



توارث قيم العطاء بين الأجيال

1446هـ - 2024م

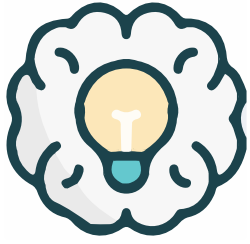


يصدر مركز ريادة - الذراع المعرفي والتمكيني للهيئة العامة للأوقاف - هذا
المنتج المعرفي الذي يتناول محورًا هامًا يناقش الثوابت والمتغيرات التي تدور حول
توارث القيم الدافعة لاتخاذ قرار الوقف لدى الأجيال والمجتمع
المحلي في المملكة بشكل خاص، حيث إنها من الممارسات المجتمعية التي تميز هذا
المجتمع عن غيره، فلا تكاد تخلو أسرة في حال رحيل أحد أفرادها بوصفه بأبي الفقراء، أو أم
المساكين أو غيرها من المسميات التي تبرز دور قيم العطاء والتكافل الاجتماعي لدى
الأفراد، فاعتادت هذه الأسر على أن يرفع كبيرها صغيرها، وأن يتكاتفوا على تحقيق
الاستقرار المادي والمعنوي لذويهم، والإسهام في تنمية مجتمعاتهم.



الفهرس

4	عن قرار الوقف
9	ريادي الأعمال الجدد!
13	"تناقل المعرفة" ليست كل الحكاية!
21	المعنى الاجتماعي للمال
25	دور الأسرة في تحفيز السخاء
31	نظرة عامة على الفروقات الجيلية



عن قرار الوقف

قرار يتخذه الوقف نفسه بالتنازل عن كل أملاكه أو جزء منها بشكل نظامي، مما يمنحها شخصية اعتبارية مستقلة إضافة لذمة مالية مستقلة عن ذمة الوقف نفسه، وذلك لصالح مصارف يحددها الوقف بحسب رغبته، كما يحدد معايير وآلية إدارة هذا الوقف، أو اختيار مؤهلات العاملين عليه (النظر) حتى يضمن تحقيق أحد أهم المبادئ التي يتفرد بها الوقف عن غيره من الكيانات الخيرية الأخرى وهي "الاستدامة" وتحقيق مقصد وشروط الوقف، مما يؤهله ليحظى بالنصيب الأكبر من التفضيل لدى أصحاب العطاء لطبيعته المبتكرة القائمة بذاتها، والتي بدأت منذ نشأة الإسلام بدورها في دعم كافة مناحي الحياة، إلى أن وصفت الأوقاف في فترات ازدهارها بأنها العمود الفقري للحضارة الإسلامية.

وتطور وانتشار هذه القرارات الطوعية من أفراد المجتمع بجميع فئاتهم أدى إلى اتساع أثرها بعيد النظر، فكانت فكرة التخلي عن الملكية لصالح الغير هي ممارسة مجتمعية متداولة وتعد أحد أهم التفاعلات المجتمعية التي يقوم بها المجتمع ويعود نفعها باتجاهه واتجاه الدولة نفسها، كما أن الوقف يعطي الفرد أحقية في التشريع ضمن نطاق الشريعة والأنظمة، وذلك كما يعرف بقاعدة **"شرط الوقف كنص الشارع"** في كونه يشترط شرطاً معيناً بحسب رغبته ويوثقه ليوضع في وعاء نظامي له طبيعة مبتكرة من حيث الاستدامة والخصوصية، فيتضاعف كلاً من قيمته وأثره.

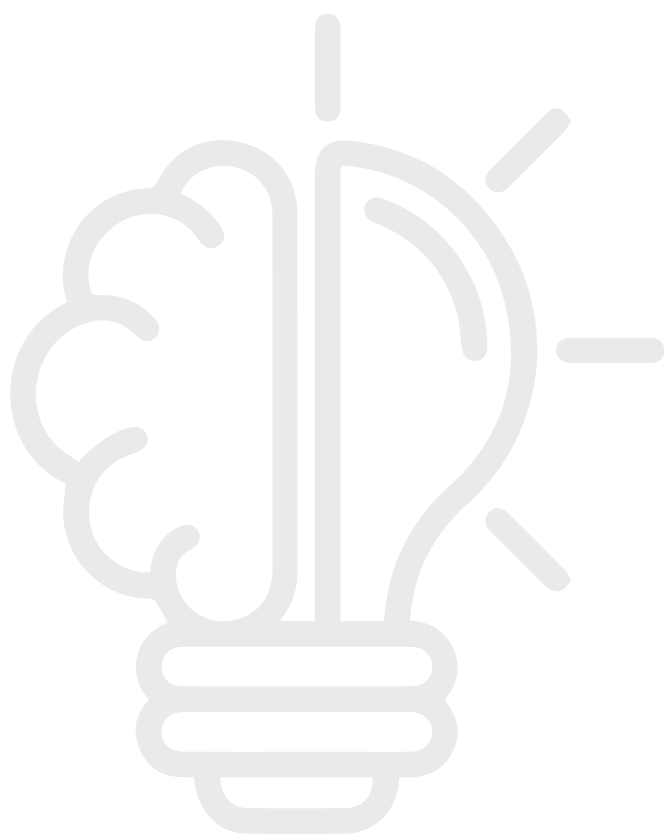
عن قرار الوقف

وبتأمل تلك الفترات التاريخية التي كان الوقف بها رافدًا أساسيًا للحضارة الإسلامية، فنلاحظ أنها لم تقتصر على فئات معينة بل كانت **قيماً سامية** يحملها ويجسدها **كافة الأفراد ضمن معتقداتهم، وسلوكهم، وممارساتهم، ويتداولونها ضمن أحاديثهم العفوية، وتتوارثها الأجيال من بعدهم.**

علاقة تفاعلية: من المجتمع إلى المجتمع
قدرة الفرد على تشريع حقوق جديدة لصالح المجتمع.



ما المتغيرات التي تدور حول قرار الوقف؟



القيمة ثابتة والشكل متغير: الأصل الموقوف عبر الأجيال

لم تتوقف الأجيال عن التفاعلات المجتمعية في العطاء واستمرت تحمل القيم الدافعة نحوه، وظلت الممارسات متجددة حول شكل قرار الوقف عبر التنازل عن ملكية مال لصالح الغير.

ولكنها **استحدثت** نماذج مختلفة لتستطيع التعبير عن عطائها بما يتناسب مع مجريات زمانها ومكانها، واتجهت لاختيار أصول موقوفة مختلفة عما اختاره أجدادهم عندما اتخذوا قرار الوقف.

