



# الوقف في منصات التواصل الاجتماعي

## كيف يتفاعل المجتمع مع الوقف من خلال منصات التواصل؟

٢٠٢٥هـ - 1447م



## يصدر مركز ريادة الذراع المعرفي والتمكيني للهيئة العامة للأوقاف

نشرة دورية متخصصة لاستعراض محتوى علمي ومعرفي رشيق لمفهوم الوقف، من حيث أصله والمعارض المرتبطة به، بحسب ما تظهره التقارير العالمية والأبحاث العلمية الموثوقة، بما يرتبط بـ"الوقف" من متغيرات متعددة تحيط به في ظل التطورات السريعة التي يشهدها العالم المعاصر، فالمضممين والمنعكسات السلوكية للوقف تبين أن للأجيال الجديدة اهتمامات وسلوكيات مختلفة عن الأجيال السابقة، والحاجة لتبني مقاربات جديدة تتماشى مع هذه التغيرات وتتلاءم مع تطلعات القادرين على الوقف وفق سياقهم الاجتماعي النفسي الخاص بهم، وتأتي أهمية العلوم السلوكية والنظريات النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وغيرها لتعزيز مفهوم الوقف وتحفيز الأفراد على المشاركة فيه، وفق الاتجاهات الحديثة. حيث تشير الدراسات إلى أن سلوكيات العطاء تتأثر بشكل كبير بالأهمية الاجتماعية والإطار الذي يتم تقديم المعلومات من خلاله.

## الفهرس

4	كيف تقرب منصات التواصل العمل الوقفي؟
6	منصات التواصل الاجتماعي وداعية الأجيال نحو العطاء
14	كيف نفعل دور التقنية في الأوقاف؟
22	دور الإعلام في تعزيز ثقافة الوقف
25	وسائل التواصل الاجتماعي والمعرفة الوقفية



# **الوقف في منصات التواصل الاجتماعي**

## **كيف تقرب منصات التواصل العمل الوقف؟**

أحدثت التقنية تحولات جذرية للتدفيف على قرار الوقف والتبرع تحقيقاً للتنمية المجتمعية بشكل ملفت وفاعل خلال السنوات الأخيرة، وأصبح كل من "خلونا نحتسب الأجر ونقول الحالة قبل صلاة المغرب" أو "ساعدوني في إكمال الحملة بالأسبوع" جملًا شكلت جزءاً من المحتوى اليومي في وسائل التواصل الاجتماعي للمجتمع السعودي، وأخذت النصيب الأكبر في أوقات الأزمة الفاضلة كشهر رمضان، ويوم الجمعة، وموسم الحج، وغيرها.

# منصة وقفـي



أطلقت الهيئة العامة للأوقاف منصة "وقفـي" كإحدى مبادرات التحول الرقمي للهيئة لتفعيل المشاركة المجتمعية في دعم الأوقاف والقطاع غير الربحي وتوفير خيارات دفع إلكترونية آمنة عبر المنصة، وتمكن المانح من الإسهام الكامل أو الجزئي في دعم المشروعات وتمويلها بشكل رقمي، ويأتي إطلاق المنصة متواافقاً مع توجهات الهيئة العامة للأوقاف وتحقيقاً لرسالتها في النهوض بالقطاع الوقفـي ومعززاً لتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030 لتحقيق الاستدامة المالية للقطاع غير الربحي.

## فـكرتها:

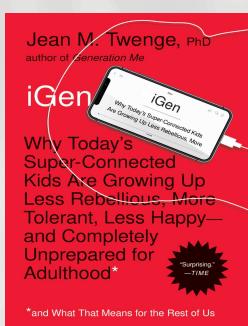
تقدم المنصة عبر موقعها الإلكتروني حزمة من المنتجات والمشروعات الوقـفـية والتنموية للكيانات غير الربحـية، لـتتمكن فـئات المجتمع المختلفة والجهـات المانحة من الإسهام في التنمية، تلبـية لـلـاحتـياجـات والأولـويـات التـنـموـية المستـدامـة.

## كيف سيتفاعل جيل الشباب مع المنصات "قرار الوقف" في منصات التواصل؟

في كتابها "Gen Z", تقدم عالمة النفس الاجتماعي جين توينج تحليلًا عميقاً للأجيال الجديدة، وتحديداً الجيل المعروف باسم "Gen Z", الذي ولد بعد عام 1995. يتميز هذا الجيل بكونه أول جيل ينشأ ويتفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الرقمية منذ طفولته، ما يميشه عن الأجيال السابقة. يشير توينج إلى أن هؤلاء الشباب يعتمدون بشكل كبير على التكنولوجيا للتواصل والتفاعل الاجتماعي، وتظهر هذه السلوكيات في تغييرات عميقة في كيفية فهمهم لأنفسهم والعالم من حولهم.

تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تشكيل هوية الجيل الجديد، حيث يتأثر هؤلاء الشباب بأراء وتعليقات الآخرين على هذه المنصات أكثر من تفاعلهم في الحياة الواقعية. نتيجة لذلك، يعاني العديد منهم من القلق الاجتماعي والعزلة والانطواء بسبب المقارنات المستمرة مع الآخرين على الإنترنت. كما تشير الدراسات إلى زيادة نسب الاكتئاب والانتهار بين الشباب في السنوات الأخيرة، وهي ظاهرة ترتبطها توينج بشكل مباشر باستخدام التكنولوجيا.

تؤكد توينج أن الجيل الجديد قد أصبح أكثر انخراطاً في العالم الرقمي، حيث يعتبرون تواجدهم على الإنترنت أكثر أهمية من تجاربهم في الحياة الواقعية. هذا الانخراط المفرط في العالم الافتراضي يجعلهم يعانون من صعوبة بناء علاقات حقيقة ويؤثر في قدرتهم على التواصل الفعلي. كما تتناول توينج في كتابها موضوع الاعتماد الزائد على الهواتف الذكية، مما يؤدي إلى تراجع مهاراتهم في التعامل مع التحديات الواقعية وتفاقم شعورهم بالعزلة.



