قدرة أعضاء مجلس الإدارة على أداء دورهم التثقيفي بشأن مسؤوليات مجلس الإدارة بشكل عام، كالمسؤولية الائتمانية، والمسؤولية القانونية، وتضارب المصالح، والاستقلالية، والمسائل المالية والضريبية التنظيمية، وإدارة المخاطر والعلاقات العامة، كما يمكن أن يشمل التدريب أيضًا تثقيفًا حول الطريقة الأمثل لأن يكون بها الموظف عضوًا أكثر فاعلية

يساعد الأساس والهيكل القويان المؤسسات الربحية وغير الربحية على الاستفادة القصوى من الطاقة والإمكانات التي تتمتع بها، ورغم اختلاف مهام وأهداف المؤسسات الربحية عن المؤسسات غير الربحية، إلا أنه يجب أن يكون لدى كليهما فريق إدارة وممارسات تضمن النجاح والنمو للمؤسسة، ونظرًا لموارد الإدارة المحدودة وقصور التمويل والتوظيف في المؤسسات الخيرية فقد لا تصل المؤسسة إلى إمكاناتها الكاملة، لكن مع توظيف بعض الممارسات والاتجاهات التجارية فإنه من الممكن أن تصل لطاقاتها القصوى، ويستعرض المقال ثمانية من أفضل الممارسات التجارية التي يجب على المؤسسات غير الربحية التفكير في تنفيذها لاستثمار كامل إمكاناتها في إدارة المشاريع وتنفيذ الأعمال.



3 إدارة التدفقات المالية والنقدية

للقوة المالية أهمية بالغة في جميع المؤسسات، ولا يمكن للمؤسسة أن تنجز مهامها ما لم تكن قوية ماليًا ولديها قدرة على البقاء، وتطور معظم المؤسسات غير الربحية ميزانيات سنوية، في حين أن الكثير منها لا يفكر في بناء احتياطات تشغيلية أو مراقبة صافي الأصول والتدفقات النقدية والتنبؤ بها، ووفقًا لبوب ميمز، فعلى المؤسسة أن تراقب الاحتياطات، فقد تحتاج في أي لحظة إلى استراتيجية طويلة الأجل من الناحية المالية لمنع المؤسسة من الإفلاس، أو اتخاذ خطوات جديدة وفعّالة لتحقيق نتائج أكثر إيجابية من الناحية المالية.

وعندما يُصاب الاقتصاد بالركود أو الانكماش عادةً ما تستجيب المؤسسات غير الربحية من خلال خفض الإنفاق، ومن المفارقات أنه في الدولة التي تعاني من انهيار اقتصادي تصبح احتياجات برامج وأنشطة المؤسسات الاجتماعية والخيرية أكبر، ولذا فهي بحاجة إلى العمل على نهج أكثر توازنًا في السنوات التي يكون فيها الاقتصاد جيدًا للأجل الحصول على فوائض في الميزانية والاحتفاظ بها للمستقبل حين يكون الاقتصاد في أزمة.

ويوصي براذر المؤسسات غير الربحية بوضع سياسة لتخصيص فائض نقدي لتغطية التقلبات الموسمية والقصور في التبرعات، وتفادي الأحداث والأزمات غير المتوقعة، ويؤكد على أهمية وجود سياسة رسمية خاصة بالاحتياطات التشغيلية، وتحدد معايير استخدام مخزون الاحتياطات التشغيلية وكيفية تمويله.

في مجلس الإدارة، متضمنًا المهارات الشخصية وحل المشكلات والتعامل مع النزاعات والعلاقات بين الموظفين.