من الأصول الموقوفة للأجيال السابقة



مخطوطة



بئر



مزرعة



الأواني



نخلة

من الأصول الموقوفة للأجيال الحالية



براءة
الاختراع



ناطحة
سحاب



أسهم
وحصص



محفظة
استثمارية



حق المؤلف

القيمة ثابتة والشكل متغير: مصارف الوقف عبر الأجيال

يلتمس الواقف في شروط وقفه تفضيلات معينة واعتبارات مختلفة، ولم تؤثر **الفروقات الجيلية** فقط على تحديد نوع الأصل الموقوف، وإنما امتد ذلك لاستحداث حزم متجددة من أنواع ومجالات المصارف للوقف ناتجة عن تفضيلات الواقفين أنفسهم لشكل ونوع الأثر الذي يريدون تركه.

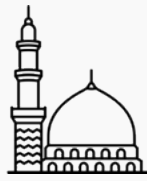
من المصارف الوقفية للأجيال السابقة



ضيافة لعابري
السبيل



حطب التدفئة



التعليم في
المساجد



إنارة المساجد
والطرق



إزالة الأحجار
من الطرق

من المصارف الوقفية للأجيال الحالية



الاستثمار
الاجتماعي



إعادة
التدوير



الابتكار



الكوبونات الشرائية
وسداد الفواتير



التعليم
الإلكتروني



ريادي الأعمال الجدد!

الصراع بين الهوية الفردية و الإرث العائلي

الضجة الإعلامية التي خلقتها قصة فيرينا بالين في الأوساط الأوروبية، للتخلي عن منصبها في شركة عائلتها الضخمة لتصنيع الشوكلاته والبسكويت!

وتجربتها حول الصراع النفسي التي عانت منه لمجرد قرارها بترك منصبها، والصراع بين البحث عن سردية خاصة وهوية بعيداً عن إرث العائلة، والطريق للابتعاد عن الإرث العائلي لتحقيق الذات الفردي.

معضلة التوريث وتضارب القيم

"بات لدى الناس صورة أقرب عن طبيعة الصراعات بين الأجيال داخل الشركات العائلية".



مقاربة مع الشركات العائلية

يتشابه نموذج الشركات العائلية إلى حد كبير مع الكيانات العائلية أو **الممارسات الخيرية في القطاع غير الربحي**، وذلك من حيث التحديات التي تواجهها الأجيال في **تحقيق الاستدامة**، ففي كثير من الحالات يكون النجاح مبني على جهد الجيل الأول لصنع قصة النجاح، ولكنه قد لا ينجح في توريث ذلك، مما يوضح ذلك دور الجيل الأول تجاه الجيلين الثاني والثالث في نقل المعرفة والقيم.

تلجأ بعض الشركات العائلية لتفعيل أدوات الحوكمة وتنظيم العمل المؤسسي لاستدامة توريث القيم بين الأجيال من خلال:



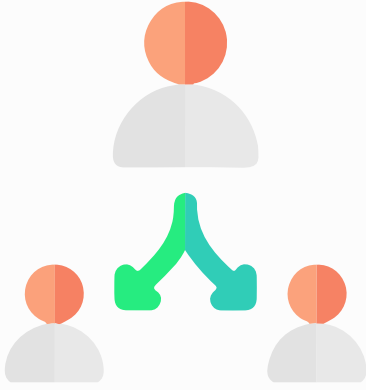
دعم العائلة: الإيمان بدور العائلة في دعم الشركة العائلية وليس العكس. وفي المقابل يمكن أن نفترض دعم توارث العطاء وتناقل القيم وليس العكس.



الميثاق العائلي: البدء في بناء الميثاق العائلي للشركة، وهو عبارة عن منظومة من القيم المكتوبة والمحددة لعلاقتها بجانب الملكية والإدارة التنفيذية. ويمكن تضمين توصية لتناقل قيم العطاء من خلال الميثاق العائلي للشركة العائلية.

الجيل الثاني المعبر الحرج للقيم والمعرفة

غالبًا مايتلقى الجيل الثاني الرسالة **بنجاح**، لكنه يفشل
بالعادة بتمريرها للأجيال اللاحقة.²



الجيل الثاني عادةً هو الأكثر رغبةً في العطاء

فهو يستهلك طاقة كبيرة من ذهنه ومهاراته في محاولة استدامة المؤسسة
وممارسة تقاليدھا الخيرية بشكل أوضح من باقي الأجيال، **لكن ليس بالضرورة**
تمريرها أو تعليمها!³

**لذلك يعتبر الجيل الثاني هو المعبر الحرج لتمرير القيم
والمعرفة الأصيلة.**

“بِرّ وُصلة”

يقال في نفع قريب أو صديق، وأصله مستوحى من حديث نبوي كريم.

الأمثال العامية في نجد، محمد بن ناصر العبودي، منشورات اليمامة للبحث والترجمة

قَالَ ﷺ : "الصَّدَقَةُ عَلَى الْمُسْكِينِ صَدَقَةٌ، وَعَلَى ذِي الْقَرَابَةِ اثْنَتَانِ: صَدَقَةٌ وَصَلَةٌ"

أخرجه الترمذي (658)، والنسائي (2582)، وابن ماجه (1844) واللفظ له، وأحمد (16279).

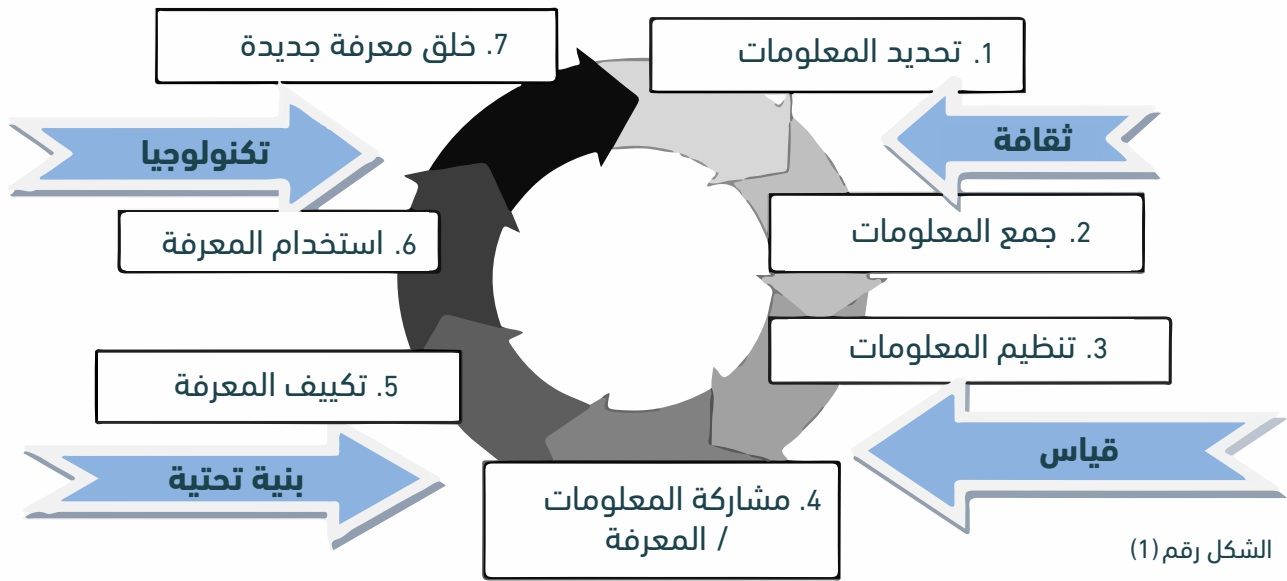


"تناقل المعرفة" ليست كل الحكاية!