## هل تغير سلوك الأجيال الشابة في منصات التواصل الاجتماعي؟

في كتاب "تغيير العقل"، تقدم البروفيسورة سوزان غرينفيلد تحليلًا علميًّا حول تأثير التكنولوجيا على الدماغ البشري، وكيف يؤدي الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا إلى تغييرات جذرية في فهمنا لأنفسنا والعالم من حولنا. تستند غرينفيلد في تحليلها إلى أحدث الأبحاث في مجالات العلوم العصبية والإدراكية، وتوضح كيف أن الأجيال الجديدة تتأثر بشكل خاص بالتقنيات الحديثة مثل الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي.

تعيد التكنولوجيا تشكيل الطريقة التي يعمل بها الدماغ البشري على المستوى العصبي، فاللaptop المتكرر للشاشات والتفاعل مع الأجهزة الذكية يؤدي إلى تقليل فترة التركيز والانتباه، ويزيد من الاعتماد على التفاعلات السريعة والمكافآت الفورية. هذا النمط الجديد من التعامل مع المعلومات يؤثر على تطور الدماغ، خاصة لدى الشباب الذين ما زالت أدمعتهم في مراحل التشكيل.

بهذا المعنى، أصبحت الأجيال الجديدة أكثر تعلقاً بالصورة التي يقدمونها على منصات التواصل الاجتماعي. وتعد هذه المنصات وسيلة أساسية لتحديد هويتهم وقيمتهم الشخصية بناءً على عدد الإعجابات والتعليقات التي يحصلون عليها. نتيجة لذلك، أصبح لدى الشباب إحساس مشوش حول مفهوم "الذات"، حيث يرون أن شخصياتهم تُبني وُتُقيَّم من خلال الإنترنت أكثر مما تُقيِّم في الواقع.



لا تقتصر هذه التأثيرات للتكنولوجيا على الجوانب النفسية والاجتماعية فقط، بل تمتد إلى التغييرات الفسيولوجية في الدماغ. فقد أظهرت الدراسات أن التفاعل المستمر مع التكنولوجيا يؤثر على مناطق معينة في الدماغ تتعلق بالذاكرة والانتباه، مما يجعل الأجيال الجديدة أقل قدرة على التفكير الناقد والتفاعل العميق مع المعلومات.

استناداً إلى كتابي سوزان غرينفيلد «تغير العقل» وجين توينج (Gen i) تغير حوافز ومحركات ودعاقة الأجيال الجديدة بفعل منصات التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ، مما يجعلها تختلف عن الأجيال السابقة. ويمكن تلخيص هذه الفروقات الدافعية بالشكل الآتي:



## ١ . البحث عن التقدير الاجتماعي الفوري

- جيل Gen i (الذى ولد بعد 1995 ) يعتمدون على التقدير الاجتماعي الذى يحصلون عليه من خلال "الإعجابات" والتعليقات على منصات التواصل الاجتماعى، حيث تصبح هذه الإشارات الرقمية العامل الأساسى الذى يشكل مفهومهم عن الذات والقيمة.
- الأجيال السابقة: الحوافز تأتى من الإنجازات الواقعية، مثل النجاحات الأكademية والمهنية، ويحتاج التقدير الاجتماعى إلى وقت وجهد للحصول عليه.



## ٢ . المقارنة المستمرة مع الآخرين

- جيل Gen i: يعيشون في حالة دائمة من المقارنة المستمرة مع الآخرين بسبب تواجدهم المستمر على وسائل التواصل الاجتماعى، حيث يشاهدون الحياة "المثالية" التي يعرضها الآخرون. هذا يؤدي إلى شعور دائم بعدم الرضا والقلق بشأن الذات.
- الأجيال السابقة: لم يكن لديهم هذا الضغط الدائم بسبب غياب هذه الأدوات. المقارنة كانت تتم على المستوى الواقعي وفي فترات زمنية محددة.



### 3 . الحاجة إلى التواصل الافتراضي

- جيل Gen Z: يفضلون التواصل الافتراضي عبر التطبيقات (مثل الرسائل النصية أو وسائل التواصل الاجتماعي) على التفاعل الشخصي. الدافع هنا هو الحصول على قبول اجتماعي دون مواجهة تحديات التواصل المباشر مثل الإ赫راج أو الانزعاج.
- الأجيال السابقة: يعتبرون التواصل الشخصي وجهاً لوجه أكثر قيمة وإرضاء، وكانوا يتطلعون إلى بناء العلاقات عبر اللقاءات الفعلية.



### 4 . البحث عن المعلومات السريعة والغورية

- جيل Gen Z: اعتادوا الحصول على المعلومات بسرعة عبر الإنترنت. حواجزهم تأتي من توفر المعرفة الغورية دون جهد كبير. هذا يؤثر على طريقة تفكيرهم وتفاعلهم مع العالم، حيث يتوقعون أن تكون جميع الأمور متاحة بسرعة وسهولة.
- الأجيال السابقة: كانوا يعتمدون على مصادر أبطأ وأكثر عمقاً في الحصول على المعلومات (مثلكتب والمكتبات)، مما جعلهم يقدّرون العملية الطويلة والبحث المعمق.



### 5 . الخوف من فقدان الفرصة

- جيل Gen Z: يشعرون بضغط مستمر للمشاركة في كل حدث أو تجربة على الإنترنت، ويخشون فقدان فرص المشاركة في محادثات أو محتوى قد يؤثر على شعبيتهم أو تواجدهم الرقمي.
- الأجيال السابقة: لم يكن لديهم هذا الدافع القوي للبقاء على اطلاع دائم بكل شيء، بل كانت حياتهم الاجتماعية أكثر استقراراً وخالية من هذا القلق الغوري.