2 التخطيط الاستراتيجي

تفتقر العديد من المؤسسات غير الربحية إلى وجود خطة استراتيجية رسمية، أو قد يكون لديها خطة تغطي سنة واحدة فقط، ويرى أندرو براذر أن الخطة الاستراتيجية الجيدة يجب أن تشمل مجالات المخاطر والفرص، وتغطي من سنتين إلى خمس سنوات، ويبين أن أداء معظم المؤسسات الخيرية الجيدة فيما يتعلق بتخفيف المخاطر مقبول إلى حد ما، ولكن استفادتها من الفرص في سبيل زيادة قدراتها وتحقيق مهمتها هي استفادة ضعيفة، حيث ينتظر مجلس الإدارة من الرئيس التنفيذي تحديد الفرص، لكن المجلس بدوره عليه أن يشجع الرئيس التنفيذي على أن تكون لديه رؤية ومهمة توجهه لتحقيقها يومًا بعد يوم.

كما يجب تحديد الأهداف الاستراتيجية باستخدام نهج الفريق الذي يضم كل البرامج والأقسام الإدارية في المؤسسة، حيث يشرح بوب ميمز Bob Mims، مدير الاستثمارات في منظمة Ducks Unlimited Inc الأمريكية، أن الأهداف الاستراتيجية لا ينبغي أن تكون موضوعة في جانب واحد من جوانب مكونات المؤسسة، بل يجب تكوين توافق في الآراء يشمل البرمجة وجمع الأموال والأقسام الرئيسية (المالية، وتكنولوجيا المعلومات، والقانونية، والموارد البشرية) لضمان قبول مشاركة جميع الأقسام والبرامج في المؤسسة في عملية تحديد الأهداف.

4 إدارة الجهات المانحة والمساهمة

تتطلب عملية جمع الأموال ممارسات جيدة واستثمارًا في الأفراد والعمليات، وتوظيفًا للعلاقات مع المانحين والمتبرعين، ويرى براذر أن المؤسسة عليها أن تُنفق المال لأجل التمويل، لأن نشاط جمع التبرعات ليس نشاطًا مجانيًا وحسب، بل يجب أن يحصل على تمويلٍ مناسب له.

وتشرح دوري مكورتر Dorri McWhorter، المدير التنفيذي لمؤسسة YWCA الاجتماعية ومقرها في الولايات المتحدة الأمريكية هذا الأمر بقولها: "إن المؤسسات غير الربحية يجب أن تثبت جدارتها في إنجاز الأعمال وتحقيق قيمة بعدد من الطرق والأساليب، ولأن المانحين والداعمين قد أصبحوا أكثر انتقائية بشأن عقد شراكات وتمويل المشاريع، فلا بد للمؤسسة أن تقدم المزيد من الجهد والعمل على عدد من الأصعدة لتلقي الدعم المطلوب وعقد الشراكات التطويرية".

5 تطوير الأفراد

يعتبر رأس المال البشري مصدرًا مهمًا لعمل المؤسسات غير الربحية، ويشكل المتطوعون في أغلب الأحيان -نسبة كبيرة من عدد العاملين في المؤسسات الخيرية، ومع حاجة المؤسسات للمتطوعين بشكلٍ دائم، إلا أنهم يمكن أن يكونوا سببًا لبعض التحديات والصعوبات بسبب افتقارهم للخبرة وعدم قدرة المؤسسة على توفير التدريب اللازم لهم وتعويضهم ماليًا.

ويبين بوب ميمز أن الناس لا يختارون العمل في المؤسسات الخيرية لجني المال فقط، بل لأداء مهمة نبيلة حيث يُمكنهم العمل في مؤسسة



خيرية التمتع بحياة مهنية جيدة إلى جانب الشعور بالرضا لتأديتهم عملاً إنسانياً يساعد الناس على التمتع بحياة أفضل.

لكن دوري مكورتر تقول إن هذه الميزة لم تعد موجودة اليوم في القطاع الخيري، لأن المؤسسات لم تعد مدفوعة بالشعور بالواجب الإنساني لمساعدة الآخرين وتحسين حياتهم، ولذا فهي تقترح على المؤسسات الخيرية أن تقدم شيئاً مختلفاً لجيل الألفية الذي يتطلع إلى النجاح المهني وتحقيق الإنجاز في العمل، كاستثمار مهاراتهم وقدراتهم في مناصب وظيفية ومكافأتهم ماليًا وأن يكون التدريب العملي والإداري أولوية مهمة.