من الشائع أن تجد معظم الكتب والخبراء والإداريين يحدثونك عن (تناقل المعرفة) لكن لا تكاد تجد حديثاً في علوم المؤسسات عن (تناقل القيمة) بنفس الطريقة!

هل المعلومات أو المعارف هي فقط ما نحتاجه؟

ماذا عن الذكاء الاصطناعي، وعن "الانفجار المعلوماتي" هل سنحتاج لـ "المعلومة" في المستقبل بنفس الأهمية أم إننا نحتاج أن نبحث عن عناصر أكثر جوهرية؟



يحدد الشكل أعلاه: المراحل التي يتم فيها نقل المعرفة، فهي تبدأ بتحديد المعلومات، ثم جمعها، وتنظيمها، ثم مشاركة المعلومات / المعرفة، وتكييف المعرفة، واستخدامها، للوصول إلى خلق معرفة جديدة، إضافة لارتباط العوامل المؤثرة في مراحل تناقل المعرفة بالثقافة، والقياس، والبنية التحتية، والتكنولوجيا.

الحكايا المكررة: ليست حنيئًا للماضي وليست نسيانًا

قام فريق بحثي في جامعة كوينز Queen's University في كندا، بدراسة الطرق التي يتم فيها تناقل القيم بين الأجيال، وكيف تتوارث كبشر منظورنا للحياة؟⁴



عبر تحليل مئات القصص والحكايا، توصل الفريق البحثي السابق، بقيادة البروفيسورة "ماري آن ماككول" إلى عدد من الخلاصات اللافتة:

- **يحكي الأجداد والآباء حكايا مكررة** بالنسبة للشباب والأجيال الناشئة، لكنهم لا يفعلون هذا لأنهم ينسون أو لأنهم مصابون بالزهايمر بالضرورة، ولكن لأنهم يعتبرون أن ما يحاولون إيصاله مهم للغاية، وهم مهتمون بأن يدرك الأجيال الأخرى ماهو المهم حقًا في هذه الحياة!
- **87% من مئات القصص التي يحكيها كبار السن**، تدور أحداثها في فترة العشرينيات والثلاثينيات من أعمارهم، وهي الفترة التي اتخذوا فيها قرارات حرجية مصيرية غيرت شكل حياتهم لاحقًا!

مسارات تمرير القيم: الحكايا المكررة التي قد تبدو مُملة

بصرف النظر عن التفاصيل، تشترك جميع القصص في كونها تعزز أحد القيم التالية

لاتنس أن تهون على نفسك حين
تمر بأيام صعبة!



ضع العائلة أولاً، قبل كل شيء!



افعل ما هو صائب، حتى لو كلفك
القرار الصحيح بعض الخسارات!



أحط نفسك بالأصدقاء الطيّبين،
وأخلص لهم!



اكتسب شهادة وأكمل تعليمك
مهما بدت ظروفك جيدة بدون
تعليم!



بحسب علماء الإثنوبولوجيا و الاجتماع

لعبت الحكايا دورًا هامًا في بقاء الإنسان على قيد
الحياة في الأزمات والكوارث والفترات الصعبة، إذ استلهم
البشر **قيم** الصمود والصبر والخيارات الصحيحة في حكايا
أجدادهم والأجيال السابقة!

كيف نعزز الوفاء لذكرى ومسيرة المؤسسين والأجداد ونمرر القيم المعطاة للأجيال القادمة؟

وماذا عن الأجيال واختلافاتها؟

يعمل الجيل الأول على تأسيس مسيرة لسلوك العطاء مع اختلاف طبيعة الدافع المحفزة، كالجذور البيولوجية، والآثار النفسية والفسولوجية، إضافة للعوامل الفردية والاجتماعية والثقافية المؤثرة.

وعادة ..

لقرب الجيل الثاني من الأول تزيد النسبة في توارث العطاء، وتعد مشاركة الجيل الثالث محدودة. فخلال العقود القادمة قد يواجه السلوك السخي مرحلة انتقالية عند استلام الجيل الثالث لزام الأمور، وذلك بسبب **اختلاف الدوافع المحفزة لممارسة السخاء بين الأجيال**، كمحددات الظروف، والبيئة، والفرص، وغيرها.

يتمحور دور الجيل الثاني تجاه الأول بكونه المشغل والمطور لمسيرة العطاء، وبسبب قربيه من الأول فعملية تناقل القيم المركزية المحفزة للسخاء تكون مرتفعة عادة، ويلحقها مرحلة يمكن أن نطلق عليها بالمعرفة الضائعة بين الأجيال، وذلك يعود للفجوة المركزية بين دوافع الجيل الأول والأخير تجاه السلوك السخي، وهنا يأتي دور الجيل الثاني في سد هذه الفجوة، من خلال تهيئة وتحفيز الدوافع وراء هذا السلوك لتأهيل الجيل القادم من الأسرة، للحفاظ على استمرارية وديمومة توارث العطاء.

هناك علاقة وثيقة بين **المحيط والعلاقات الاجتماعية في تحفيز السلوك السخي**، ففي الجيل الثاني والثالث تتسع دائرة العائلة ويختلف محيطها، وقد يكون قيمهم ودوافعهم مختلفة عن قيم العائلة والجيل الأول.

5 مالذي يدفع البشر للعطاء؟

عوامل سياقية (خارجية)

- المجتمع كالسياسات العامة، والمطاوعة الاجتماعية.

- الثقافة المجتمعية كالضغوط الاجتماعية، والرغبة ببناء السمعة.

عوامل نفسية (داخلية)

- الحاجة للانتماء.

- الحاجة للمديح.

- الحاجة لتحقيق الذات أو إثبات كفاءتها.

- الحاجة للشعور بالرضا عن الذات كالتطهير عن الندم.

كيف يتم اتخاذ قرار العطاء والمنح على المستوى الإدراكي والنفسي؟

حول توقع إقدام الفرد على إعطاء النقود لجهة خيرية
دراسة على 432 فردًا من المجتمع السعودي⁶

النتائج

يؤدي عامل **"المسؤولية الأخلاقية"** دورًا تنبؤيًا مرتفعًا مقارنة بباقي العوامل مثل **"التقاليد الاجتماعية"** أو المواقف الأولية تجاه مساعدة الآخرين التي كانت أقل تنبؤًا!

من الدوافع المحفزة لتوارث العطاء

- **تأثير الحالة الاجتماعية والاقتصادية** على السلوك السخي باتباعه منحني على شكل حرف U ، مما يعني أن أفقر الناس، والأكثر ثراءً هم الأكثر سخاء كنسبة من دخلهم.⁷ **فالأشخاص ذوي الدخل المرتفع** كانوا أقل كرمًا في ظل ظروف حقيقية أو متصورة من عدم المساواة الاقتصادية المرتفعة.⁸ وهذا التأثير يقدر سببه أن ظروف عدم المساواة تقود الناس إلى الشعور بقدر أكبر من الاستحقاق مما قد يؤدي إلى البخل.

- **تعدد الأدوار الاجتماعية والتخصصات المهنية لأفراد العائلة الواحدة تزيد من فرص عطائهم**، فعلى سبيل المثال إذا كانوا جميعًا أطباء تضعف احتمالية أن يكون لهم عطاء بغير المجال الصحي، فتظهر أهمية: تنويع المسارات الاجتماعية والمهنية لأفراد الأسرة.



"يده رطبة"

يضرب للكريم.

وله أصل في المجاز الفصيح من ذلك: "رجل رَطْبٌ": فيه لين وقولهم: "حُدْ ما رطبت يداك" أي: ما وجدته رَطْبًا نافعًا، وقريب منه قول المتنخل:

وإذا الرِّيحُ تَكَمَّشَتْ بجوانب البيت القصير
الفيتني هَشَّ الِيَدَ ين، بَمَرِي قدحي أو شجيري

الأمثال العامية في نجد، محمد بن ناصر العبودي، منشورات الإمامة للبحث والترجمة



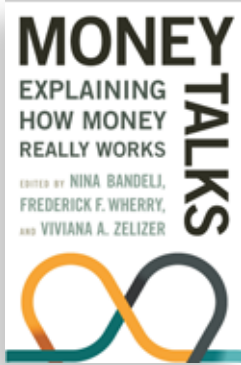
المعنى الاجتماعي للمال

خلافاً للفكرة السائدة، التي تقوم على أن كل حركة اقتصادية هي حركة قائمة على المنفعة النقدية، جاءت نظريات البعد الاجتماعي والأخلاقي للمال.⁹



أثار كتاب عالمة الاجتماع فيفانا زيليزر جدلاً واسعاً لدى الاقتصاديين، حول مفهوم النقود والمال، فكانت المسلمة السائدة في الفلسفة الاقتصادية أن المال يملك قدرة غير محدود على تحويل العلاقات الاجتماعية إلى مصالح وحسابات نقدية!

وبالنسبة للكاتبة فهذه النظرية خاطئة، فهي تتجاهل قدرة العلاقات الاجتماعية على مقاومة تمرير المال ونفاذه وحتى قدرة العلاقات الاجتماعية على تحجيم الأثر المادي للمال.



الكيفية التي يستخدم بها الناس المال تتأثر بأدوارهم الاجتماعية وعواطفهم، المال ليس كياناً منفصلاً واقتصاديًا بحتًا. وبدلاً من ذلك، فهو شيء مرتبط بدوافع الناس وآمالهم وأحلامهم.

تتبع إحدى الدراسات المعنى الاجتماعي للمال، من حيث كيفية تأثير الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الأشخاص على عطائهم الخيري، وكان المشاركون من طلاب الجامعات الذين ربحوا بعض المال في إحدى المسابقات وقيل لهم إن بإمكانهم التبرع بالمال لإحدى الجمعيات الخيرية الأربع:



أطباء بلا حدود



اليونسيف



جمعية السرطان
الأمريكية

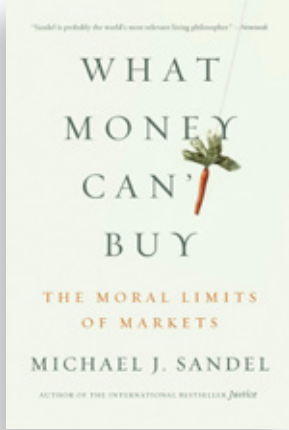


منظمة العفو
الدولية

وأنهم يملكون كامل حرية الاختيار في الاحتفاظ بالأموال التي لا يتبرعون بها، كما أن تبرعاتهم للجمعيات الخيرية ستكون مجهولة المصدر!

النتائج اللافتة أن معظم الطلاب الذين قرروا التبرع منحوا أموالهم إلى اليونسيف وجمعية السرطان، وتبرع معظم الإناث لليونسيف.

10 وعن الحدود الأخلاقية للمال



"إن الإيثار والكرم والتضامن والروح المدنية ليست مثل السلع التي تستنزف مع الاستخدام. إنها أشبه بالعضلات التي تتطور وتزداد قوة مع التمرين. وأحد عيوب المجتمع الذي يحركه السوق هو أنه يترك هذه الفضائل تذوي، **ولتجديد حياتنا العامة علينا أن نمارسها بقوة أكبر.**"

أنواع المتبرعين والمعطين: شخصيات مختلفة



الخيرى

الرغبة بالتأثير في
حياة الآخرين



الدينى

الرغبة في الأجر



الترجسى

بحثًا عن السمعة
والمديح



الاجتماعى

بحثًا عن علاقات
جديدة



المتعاطف

يستطيع أن يفهم
حالة الآخرين



المدفوع بالثقة

بطلب أحد الثقات



المستمع

الرغبة بتجربة
جديدة

لم تقتصر ممارسات العطاء في المجتمع على الأقارب فحسب، إذ كان البعض يفضل أن يصل نفعه إلى البعيدين عنه، ومع أن هذا المثل يطلق بقصد الانتقاد أحيانًا إلى أن المقصود به هو الفرد واسع العطاء والكرم للآخرين.

"النخلة العوجاء"

النخلة العوجاء هي تلك التي تخرج من حوض يربعاها ويدأب على سقيها بالماء، لكنها تختار الميلان عندما تشب عن الطوق ويطول جذعها، ليتساقط ثمرها رطبًا جنيًا، ولكن... في غير حوضها.

والمثل الشعبي يشير بالنخلة العوجاء، أي المنحنية المعوجة، إلى اعوجاج ردها للجميل من خلال إثمارها في حوض آخر.

النخلة العوجاء، تركي الدخيل، جريدة الرياض.



دور الأسرة في تحفيز السخاء

تؤدي الأسرة دورًا هامًا في ذلك، ويمكن تفعيل هذا الدور من خلال الممارسات الإيجابية التي تورث من خلالها عطاء الوالدين على عطاء أبنائهم، **عبر نقل وتمرير القيم إليهم، والتي يمكن تطبيقها من خلال:**





القُدوة

تشير الدراسات إلى أن تشجيع السلوك السخي لدى **الوالدين** قد يؤدي إلى **سلسلة من الكرم المتزايد عبر الأجيال فالسقاء هو أحد السلوكيات المعدية من حيث العوامل الاجتماعية والثقافية** التي يمكن أن تنتشر داخل الشبكات الاجتماعية وأماكن العمل. فمثلاً: المشاركون الذين يشاهدون الآخريين يقدمون تبرعات سخية يتبرعون بمبالغ أكبر مقارنة مع أولئك الذين شاهدوا الآخريين يقدمون تبرعات بخيلة.¹¹

• **قيام الوالدين بالتبرع أمام الأبناء** فالوالدين الذين يتبرعون بالمال من المرجح أن أبناءهم يتبرعون بالمال أيضاً للمنظمات الخيرية.¹²

• **ممارسة السلوك السخي أمام الأطفال** والتحدث إليهم حول أهميته قد يشجعهم على الاستمرار في أن يكونوا أكثر كرمًا في المستقبل.¹³

• **ثقافة الأسرة في تعزيز أو تثبيط السلوك السخي** وجد الباحثون أن الأطفال الصغار جدًا يظهرون سلوكًا سخيًا متشابهًا عبر الثقافات، لكنه يبدأ بالتباعد في مرحلة الطفولة المتوسطة، حينما يبدأ الأطفال الالتزام بمعايير البالغين في مجتمعاتهم.¹⁴ وهذه النتائج توضح مدى أهمية الثقافة المجتمعية والأسرية في تعزيز أو تثبيط السلوك السخي.

11. Nook, E. C., Ong, D. C., Morelli, S. A., Mitchell, J. P., & Zaki, J. (2016). Prosocial conformity: Prosocial norms generalize across behavior and empathy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(8), 1045-1062

12. Britt, S.L., 2016. The intergenerational transference of money attitudes and behaviors. *Journal of Consumer Affairs*, 50(3), pp.539-556

13. Ottoni-Wilhelm, M., Zhang, Y., Estell, D. B., & Perdue, N. H. (2017). Raising charitable children: the effects of verbal socialization and role-modeling on children's giving. *Journal of Population Economics*, 30, 189-224..

14. House, B. R., Silk, J. B., Henrich, J., Barrett, H. C., Scelza, B. A., Boyette, A. H., ... & Laurence, S. (2013). Ontogeny of prosocial behavior across diverse societies. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(36), 14586-14591.



القصص المحكية لتوارث القيم

• **الحديث بين أفراد الأسرة عن العطاء الخيري** ويمكن أن يكون مباشرًا أو غير مباشر، سواء كان بين الوالدين، أو بين الوالدين والأبناء عن أهمية التبرع. فيؤدي ذلك دورًا أهم من تأثير القدوة. **وتأثير الحديث العائلي** يزداد مع زيادة المستوى العلمي للوالدين، وفي المقابل التحدث مباشرة **مع الأطفال** عن الأعمال الخيرية له تأثير أكبر على عطاء الأطفال من القدوة وحدها.¹⁵

• **الحديث عن المشاعر،** فالآباء الذين يشجعون أطفالهم على الحديث عن مشاعرهم ومناقشتها قد يساعدون أطفالهم على أن يصبحوا أكثر تعاطفًا وأكثر كرمًا مع نموهم.¹⁶



الإشراك في تناقل القيمة

• **من العوامل الشخصية التي يمكن أن تؤثر على السلوك السخي هي القيمة الأخلاقية الداخلية التي يطلق عليها "مبدأ الرعاية": وهو الاعتقاد بأنه يجب على المرء أن يساعد شخصًا محتاجًا.¹⁷ فمناشدة الأخلاق لدى الناس يمكن أن تشجع أيضًا على السلوك السخي. على سبيل المثال: مجرد إضافة الجملة "لاحظ أنه يعتمد عليك" يزيد من السلوك السخي.¹⁸ وقد يكون من المهم بشكل خاص إشراك المراهقين في سلوك سخي عالي التكلفة في محاولة لزيادة تعزيز الهوية الأخلاقية عبر القيم الشخصية¹⁹ وتنشئة الأبناء على أهمية دور المسؤولية الاجتماعية.**

• **بناء الشبكات الاجتماعية الممتدة، تؤثر إيجابيا على السلوك السخي. على سبيل المثال فأحد الدراسات الاستقصائية التي أجريت على +2000 شخص توصلت إلى أن الأشخاص الذين لديهم أصدقاء أكثر كانوا أكثر كرمًا، وهم يشاركون بشكل متكرر في سلوكيات مثل التطوع بعد حالات الطوارئ أو التبرع بالمال أو الملابس أو الدم.²⁰ فتشجيع الأبناء على بناء شبكة علاقات جيدة هي إحدى الممارسات المحفزة لتوارث العطاء.**

كيف أجعل ابني سعيدًا؟

التوصيات الشائعة غير المثبتة علمياً

- أمنحه المال
- أحميه من المخاطر
- أدعّمه في قراراته
- أوفر له تعليقاً جيداً

التوصيات غير الشائعة مع أنها مثبتة علمياً

- علّمه العطاء
- علّمه أن يكون مسؤولاً تجاه المجتمع

توصية غير دارجة في المجتمع



تمثلت قيم أجدادنا في الأمثال العامية المتداولة

"البذر محفوظ"

يضرَب في الحث على بذل الخير، واصطناع المعروف

الأمثال العامية في نجد، محمد بن ناصر العبودي، منشورات اليمامة للبحث والترجمة



نظرة عامة على الفروقات الجيلية

الجيل هو مجموعة يتم تعريفها عادة من خلال سنة الميلاد، والنطاق الزمني القياسي، والخبرات التكوينية السياسية والثقافية المشتركة ذات المغزى مثل الحروب أو التقنيات الجديدة أو التحولات الاقتصادية المهمة التي تخلق شخصياتهم. وتتطور التحولات بين الأجيال، التي تعد مساهمًا أساسيًا في التقدم التاريخي والاجتماعي، بشكل روتيني استجابة للجيل السابق. وتشترك الأجيال في سمات محددة وثقافة موحدة نتيجة الخبرات المشتركة.²¹

كما تمنح مجموعات الأجيال الباحثين أداة لتحليل التغييرات في وجهات النظر بمرور الوقت. فيمكن أن توفر طريقة لفهم كيفية تفاعل التجارب التكوينية المختلفة (مثل الأحداث العالمية والتحولات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية) مع دورة الحياة وعملية الشيخوخة لتشكيل وجهات نظر الناس عن العالم. في حين أن البالغين الأصغر سنًا والأكبر سنًا قد يختلفون في وجهات نظرهم في لحظة معينة ، فإن مجموعات الأجيال تسمح للباحثين بفحص شعور كبار السن اليوم تجاه قضية معينة عندما كانوا هم أنفسهم صغارًا ، وكذلك لوصف كيف يمكن أن يختلف مسار وجهات النظر عبر الأجيال.²²

نظرة عامة على الفروقات الجيلية

"لاحظ والاس وآخرون (2017) أن 42% من التبرعات المالية تأتي من جيل "طفرة المواليد" الذي يزيد عمره عن 65 عاماً، مقابل 11% منسوبة إلى جيل الألفية. وهذا يشير إلى أن مجموعات الأجيال الشابة أقل عرضة للانخراط في العطاء النقدي. وفقاً لـ Blackbaud (2011) ، يقوم المانحون الأكبر سنّاً بالعطاء في الواقع بينما تذكر مجموعات الأجيال الشابة العطاء على وسائل التواصل الاجتماعي لجني فوائد تعزيز الذات من التعرف على الأقران. تماشيًا مع هذا النقص في العمل، لاحظ Ho and O'Donohoe (2014) أن التبرع بالوقت (التطوع) أنه غير مرغوب فيه في عينة من الجيل Z. ومع ذلك، على الرغم من الاختلافات الموثقة جيداً بين الجيل Z ومجموعات الأجيال الأخرى من حيث الخصائص وسلوك الاستهلاك، ولا يعرف سوى القليل عن مواقفهم من التبرع."²³

تختلف القيم المركزية من حيث طبيعتها لكل جيل، ويمكن أن ترسم الدوافع القيمية المحفزة للسلوك السخي للجيل الثالث (فئة الشباب) طبيعة الأدوار المحتملة من خلال ممارسة العطاء.

"مثل عود ركا السَّييل"

أي: كَعُود الرَّكَاءِ التي يجعلها أهلها سبيلاً أي: وَقَفًا لَا يُمْنَعُ عنها مَنْ أراد الانتفاع بها.

وذلك لأنها يتناقلها الناس، ولا تَسْتَقِرُّ عند أناس مُعَيَّنِينَ شأن الرَّكَاءِ المملوكة التي لا يستعملها إلا أهلها.

يضرب لما تتداوله الأيدي بكثرة.

وقد ورد ما يشير إلى أصله فقد ذكر الزمخشري من المجاز: استعبروا لنا الغريبة وهي رَحَى اليد لأنها لَا تَفِرُّ عند أربابها لكونها متعاوِرةً

الأمثال العامية في نجد، محمد بن ناصر العبودي، منشورات اليمامة للبحث والترجمة



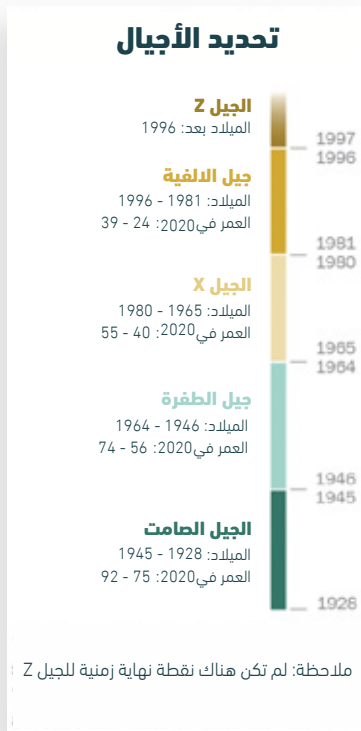
هل للشباب "الجيل الثالث" قيم ودوافع مختلفة للسخاء؟

من خلال استقراء المراجع العالمية لتحليل الفروقات الجيلية، يمكن استعراض أهم
ما جاء حول الجيل Z كالآتي:

من هو الجيل Z ؟

هم المجموعة التي ولدوا من عام 1996 – 2010 م، وترعرعوا في زمن
الاستقطاب السياسي والحروب المتعددة في الخارج، وكانت وسائل الإعلام التي
استهلكوها أكثر تركيزاً على السلبية. كما أنه مولود في عالم اجتاحتها التكنولوجيا، ولم
يعرف أي شيء آخر. كما مروا بفترة من عدم الاستقرار الاقتصادي العالمي، وقضايا
تغير المناخ، والحوسبة السحابية، وظهور الأجهزة المحمولة، مع الكوارث الطبيعية،
والقرصنة عبر الإنترنت، فاعتاد على النظر إلى العالم على أنه "مكان مخيف".

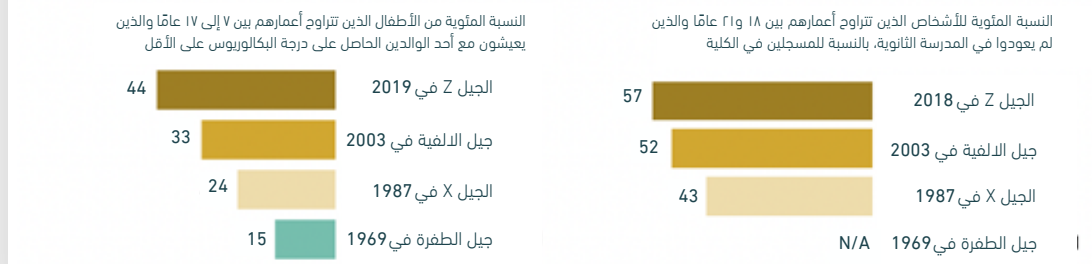
وهم يريدون أشياء مختلفة من حياتهم ومهنتهم أكثر من الأجيال الأخرى، فولدوا خلال
فترة الركود العظيم، وقد شهدوا فقدان الآباء لوظائفهم. وهم، باختصار، يؤمنون بـ
"أعطني ما أحتاجه، أخبرني لماذا أحتاجه، بأقل سعر، وفي أقصر وقت لأهم عائد". وقد
أدت هذه العقلية إلى انجذاب مجموعة من الأجيال من الطلاب إلى التعليم في
"مواضيع عملية ذات مسارات واضحة إلى المهن"²⁴.



الشكل رقم (2)

تتباين المرجعيات العلمية في تصنيف النطاق العمري للجيل Z، وتتجه الكثير من الدراسات لتعريفهم بأنهم المولودين بعد عام 1996م، كما اتجهت بعض الأبحاث لعدم تحديد نقطة نهاية.²⁵

من المرجح أن يلتحق جيل Z بالجامعة وأن يكون لديهم أحد الوالدين متعلم في الكلية مقارنة بجيل الألفية، وجيل X في عمر مماثل



الشكل رقم (3)

يعد الجيل Z هو الجيل الأكثر تعليمًا مقارنة ببقية الأجيال الأخرى، وهو الأكثر التحاقًا بالجامعة، وفي الغالب يتربى في منزل يكون فيه أحد الوالدين متعلم في الكلية، وذلك مقارنة ببعض الأجيال الأخرى الذي تقل نسبة حصول والديهم على تعليم بعد المرحلة الثانوية. في عام 2019م، تبين أن 44% من الجيل Z يعيشون مع أحد الوالدين الحاصل على درجة البكالوريوس على الأقل، وذلك مقارنة بنسبة 15% من جيل الطفرة في عام 1969م.²⁶

من قيمهم وآرائهم

الأصالة والصدق فيضعون أهمية لأن يكونوا أصليين وصادقين مع أنفسهم، يريدون أن يكونوا صادقين مع أنفسهم وهويتهم الفريدة ويهتمون أكثر بالارتباط بالأشخاص والعلامات التجارية والمنتجات الصادقة والشفافة.²⁷ **ومن السمات المميزة** لهم هي العزيمة، والتصميم، والرغبة في الفوز²⁸ **كما أنهم يؤمنون بدور الحكومة** أنه يجب عليها أن تفعل المزيد لحل المشكلات، بدلًا من أن تقوم بالكثير من الأشياء التي من الأفضل تركها للشركات والأفراد.²⁹ **ويملكون الروح الريادية، والقوية، والمستقلة** **المكتفية ذاتيًا، مع الدافعية لرسم المستقبل.**³⁰ وهم الجيل الذي **يمتصهم الهاتف المحمول**،³¹ فيستخدمون الهواتف الذكية للوصول إلى الإنترنت أكثر من غيرهم بنسبة **96.8%**.³²



33 عن علاقتهم بالعمل الخيري

الأجيال الشابة والناشئة لديها فهم مغاير لمفهوم العطاء المجتمعي، يختلف عن شكل العطاء الخيري التقليدي ومن أهم الدوافع نحو السخاء لديهم هو ارتباط العمل الخيري مع قيمهم الشخصية، وشعورهم بكونهم جزءًا من شيء أكبر.

فأشار المشاركون إلى أهمية وجود علاقة شخصية مع مؤسسة خيرية لدعمها، وقال المشاركون الأول "يجب أن يكون لها تأثير شخصي، ولكن متشابكة مع القيم الشخصية، أي الأشياء التي أنا متحمس لها".

كما ارتبط وقت التطوع والمال ارتباطًا وثيقًا بكيفية حصول الجمعيات الخيرية على معنى ملموس لجميع المشاركين. ومع ذلك، قال الثاني: "الصدقة في نهاية اليوم تتعلق بالقضايا الإنسانية [...] فيمكن أن يجعلك تشعر بالرضا أثناء المساعدة في القضايا الأوسع".

وكان المشاركون حريصين على الإشارة إلى أنه يجب أن يكون هناك رابط شخصي يمكنهم القيام به لأنهم يريدون المساعدة في قضية أكبر منهم ولكن سيكون لها أيضا تأثير إيجابي في المجتمع. وكانت فكرة أن يكون العطاء الخيري شيئًا أكبر من أنفسهم واضحًا عندما تحدث المشاركون عن أولئك الذين يدعمون الجمعيات الخيرية أو يتطوعون من حولهم. وقال معظمهم إنهم لن يبحثوا بنشاط عن أشخاص يدعمون نفس الجمعيات الخيرية مثلهم من أجل أن يكونوا أصدقاء معهم، لكنهم يتوقعون من أصدقائهم الاهتمام بالقضايا التي تهمهم. وهذا يردد فكرة أن القضايا الخيرية ترتبط **بالقيم الشخصية**، مثل الانفتاح، والدعم للرفاهية، واللطف، ويجب أن تكون ذات مغزى للجيل Z للتفاعل معها ويجب أن تجعلهم يشعرون بأنهم جزء من المجتمع. يتفق هذا مع البحث الذي أجراه Sneddon et al (2020) الذي يقترح أن العطاء الخيري يمكن إرجاعه إلى القيم الشخصية ويوفر فهما أكثر دقة لما يحفز الناس على التبرع. كما أن. العطاء الخيري، يتجه نحو الأشخاص الراغبين في اتخاذ إجراءات ومعرفة أين تذهب أموالهم.

34



كما أن لدى هذا الجيل الرغبة بالارتباط الشخصي بالجمعيات الخيرية، والقضايا التي يدعمونها، ويحرك ذلك وسائل التواصل الاجتماعي فهم جيل يريد أن يشعر بالارتباط الشخصي بالجمعيات الخيرية والقضايا التي يدعمونها. وتعد وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها أيضًا محررًا رئيسيًا لما يعتبره الجيل Z محورًا في تعبيراتهم عن العطاء الخيري.³⁵



والاعتراف الاجتماعي لعطائهم من الفوائد المقبولة على نطاق واسع للعطاء الخيري الاعتراف الذي يتلقاه المانحون من الآخرين بسبب أفعالهم، مما يعزز الوضع الاجتماعي لأولئك لهم. ويرى Grace and Griffin (2009) و Wallace et al (2017) أن العطاء فرصة لتعزيز الذات من خلال تقديم صورة مواتية للذات للآخرين. ويبلغ هذا ذروته في "سلوك التبرع الواضح" الذي يحركه الدافع للاعتراف على الرغبة في مساعدة الآخرين. ويقترح الباحثون أن التبرع الواضح، ومن المتوقع أن يكون سائدًا في المتبرعين الأصغر سنًا بسبب زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل هذه المجموعة. فحاليًا يحدث مزيدًا من التحسين للوضع الاجتماعي المكتسب من العطاء عندما يكون لدى المنظمة التي تتلقى التبرع صورة إيجابية، وعندما يكون المانحون الآخرون من مجموعة اجتماعية مرغوبة.³⁶



ومن حيث أدوارهم فهم يعتقدون أن لديهم القدرة على زيادة الوعي ومساعدة مؤسسة خيرية على نطاق أوسع بكثير من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وشبكاتهم والشباب ليسوا غير مبالين ويتوقون إلى فرص الانخراط في السلوكيات الخيرية في مظاهرها المختلفة. ويعتقدون أيضًا أنه حتى عندما لا يتعلق الأمر بالمال، فإنهم كجيل لديهم القدرة على زيادة الوعي ومساعدة مؤسسة خيرية على نطاق أوسع بكثير من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وشبكاتهم، وهو أمر يتناقض مع الأجيال الأكبر سنًا التي تعتمد إلى حد كبير على التبرعات النقدية. **ومع ذلك، يذكرون أن نشر شيء ما على وسائل التواصل الاجتماعي والقصص الخاصة بهم يجب أن يعني شيئًا لهم وأن يكون ذا صلة بهم شخصيًا.**³⁷



فإن العطاء بعد توصية الأصدقاء أكثر تأثيرًا لأنه، يجعلهم يشعرون بأنهم جزء من مجتمع يعمل من أجل نفس الهدف. إنهم يقارنون هذا بالحملات الخيرية التي قد يرونها عبر الإنترنت والتي ربما تم إعدادها بواسطة مؤثر وهم لا يعرفون ما إذا كانوا للدعاية أو لأنهم يريدون القيام بذلك. بالتالي فإن رؤية الأصدقاء يوصون بالقضايا الخيرية عبر الإنترنت أكثر قيمة من رؤية المؤثرين يفعلون ذلك. فهو جيل يقدر الأصالة وكونه حقيقيًا، ويشعروا أنه يمكنهم الوثوق بأصدقائهم أكثر من المؤثرين أو في بعض الأحيان الجمعيات الخيرية نفسها التي لا تتسم دائمًا بالشفافية. وهم يفهمون القوة التي يمكنهم الحصول عليها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم ولأي مؤسسة خيرية للاستفادة من ذلك ستكون لا تقدر بثمن.³⁸



وسائل التواصل الاجتماعي تصنع قرار التبرع تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دورًا رئيسيًا في عمليات صنع القرار الخاصة بهم لأنهم يرون القضايا الخيرية والإعلانات طوال الوقت ويجعلهم يشعرون كما لو أن التبرع أصبح أمرًا طبيعيًا. ثم ذكر رؤية الآخرين يقدمون عبر الإنترنت أو النظر في المشكلات التي تؤثر على أصدقائهم والشبكات الاجتماعية كمحركات في نواياهم للتبرع. كما يحبون التجارب السلسلة عبر الإنترنت وذلك مؤثر على سلوكياتهم الخيرية. فالقدرة على رؤية شيء ما عبر الإنترنت والتبرع بسهولة يعني أنهم كانوا أكثر عرضة للتبرع.³⁹



لا يحبون محاولات جذب الانتباه يحبون أن يشعروا بالسيطرة على قراراتهم التي يحفظها الأصدقاء ومن حولهم. وهم يكرهون محاولات جذب انتباههم من خلال جعلهم يشعرون بالذنب أو من خلال التفاعلات وجهًا لوجه لأنهم يشعرون بالعجز في اتخاذ قرار التبرع أم لا. ويفضلون التفاعل الأكثر سلبية مع الجمعيات الخيرية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتقدون أنها تمنحهم المزيد من القوة لاتخاذ الخيارات والتفاعل وباعتبار⁴⁰ وجود الشعور بالتنافسية العالية لدى أفراد هذا الجيل فإن هناك منافسة واقعية لتعزيز الذات وتحقيق النجاح، ومن شأن وجود المؤشرات والتصنيفات العالمية المرتبطة بالعمل الخيري، أن يعطي حافزًا هامًا لهم.

يبحثون عن أشياء مختلفة كمتطوعين من المهم لديهم أن يتمكنوا من رؤية معنى في المهام التي يتعين إنجازها. ولن ينخرطوا في شيء يشعرون فيه أنهم لا يستطيعون تقديمه بنسبة **100%**⁴¹ وحوالي **22%** لم يكونوا متطوعين أبدًا. ما الذي يمنعهم من التطوع؟ الوقت الذي يحتاجون إلى إنفاقه عليه. الجيل Z هو مجموعة مشغولة من الأشخاص الذين لديهم العديد من الأنشطة المختلفة التي يمكنهم المشاركة فيها، وكما رأينا سابقًا، هناك منافسة لجذب انتباههم.⁴²

الميل للأنشطة الدينية والاجتماعية يقومون بتقييم الصورة الإيجابية للمنظمات وقد يفكرون في الانضمام إليها بناء على الأنشطة الاجتماعية والدينية التي يعملون عليها. نظرًا لكون الأنشطة الاجتماعية والدينية ليست مرغوبة من قبل المجتمع فحسب، بل هي أيضًا قضية حساسة للشباب، فإنهم يريدون تحديد المنظمات المسؤولة اجتماعيًا والتواصل معها. ومع ذلك، فقد درست الدراسات السابقة فقط تأثير الصورة التنظيمية الإيجابية على الاهتمام بالانضمام إلى المنظمات الربحية.⁴³

المجالات المفضلة لهم

البيئة
والمناخ



الحكومة



التأثير المستدام
"الاستدامة"



البحث والابتكار
والتطوير



الاستثمار
الاجتماعي



"أضخى من حاتم"

أضخى هي: أسخى بالسين

والمثل قديم، وقال الشاعر:

يعيش النَّدى ما عاش حاتم طيء وإن مات قامت للسقاء مآتم

بل أصبح حاتم مَضْرَبَ المثلِ للقرُون، وبعض العامة ينطق المثل هكذا (أضخى من حاتم الصخا). أي: أسخى من حاتم السخاء، أي المشهور بالسخاء والجود. وإضافة حاتم إلى الجود وَرَدَتْ في شعر لأبي نواس:

فأفخر بقحطان غَيْرَ مُكْتَب فحاتم الجودِ مِنْ مَنَاقِبِهَا

ومن تضامين الشهاب محمود الكاتب

مَنْ حَاتَمَ عَدَّ عَنْهُ وَأَطْرَحَ فِيهِ
لَوْ مُثِّلَ الْجُودُ سَرَحًا قَالَ حَاتِمُهُمْ
في الجود لا بسواه يُضْرَبُ المَثَلُ
لا ناقة لي في هذا ولا جَمَلُ

وكان حاتم يردُّ على من يلومه على سخائه، ويحاول أن يثنيه على الاقتصاد فيه كما قال:

وقائلة أهلك بالجد مالنا
فقلت: دعوني، إنما تلك عادتي
وَنَفْسَكَ، حَتَّى ضَرَّ نَفْسَكَ جُودَهَا
لكل كريم عادةٌ يَسْتَعِيدُهَا



RIYADAH مركز
CENTER ريادة



أوقاف
AWQAF