## 6 . بناء "علامة تجارية" شخصية

- جيل Gen Z: يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة لبناء هوية رقمية أو "علامة تجارية" شخصية. يسعون لتحقيق تميز أو شهرة في إطار رقمي، حتى لو كان ذلك على حساب الأصالة الشخصية.
- الأجيال السابقة: لم يكن لديهم هذا النوع من الضغط لإنشاء هوية رقمية، بل كانت الهويات تُبني من خلال السلوك الفعلي والعلاقات الواقعية.



## 7 . الاعتماد على التأكيدات الخارجية Validation

- جيل Gen Z: يعتمدون بشكل كبير على التأكيدات الخارجية لتحديد قيمتهم الذاتية. الإعجابات، المتابعات، التعليقات تصبح وسيلة رئيسية لتعزيز الثقة بالنفس.
- الأجيال السابقة: يكتسبون الثقة بالنفس من خلال الإنجازات الشخصية أو الدعم العاطفي من العائلة والأصدقاء المقربين.



## 8 . الحاجة إلى "الهروب" الرقمي

- جيل Gen Z: يستخدمون التكنولوجيا ومنصات التواصل الاجتماعي كوسيلة للهرب من الواقع والضغوط اليومية، سواء كان ذلك عبر الألعاب أو مشاهدة المحتوى الترفيهي.
- الأجيال السابقة: كان الهروب من الضغوط يتم عبر طرق أكثر تقليدية مثل القراءة أو النشاطات الخارجية الاجتماعية.



## ٩ . الانغمام في الثقافة البصرية

- جيل Gen Z: يعتمدون بشكل كبير على الصور والفيديوهات لنقل الأفكار والتعبير عن الذات، في المنصات مثل إنستغرام وسناب شات التي تعزز هذا النوع من الانغمام في الثقافة البصرية.
- الأجيال السابقة: كانوا يعتمدون أكثر على النصوص والمحظى المكتوب للتعبير عن الأفكار والمشاعر، حيث كان الاهتمام بالكتابة والقراءة أكثر أهمية.

**توضح دوافع الأجيال الشابة علاقتهم بمنصات التواصل الاجتماعي ومسبيات تواجدهم فيها، حيث إن دمج هذه الدوافع مع الرسائل الإعلامية المتعلقة بالأوقاف ستكون ذات تأثير أعلى بالنسبة لهم.**

تعددت أشكال العطاء والتبرع في منصات التمويل الجماعي كمنصة إحسان، ولتجربة جاهز في تضمين خيار الإكراميات أحد الجوانب التي ساعدت في زيادة الدافعية نحو السلوك السخي، وأظهرت نتائج التحليلات الآتي:

## أكثر من 6.5 مليون ريال سعودي

إجمالي الإكراميات التي تفضل بها عملاؤنا الكرام خلال عام 2023م

### يوم الجمعة

يشهد أعلى مجموع إكراميات خلال الأسبوع



### روح العطاء في رمضان

رمضان يتصدر الأشهر بأعلى الإكراميات، معبراً عن عمق حب الناس للخير والإحسان في هذا الشهر الفضيل



### طائف

النقرة  
المطار  
المنتزه الشرقي

### الرياض

الملقا  
السليمانية  
العليا

### الخبر

الحزام الأخضر  
العليا  
العقربي

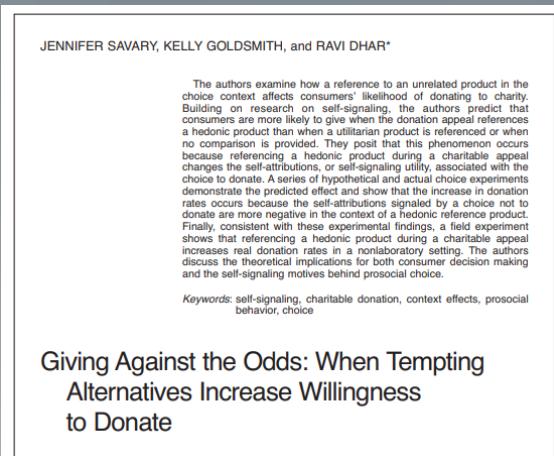
### جدة

الزهرة  
الروضة  
الشاطئ

### أبها

المروج  
العرین  
الربوة

# الاقتصاد السلوكي: تحفيز سلوك المتبرع



دراسة حول تحفيز الناس على التبرّع "سلوك

المتبرع":

تقديم خيارات تثير الشعور بالتناقض الأخلاقي أمام

المتبرعين، تزيد من احتمالات تبرّعهم!

• بدل أن تقول للناس: هل ت يريد التبرّع بـ 10 دولارات؟

قل لهم: أيش الفرق بين هذا السؤال وما قبله؟ وهو

نفس المقدار الذي تدفعه بالعادة حين ت يريد شراء

وجبة طعام عاديّة من ماكدونالدز؟

• الصيغة الثانية تزيد من إقدام الناس على التبرّع، لأنّها تشعر الناس أنّ البدائل الأخرى متعلقة بأمر مُغرية (مثيرة للذّة أو المتعة) مقابل الخيارات الخيرية التي تبدو أكثر أخلاقيّة!

**وكانَ الخيارات الخيرية (التبرّع أو التصدّق) تبدو أوضح لمن يُريد اتّخاذ القرار حين تعرّضها مع خيارات أخرى لا علاقة لها بالأمور الخيرية، ومن أدوات الاقتصاد السلوكي:**

## الخيار الوضع الافتراضي Default Setting



تفعيل خيار الوضع الافتراضي للتبرّع للمستخدم النهائي، بحيث يزيد من فاعلية التجاوب مع الرغبة بالتبرّع أو الوقف، مع إتاحة خيار عدم الرغبة بالمشاركة.

## تتبع البيانات وتصميم الرؤى السلوكية

توفر البرامج والمواقع التقنية بيانات ضخمة قابلة للتحليل وتصميم الرؤى السلوكية، والتوجهات التي ينتج عن تحليلها تصميم رؤى سلوكية تعمل على التحفيز على قرار الوقف.



## من المشاهدات إلى التبرعات: كيف يحولاليوتيوب المؤثرين إلى سفراء للوقف؟

في المؤتمر الدولي الخامس للزكاة قدّمت دراسة تناقض نموذجاً مبتكرًا لجمع التبرعات لصناديق الوقف باستخدام منصة يوتيوب.

يتناول البحث كيفية استخداماليوتيوب وصناع المحتوى كوسيلة لتعزيز مفهوم الوقف من خلال محتواهم.

### خلفية الدراسة

تعتمد إدارة الوقف في كثير من الأحيان على وجود الأموال التشغيلية، وهي أمر غالباً ما يكون محدوداً بسبب نقص التعليم والتوعية حول موضوع الوقف. تشير البيانات إلى أن إمكانيات الوقف في إندونيسيا كبيرة جدًا، حيث تقدر إمكانيات الوقف النقدي بـ **180** تريليون روبيه أي حوالي **11.4** مليار دولار أمريكي، في حين أن مجموع الأموال التي تم جمعها فعليًا يبلغ حوالي **819.36** مليار روبيه أي حوالي **51.9** مليون دولار أمريكي فقط.

كما أن نقص التعليم والتوعية حول الوقف يعد من العوامل الرئيسية التي تعوق جمع الأموال وتنمية ثقافة الوقف. في هذا السياق، ظهرت مهن جديدة في عصر الجائحة، مثلاليوتيوب وصناع المحتوى، مما يوفر فرصة لجمع التبرعات من خلال منصاتهم الرقمية.



## من المشاهدات إلى التبرعات: كيف يحول اليوتيوب المؤثرين إلى سفراء للوقف؟

استنتجت الدراسة أن هناك نموذجان يمكن اتباعهما لجمع تبرعات الوقف:



### النموذج الأول | الوقف عبر اليوتيوبرز

يتم هذا النموذج من خلال تعاون بين مجلس الوقف الإندونيسي (BWI) وبعض اليوتيوبرز والمؤثرين لتعزيز ثقافة الوقف. مثال على ذلك، ديدي كوربوزير لديه 14.3 مليون مشترك، وإذا تبرع كل مشترك بـ 10,000 روبيه أي حوالي 0.64 دولار أمريكي ، يمكن جمع 100 مليار روبيه أي حوالي 6.4 مليون دولار أمريكي.



### النموذج الثاني | وقف حقوق الملكية الفكرية

تُنشأ حساب يوتيوب مخصص لجمع التبرعات حيث يُدعى الناس لمشاهدة المحتوى مثل مقاطع الفيديو التوعوية والخيرية. كل مشاهدة وزيادة في الاشتراكات والإعجابات تُساهم في جني الأرباح، التي تُدار بدورها من قبل الناظر لتوزيعها على المشاريع الخيرية.



## من الدراسات المثيرة للاهتمام والتي نُشرت في عام 2023 بعنوان:

### "استراتيجية جذب مبتكرة للمتبرعين بالوقف: حالة المملكة العربية السعودية"

تناول الدراسة المقدمة استراتيجيات مبتكرة لجذب المتبرعين بنظام الوقف في المملكة العربية السعودية، وتركز بشكل خاص على الأجيال الشابة مثل جيل الألفية، جيل Z، وجيل Alpha.

وبالرغم من أنّ الوقف هو مفهوم متّجذر في الإسلام، إلا أنّ هناك تحديات تواجهه في الدول الإسلامية بما في ذلك نقص الوعي العام، وتحديات إدارة الوقف، وبعض المحددات القانونية والمالية.

من هنا، تسعى الدراسة إلى اقتراح إطار عمل استراتيجي جديد لجذب المتبرعين بالوقف النظري كوسيلة مستدامة للتمويل الخيري في المملكة العربية السعودية.



**اتبعت الدراسة منهجية البحث النوعي في هذه الدراسة من خلال جمع البيانات من 70 مشاركاً، تم تقسيمهم كالتالي:**

ثلاثين مشاركاً  
من جيل الألفية

ثلاثين مشاركاً  
من جيل Z

10 مشاركين من  
جيـل Alpha

بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء دراسة استطلاعية شملت 15 مشاركاً من مختلف الأجيال لفهم تفضيلاتهم وسلوكياتهم تجاه التبرع بالوقف.



## نتائج الدراسة

اسم الجيل	سنوات الميلاد	مستوى الوعي بالوقف	نتائج الدراسة
جيل Baby Boomers	١٩٤٦ - ١٩٦٤م	عالي	المشاركون لديهم معرفة كبيرة بالوقف لكنهم متربدون بسبب مخاوف من سوء الإدارة والافتقار إلى الشفافية.
جيل X	١٩٦٥ - ١٩٨٠م	عالي	نفس نتائج Baby Boomers مع بعض الفروق الصغيرة في المخاوف.
جيل Millennials	١٩٨١ - ١٩٩٤م	منخفض	لديهم حماسة للمشاركة ولكن لا يعرفون الكثير عن الوقف سوى أنه للأغراض الدينية مثل بناء المساجد.
جيل Z	١٩٩٥ - ٢٠١٢م	شبه معدوم	غير مدركين للوقف لكنهم يظهرون اهتماماً بعد شرح المفهوم لهم.
جيل Alpha	٢٠١٣ - ٢٠٢٥م	شبه معدوم	لا يعلمون شيئاً عن الوقف، لكنهم أبدوا استعداداً للمشاركة بعد التوضيح.

## الرئائز السبع المقترحة في الدراسة لجذب المتبوعين بنظام الوقف في المملكة العربية السعودية هي كما يلي:

- **إطلاق تطبيقات الوقف عبر الأجهزة المحمولة:** تهدف هذه الركيزة إلى تسهيل عملية التبرع من خلال توفير تطبيقات للهواتف المحمولة أو مواقع إلكترونية تتيح للمستخدمين التبرع بسهولة عبر نقرة واحدة. يستهدف هذا النهج الجيل الشاب الذي يستخدم التكنولوجيا بشكل مكثف.
- **تبسيط عملية التبرع بالوقف الرقمي:** تُركز هذه الركيزة على استخدام التكنولوجيا المالية لتسهيل إدارة الوقف وزيادة الكفاءة والشفافية. يمكن استخدام التمويل الجماعي عبر الإنترنت وتقنية البلوكتشين لتعزيز الثقة وزيادة عدد المتبوعين.
- **إطلاق المؤتمرات وورش العمل والبرامج التعليمية:** تهدف إلى زيادة الوعي بمفهوم الوقف بين الشباب من خلال إدخال الوقف في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات، وتنظيم ورش العمل، والمسابقات، والألعاب التثقيفية حول الوقف.
- **إدراج برامج الوقف ضمن منصات التبرع والزكاة الحالية:** عبر دمج برامج الوقف ضمن المنصات الإلكترونية القائمة التي تُستخدم لأداء الزكاة والتبرعات الأخرى، يمكن زيادة جاذبية الوقف وتحفيز المشاركة فيه.

## توصيات الدراسة



### إطلاق حملات التوعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تعتمد هذه الركيزة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جيل الشباب. يمكن نشر مقاطع فيديو قصيرة وحملات رقمية تروج لمشاريع الوقف وتدعو الناس للمشاركة والتبرع.



### إدراج برامج الوقف في الجامعات، والمستشفيات، والبنوك

من خلال تفعيل برنامج الوقف في المؤسسات التعليمية والصحية والمالية، ويمكن دعم الوقف في مجالات حيوية مثل التعليم والرعاية الصحية، مما يزيد من استدامة التمويل الخيري.



### التعبير عن الامتنان والشفافية

هذه الركيزة تركز على تقديم الشكر للمتبرعين والتعامل بشفافية كاملة مع المساهمات والمشاريع، وهو ما يعزز الثقة ويشجع المتبرعين على الاستمرار في دعم مشاريع الوقف بشكل منتظم.



# للوقف والتقنية علاقة تطور بمرور الزمن

## أوقاف نورة الملاحي

مؤسسة وقفية غير ربحية، تم إنشاؤها بمدينة الرياض، وتعود ملكيتها إلى صك الوقفية رقم 35156862 المنجز بمدينة الرياض، والعائد للموقفة نورة بنت يوسف عيسى الملاحي حفظها الله، وأسست بهدف دعم المشروعات الاجتماعية والمبادرات النوعية بالمملكة وتمويلها، وعلى وجه الخصوص في الممكّنات التقنية للقطاع غير الربحي، وتتّخذ من مفهوم الاستدامة في العمل غير الربحي إطار عمل لها.

### مجالات العمل:

تتوزع مجالات عمل المؤسسة على العديد من الأنشطة والمجالات بحسب وصية الموقفة حفظها الله، ومن أهم هذه المجالات: المجال العلمي والتربوي، وينحصر في العلوم النافعة للمسلمين، والمجال الدعوي، والمجال الاجتماعي والإغاثي، وبناء المساجد وعماراتها، والمجال الصحي، والمجال الإعلامي، ودعم الأوقاف وإقراضها في التأسيس والتطوير، ودعم الجهات والجمعيات والمشروعات غير الربحية وتطويرها. وقد رأى مجلس النظراء بناء على الصلاحيات الموكلة له، أن تكون التقنية هي مجال التركيز لمصارف الوقف خلال الفترة الحالية.



## ما هو الدور الذي قد يؤديه الإعلام لزيادة الدافعية نحو قرار الوقف لدى أفراد المجتمع؟

هذا تحديداً ما بحثته دراسة بعنوان: "جهود لزيادة نية الوقف: دور المشاهير في الحملات الجتمعية"

ترجع الخلفية الرئيسية للدراسة إلى الإشكال العملي القائل بأنّ جمع التبرعات للوقف في إندونيسيا لم يتم استغلاله بالشكل الأمثل على الرغم من الإمكانيات الكبيرة. تشير الدراسات السابقة إلى أن الاستراتيجيات التقليدية قد لا تكون فعالة بما فيه الكفاية لزيادة الوعي والرغبة في التبرع. لذلك، تقدم هذه الدراسة مفهوم استخدام المشاهير لرفع مستوى الوعي وزيادة الثقة في مؤسسات الوقف.

شارك في هذه الدراسة 400 مستجيب من إندونيسيا، تراوحت أعمارهم بين 17 إلى أكثر من 65 عاماً. تم اختيار العينة بناءً على معرفة المستجيبين بالوقف والحملات المجتمعية التي تستخدم المشاهير كمروجين.

توصلت الدراسة إلى أن جميع المتغيرات الخارجية التي تم اختبارها، مثل جاذبية المشاهير ومهاراتهم وثقتهم، أثرت إيجابياً وبشكل كبير على صورة ومصداقية الناظر (الجهة المسؤولة عن إدارة الوقف). كما أظهرت النتائج أن الصورة والمصداقية الإيجابية للناظر تؤثر بشكل مباشر على نية المتبوعين (الواقفين) للتبرع.

## ما هو الدور الذي قد يؤديه الإعلام لزيادة الدافعية نحو قرار الوقف لدى أفراد المجتمع؟



**الثقة:** تسهم بشكل كبير في بناء الثقة والمصداقية لدى الواقفين.



**الخبرة:** لها التأثير الأكبر على نية الوقف.



**الجاذبية:** تؤثر بشكل إيجابي على صورة ومصداقية الناظر.

وقد أوصت الدراسة بضرورة الاستعانة بمشاهير يتمتعون بمصداقية عالية وخبرة دينية لزيادة فعالية الحملات الاجتماعية وزيادة التبرعات.

بحسب الدراسة، خبرة المشاهير تُعبّر عن مستوى المعرفة والمهارات التي يتمتع بها المشاهير فيما يتعلق بالمجال الذي يتم الترويج له، وهو في هذه الحالة الحملات المتعلقة بالوقف. تُظهر الدراسة أن الخبرة الدينية للمشاهير تُعدّ عاملًا أساسياً في تحديد مدى نجاحهم في التأثير على نية التبرع بالوقف. كلما كان المشاهير أكثر معرفة بالدين والقيم الإسلامية، كلما زادت مصداقيتهم وثقة الواقفين فيهم، مما يؤدي إلى زيادة نية التبرع.

أما الجاذبية، فتمثل الصفات الخارجية التي يمتلكها المشاهير مثل المظهر والشخصية والكاريزما التي يجعلهم محبوبين لدى الجمهور. الدراسة تشير إلى أن الجاذبية ليست فقط في المظهر الجسدي، ولكنها تشمل أيضًا مهارات الاتصال، كلما كان المشاهير قادرين على إيصال الرسالة بوضوح وبأسلوب جذاب، زادت فعالية الحملة وزادت نية التبرع.

# استخدامات التواصل محلياً

التطبيقات الأعلى استخداماً  
حسب متوسط المستخدمين شهرياً



التطبيقات المجانية الأعلى تصنيفًا



## هل لوسائل التواصل الاجتماعي القدرة على إحداث أثر في رفع الوعي المعرفي بالوقف؟

الوقف هو أحد الأدوات التمويلية المهمة في الإسلام، ويشهد تطويراً ملحوظاً من كونه وقفاً استهلاكياً فقط إلى وقف منتج يولد عوائد اقتصادية. وتشير بيانات مجلس الوقف الإندونيسي إلى أن إمكانيات الوقف في إندونيسيا تقدر بحوالي 300 تريليون روبيه سنوياً. ومع ذلك، لم تتحقق هذه الإمكانيات بشكل كامل بسبب ضعف معرفة الجمهور بأهمية الوقف.

هدفت الدراسة إلى استكشاف كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي، وخصوصاً منصة Waqf Edumedia على إنستغرام، أن تسهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي حول الوقف بين الشباب الإندونيسي



تم جمع البيانات باستخدام استبانة وزعت على طلاب جامعة إسلامية في إندونيسيا، وتم اختيار العينة بطريقة غير عشوائية بناءً على هدف الدراسة (العينة الهدافة). جميع المشاركين كانوا من جيل الألفية الذين يمتلكون حسابات على منصة إنستغرام وتتراوح أعمارهم بين 17 إلى 30 عاماً.

أظهرت الدراسة أن معظم المشاركين لديهم استجابة إيجابية تجاه استخدام منصة "Waqf" على إنستغرام لرفع الوعي حول الوقف.

منصة "Waqf Edumedia" تعد وسيلة فعالة لزيادة المعرفة بالوقف بين جيل الألفية في إندونيسيا.

من الممكن توسيع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي حول الوقف في المستقبل، ليس فقط عبر إنستغرام، بل يمكن استخدام منصات أخرى مثل يوتيوب وواتساب لزيادة تأثير الرسائل التعليمية.



## مجتمع الوقف الرقمي: تحديات الحساسية الإدارية وفرص التعلم غير المستغلة

**من الدراسات الطريقة حول استخدام التقنية لغaiات إدارة الأعمال الوقافية،** والمعنونة بـ "استكشاف الواقع الاجتماعي لمجتمع الوقف باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي: «منهجية التنوغرافيا»، تم استخدام تطبيق الواتساب كمصدر رئيسي لجمع البيانات حول مجتمع الوقف في ماليزيا. تهدف الدراسة إلى فهم الثقافة والسلوكيات الاجتماعية لأفراد هذا المجتمع من خلال ملاحظتهم في منصة اجتماعية افتراضية.

اعتمدت الدراسة على مراقبة مجموعة واتساب مكونة من 180 عضواً، تضم أشخاصاً من خلفيات مختلفة، يعملون في مجالات متعلقة بالوقف، مثل موظفي JAWHAR YWM و مجالس الوقف الإسلامية في الولايات (SIRCs) . وقد تم جمع ما يقرب من 9982 رسالة نصية، 1792 صورة، 364 فيديو، و32 رسالة صوتية تم تداولها بين أعضاء المجموعة.



تكشف الدراسة أن متابعة نشاطات مجموعة الواتساب لمجتمع الوقف أظهرت العديد من الجوانب المهمة في طبيعة التفاعل بين أفراد هذا المجتمع، ولكن ليست جميع النتائج تُشير إلى تحقيق فوائد مباشرة أو نتائج ملموسة، على سبيل المثال:

**1. حساسية طبيعة الوقف:** الدراسة تؤكد أن طبيعة موضوع الوقف حساسة للغاية، خاصة فيما يتعلق بمناقشة الجوانب الإدارية والتشغيلية. هناك تردد بين الأعضاء في الكشف عن تفاصيل تتعلق بمؤسساتهم. هذه الحساسية تعكس نوعاً من الحذر عند مناقشة الأمور الإدارية، مما يعني أن هناك حاجة للتيسير الإداري من الأعلى لجعل هذه النقاشات أكثر انفتاحاً وفعالية. بمعنى آخر، قد تكون السياسات الحالية أو الهياكل التنظيمية عقبة أمام تبادل المعلومات بشكل حر، وهو ما يؤثر على مدى إنتاجية هذه النقاشات.

**2. مجموعة الواتساب:** دورها في تبادل الخبرات والتعلم من الأقران: الدراسة تشير إلى أن المجموعة كانت بمثابة منصة لتبادل بعض الأفكار والمعلومات، ولكن لم يكن هناك تركيز قوي على التعلم الفعال من الأقران (peer-to-peer learning). النقاشات كانت متفرقة أحياناً وتفتقر إلى التوجيه أو التركيز المستمر. نعم، تم تبادل بعض الأفكار والخبرات، ولكن لم تكون المجموعة فعالة بالشكل الذي يجعلها أداة تعليمية متكاملة لتبادل الخبرات والتحديات بشكل منظم ومنهجي.

## النتائج الرئيسية المتعلقة بتعلم النظرة وتبادل الخبرات:

**التفاعل كان محدوداً:** بعض الأعضاء كانوا نشطين في النقاشات، بينما كان الآخرون "مراقبين" (lurkers) ولم يشاركون بشكل كبير.



**نقص التوجيه:** النقاشات كانت أحياناً تتنقل من موضوع إلى آخر دون تركيز، مما جعل من الصعب تحويل تلك النقاشات إلى فرص حقيقية لتبادل الخبرات بشكل عميق.



**تبادل الخبرات بشكل فردي:** بالرغم من أن بعض الأعضاء كانوا يطرحون أفكاراً جيدة حول إدارة الوقف، إلا أن التأثير كان محدوداً على مستوى التعلم المشترك بسبب قلة التفاعل المنظم والمركز.





## منصة إحسان: نموذج محلي رائد يعزز من التفاعل المجتمعي حول الوقف والعمل الخيري في منصات التواصل الاجتماعي

في ظلّ التطور السريع للعالم الرقمي، شهدت منصة "إحسان" في المملكة العربية السعودية قفزات كبيرة في مجال العمل الواقفي والخيري، حيث تحولت إلى نموذج رقمي متقدّم يجمع بين الشفافية، السرعة، والموثوقية. منذ إطلاقها قبل عدة سنوات، نجحت المنصة في تحقيق أرقام مبهرة، حيث بلغت التبرعات التي استقبلتها صندوق إحسان الواقفي أكثر من 700 مليون ريال، وامتدّت المنافع إلى أكثر من 1600 جمعية أهلية في المملكة، مما ساهم في تعزيز الاستدامة المالية للمشاريع التنموية والخيرية وتعظيم أثرها.

إلى جانب ذلك، تجاوزت إجمالي التبرعات عبر المنصة حاجز 5 مليارات ريال، مما جعلها واحدة من أكبر منصات العمل الخيري في المنطقة. هذه التبرعات وُزعت على مجالات مختلفة تشمل التعليم، والصحة، والإسكان، والرعاية الاجتماعية، وقد بلغت عدد الفئات المستفيدة حوالي 3 ملايين مستفيد، ما يعكس النجاح الكبير في معالجة الاحتياجات المادية والمعيشية لشريحة واسعة من المجتمع السعودي.

مع هذه الأرقام الكبيرة، يُمكننا تخيل كيفية تعظيم الأثر إذا ما تم توسيع رقعة التفاعل الرقمي وتحفيزها بشكل ممنهج يلائم تطلعات الأجيال الجديدة. العالم الرقمي يحمل في طياته إمكانات هائلة لمضاعفة الأثر الواقفي، حيث يمكن للأجيال الصاعدة التي تنشط بشكل يومي على وسائل التواصل الاجتماعي أن تصبح محركاً رئيسياً في استدامة وزيادة التبرعات. إذا تم توجيه الحملات الرقمية واستثمار المؤثرين والمشاهير في تعزيز ثقافة الوقف، من الممكن أن نرى الأرقام تتضاعف بشكل كبير.

على سبيل المثال، إذا تم توسيع نطاق الحملات الترويجية عبر منصات التواصل الاجتماعي بمشاركة المؤثرين الذين يتبعهم الملايين من الأفراد، يمكن أن ترتفع نسبة المشاركة الرقمية بشكل ملحوظ. ولو افترضنا أن نسبة التفاعل مع حملات الوقف ارتفعت بنسبة 20% فقط نتيجة لهذا التوجه، فإن ذلك قد يؤدي إلى زيادة حجم التبرعات بمقدار 1 مليار ريال إضافي سنوياً.

علاوة على ذلك، مع تطوير تطبيقات الهواتف الذكية مثل تطبيق "إحسان"، الذي أطلق في عام 2022، وإضافة المزيد من الميزات التي تحسن تجربة المستخدم وتسهل عملية التبرع، يمكن توقع زيادة ملحوظة في عدد المستخدمين، خاصة بين الشباب الذين يعتمدون على الهواتف الذكية بشكل كبير. وإذا ما تم توجيه هذه التقنيات الرقمية لتعزيز ثقافة الوقف، فإن الإمكانيات لا حصر لها.

نستطيع أن نتخيل أيضاً أنه من خلال توسيع المشاركة الدولية في صندوق إحسان الوقف وإتاحة فرص المساهمة للأفراد من خارج المملكة، فإن حجم التبرعات قد يتضاعف، حيث أظهر السوق الدولي رغبة متزايدة في دعم المبادرات الخيرية السعودية. في النهاية، يمكن للعالم الرقمي أن يؤدي دوراً محورياً في تطوير وتوسيع ثقافة الوقف والعطاء الوقف، ويصبح جزءاً أساسياً من حياة الأجيال الجديدة.

لقد سعى هذا الإصدار من الدورية لتقديم واستكشاف ممكنت تفعيل الوقف في السياق الرقمي وعن التفاعل بالتأثير والتأثير بين الوقف والتكنولوجيا عبر إلقاء الضوء على الدراسات التي تتناول أثر التفاعل الرقمي في تحفيز الوقف، وجذب فئات جديدة لا تعرف الكثير عن هذه الثقافة، حتى تصبح جزءاً من تفكيرهم اليومي، كما هو الحال مع أشكال العطاء الأخرى.

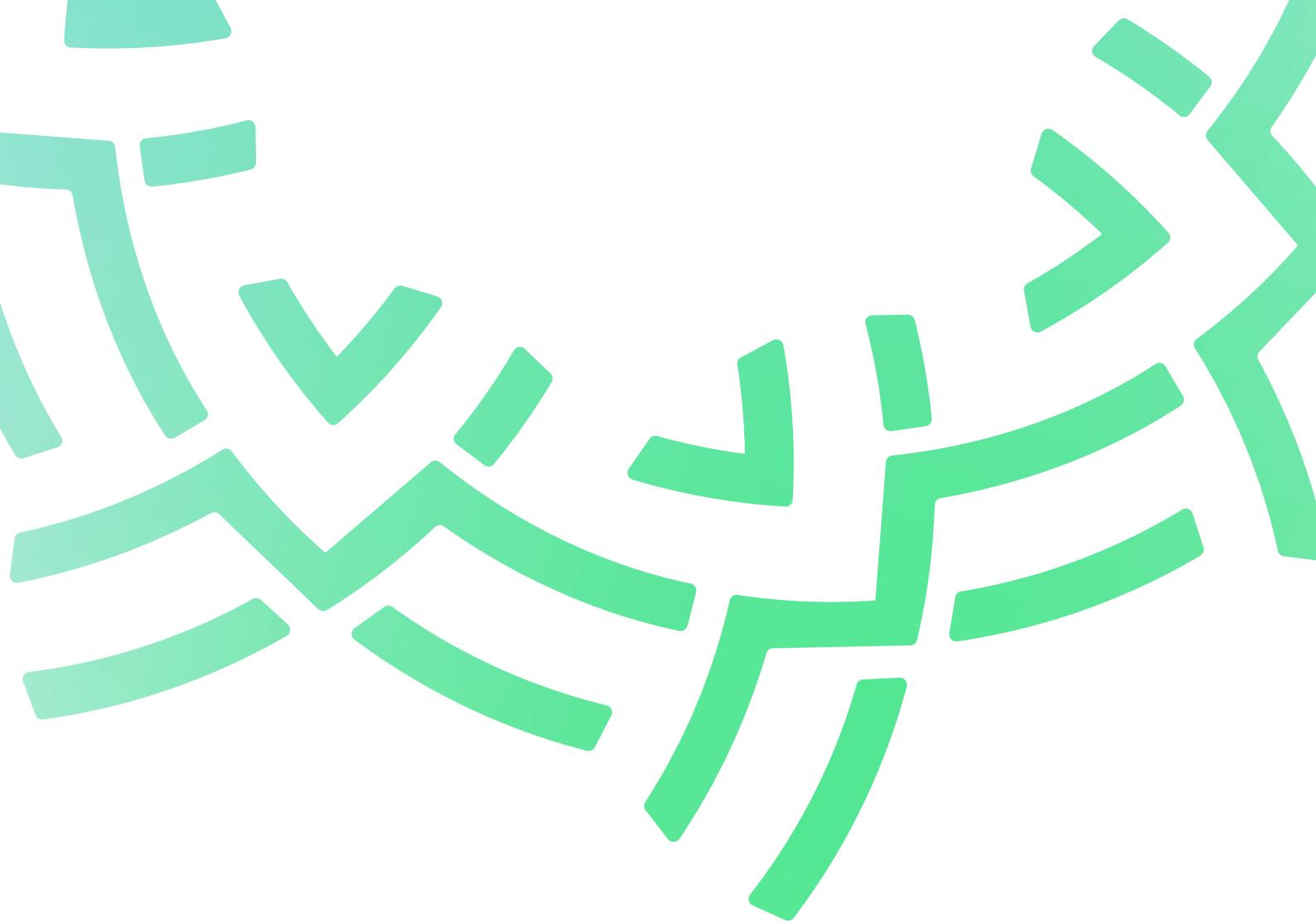
## المراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية:

- الموقع الرسمي للهيئة العامة للأوقاف
- تقرير اتجاهات قطاع المطاعم والمقاهي، المملكة العربية السعودية، جاهز، ٢٠٢٣م.
- تقرير الرقمنة السعودية ٢٠١٤م، تريندكس.
- الموقع الرسمي للأوقاف نورة الملحي.

### ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية:

- The Youtuber's Waqf and Zakat Model as a Fundraising Innovation for Waqf
- Innovative Attraction Strategy for Waqf Donors: Case of Saudi Arabia
- An effort to increase waqf intention: The role of celebrity endorsers in social campaigns
- WAQF EDUMEDIA: SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF DEVELOPING WAQF LITERACY IN INDONESIA
- Exploring the social reality of waqf community using social media: the Netnography approach



الذراع المعرفي والتمكيني  
للهيئة العامة للأوقاف

X | in | AWQAFRIYADAH | [riyadahawqaf.futurex.sa](http://riyadahawqaf.futurex.sa)

مركز ريدادة  
RIYADAH CENTER 