6 استخدام التكنولوجيا

من المهم أن يكون الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات جزءاً من الخطة الاستراتيجية للمؤسسة، حيث توفر الاشتراكات المأجورة خدمات أفضل بتكلفة أقل، ويوجد العديد من الخيارات المتاحة يمكن للمؤسسات غير الربحية الاستفادة منها كالأنظمة التقنية والبرامج التشغيلية في مجالات مثل المحاسبة العامة وإدارة المانحين، والاحتفاظ بالسجلات وإدارة التقارير، وهناك بعض الشركات التقنية تقدم خصومات مالية للمنظمات غير الربحية على الاشتراكات.

ولا يرغب المانحون والمتبرعون بسماع رسائل تأكيدية عن التزام المؤسسة بالعمل وإنجاز المشاريع فقط، بل يفضلون الاطلاع على تقارير وبيانات وإحصائيات متعلقة بالنتائج والآثار القابلة للقياس لمشاريع وأعمال المؤسسة.



7 التسويق

يهدف التسويق في المؤسسات غير الربحية إلى تثقيف الجمهور حول أنشطة وأعمال المؤسسة وحض الناس والمانحين على التبرع ودعم المؤسسة، وتبين دوري مكرتر أن أهمية التسويق والترويج بالنسبة للمؤسسات الخيرية -إضافة إلى ما سبق- تكمن في تشجيع الجيل الصاعد على التطوع وتعريفه على برامج ومشاريع المؤسسة، وقد أصبحت عملية الترويج للمؤسسة وتسويق أنشطتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي اليوم قليلة التكلفة، وهي أفضل وسيلة للتواصل مع الناس وإيصال الرسائل.

8 التشبيك

بإمكان مدراء المؤسسات غير الربحية تعلم الكثير من خلال مشاركة المعلومات وتجارب العمل مع زملائهم وتطويع صداقات مع شركاء آخرين وعقد اجتماعات شهرية أو فصلية أو سنوية لمشاركة أفضل الممارسات والاتجاهات الإدارية والتشغيلية، أو إجراء دراسات مرجعية ومشاركتها مع مجلس الإدارة ومقارنتها مع دراسات صادرة عن مؤسسات غير الربحية لاستخلاص رؤى ونتائج مفيدة وقياس فارق الأثر في عمل المؤسسات.



للإطلاع على المقال الأصلي
الرجاء الرجوع إلى الرابط التالي:

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

الرسالة



خدمة العمل الإنساني وتطويره من خلال
البحوث والدراسات المتخصصة

الرؤية



مرجع عالمي في دراسات العمل
الخيري والإنساني

القيم



الأهداف



تعزيز مكانة العمل الخيري والإنساني
والتعريف بمنجزاته لدى الرأي العام

تطوير العمل الخيري والإنساني والارتقاء
بالجودة في مختلف مجالاته

صناعة التكامل بن القطاع الخيري
والإنساني وخطط التنمية المجتمعية

دعم صنّاع القرار عبر توفير المعلومات
ذات الصلة في الوقت المناسب

استشراف مستقبل العمل الخيري
والإنساني بما يخدم المجتمعات

نشر ثقافة العمل الخيري والإنساني
والتطوعي بين شرائح المجتمع كافة

رئيس مجلس الإدارة

د. عبدالله معتوق المعتوق

المدير العام

بدر سعود الصميط

رئيس التحرير - مشرف المركز

عبد الرحمن عبد العزيز المطوع

أسرة التحرير

د. رضا السيد العشماوي

مدير المركز

د. سارة يحيى عبد المحسن

اختصاصي دراسات

عبد الله محمد أبو زيد

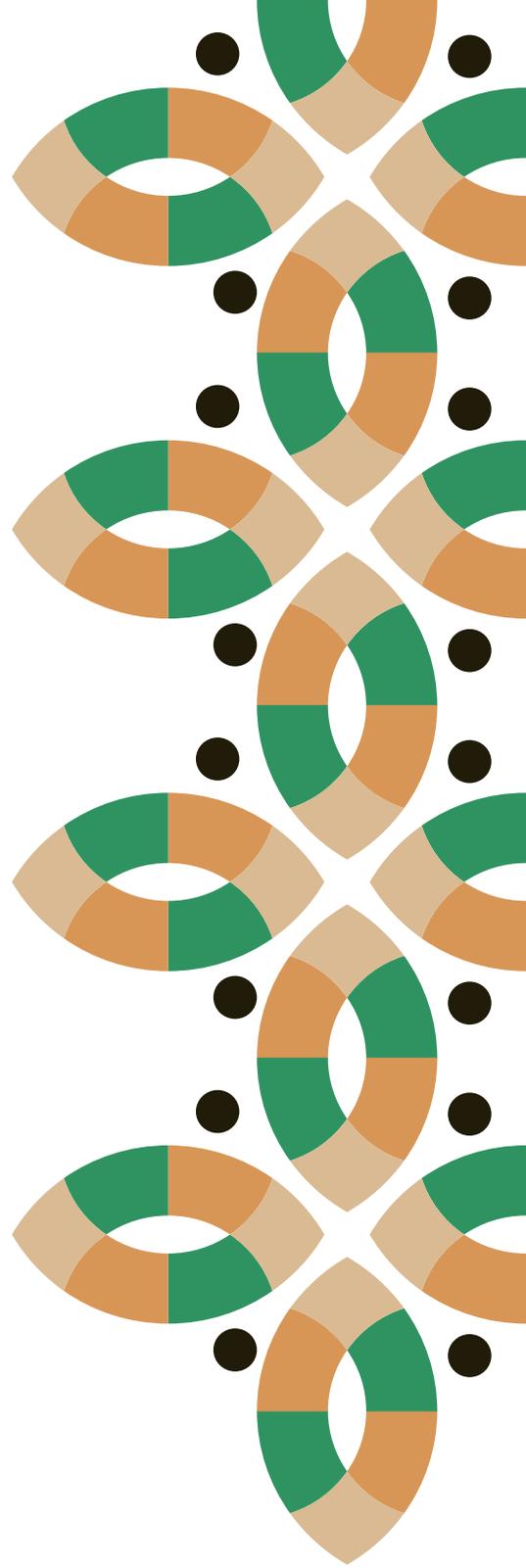
منسق إداري

محمد السعيد

منسق التحرير

عامر قاسم

الإخراج الفني



من إصدارات المركز



دليل إدارة الحملات التسويقية



مؤشر الجوع العالمي 2018



كيف تدير أزمة بفاعلية



الواقع النفسي للمرأة اللاجئة



تقرير الاتجاهات العالمية للتبرع



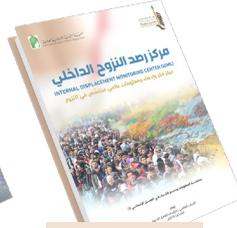
أزمة الجفاف في القرن الإفريقي الصومال أنموذجاً



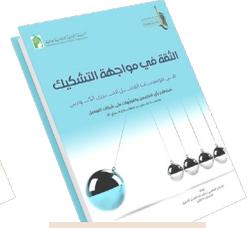
برنامج التحقق من خلفية الجهات والأفراد



دقائق غابات الأمازون



مركز رصد النزوح الداخلي 2018



الثقة في مواجهة التشكيك



خلاصات معرفية

زوروا موقعنا للوصول إلى جميع إصدارات المركز

www.iico.org/ar/publications



نشرة أثر



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization

المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies



تساعدنا مشاركتك..
وتصلنا مباشرة..

1 808 300
www.iico.org

GCPSIICO



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization



المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies