



المرأة والعمل الخيري

سوندرا شو-هاردي ومارثا إيه تايلور وبافي بودوان-شوارتز

المرأة والعمل الخيري

جهود نسائية جريئة نحو صياغة عالم أفضل

تأليف

سوندرا شو-هاردي ومارثا إيه تايلور وبافي بودوان-شوارتز

ترجمة

أميرة أحمد إمبابي

مراجعة

محمد فتحي خضر



Women and Philanthropy

Sondra Shaw-Hardy,
Martha A. Taylor,
and Buffy Beaudoin-Schwartz

المرأة والعمل الخيري

سوندرا شو-هاردي
ومارثا إيه تايلور
وبافي بودوان-شوارتز

الناشر مؤسسة هنداوي سي أي سي
المشهرة برقم ١٠٥٨٥٩٧٠ بتاريخ ٢٦ / ١ / ٢٠١٧

٣ هاي ستريت، وندسور، SL4 1LD، المملكة المتحدة
تليفون: ١٧٥٣ ٨٢٢٥٢٢ (٠) ٤٤ +

البريد الإلكتروني: hindawi@hindawi.org
الموقع الإلكتروني: http://www.hindawi.org

إن مؤسسة هنداوي سي أي سي غير مسؤولة عن آراء المؤلف وأفكاره،
وإنما يعبر الكتاب عن آراء مؤلفه.

تصميم الغلاف: إسلام الشيمي.

الترقيم الدولي: ٣ ١٣٧٤ ١٥٢٧٣ ٩٧٨

جميع الحقوق محفوظة لمؤسسة هنداوي سي أي سي.
يُمنع نسخ أو استعمال أي جزء من هذا الكتاب بأي وسيلة تصويرية أو إلكترونية أو ميكانيكية،
ويشمل ذلك التصوير الفوتوغرافي والتسجيل على أشرطة أو أقراص مضغوطة أو استخدام أي وسيلة
نشر أخرى، بما في ذلك حفظ المعلومات واسترجاعها، دون إذن خطي من الناشر.

Arabic Language Translation Copyright © 2017 Hindawi Foundation C.I.C.

Women and Philanthropy

Copyright © 2010 by John Wiley & Sons, Inc.

All Rights Reserved.

المحتويات

٧	ثناء على الكتاب
١٥	عن المؤلفات
٢١	شكر وتقدير
٢٣	تمهيد
٢٧	مقدمة
٣٣	الجزء الأول: الاعتراف بأوجه الاختلاف
٣٥	١- المرأة لا تقل مكانةً عن الرجل
٥١	٢- قوة المال
٦٩	الجزء الثاني: سبل العمل الخيري وأسبابه عند المرأة
	٣- التحول من سيداتٍ بلا مأوى إلى سيداتٍ جريئات: الإعلام وتغيير الأفكار النمطية
٧١	
٨١	٤- عطاء المرأة: المعايير الستة الأساسية، وثلاثة معايير إضافية
١٠٥	٥- مراحل، وأنماط، وأجيال
١٣٧	الجزء الثالث: التواصل مع النصف الآخر
١٣٩	٦- مستقبل المؤسسات غير الربحية: التنمية مع مراعاة الفوارق بين الجنسين
١٦٥	٧- إشراك المرأة في اتخاذ القرار
١٨٣	٨- برامج العمل الخيري النسائي وحلقات العطاء
٢٠٧	٩- موروث أم مكتسب: البرامج التثقيفية للمتبرعات

٢٣٥	الجزء الرابع: مستقبل العمل الخيري
٢٣٧	١٠- نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي
٢٦٣	١١- عصر العمل الخيري النسائي
٢٧٣	المصدر «أ»
٢٧٥	المصدر «ب»
٢٧٩	المصدر «ج»
٢٨١	المصدر «د»
٢٨٣	المصدر «هـ»
٢٨٧	المصدر «و»
٢٨٩	الملاحظات

ثناء على الكتاب

بفضل الدروس المستفادة من هذا الكتاب، جاء نجاح مجلس القيادة النسائية الوطنية التابع لمنظمة يونايتد واي وورلد وايد أبعدَ كثيراً من توقعاتنا. ويمكن لمنظمتك أن تحظى بنجاحٍ مماثل، عليك فقط أن تبدأ بقراءة هذا الكتاب!

ليندا بولسن، مدير الأسواق الاستراتيجية،
منظمة يونايتد واي وورلد وايد، نيويورك، نيويورك

أي شخصٍ منخرطٍ في عملية تثقيف المانحين سيستفيد من هذا الكتاب الحكيم، الواضح، المليء بالقصص. يوضح هذا الكتاب خطوة بخطوة كيفية تصميم برامج تعزيز وضع المرأة، بدءاً من رعاية تقديم المنح المؤقتة، وصولاً إلى القيادة الخيرية الكاملة.

آن وكريستوفر إلينجر، مؤسساً منظمة بولدر جيفنج
إن إكسترا أورديناري تايمز ومجلة مور زان موني،
بوسطن، ماساتشوستس

المرأة والعمل الخيري

يوفر هذا الكتاب موردًا كبيرًا لحركة التمويل النسائية، كما أنه يسرد بوضوح وبساطةٍ منهاج عطاء المرأة.

جاكي زينر، الشريكة السابقة بجولدمان ساكس؛
نائبة رئيس شبكة تمويل المرأة، نيويورك، نيويورك

عندما يتعلق الأمر بدفع عجلة العمل الخيري النسائي ودوائر العطاء، يندر أن تجد من القادة من يضاهاى هؤلاء المؤلفات في الشغف والمعرفة بهذا المجال. أوصي بهذا الكتاب لكل من يهتم بجمع المزيد من الأموال لهدفٍ خيري، بينما يعالج في الوقت نفسه التغيرات المهمة في مجتمعنا.

تراسي جاري، ناشطة في مجال العمل الخيري، ورائدة أعمال
في مجال المنظمات غير الربحية، ومستشارة الإرث؛ ومؤلفة
كتاب «العمل الخيري الملهم»، هيوستن، تكساس

في هذا الكتاب، تعرض خبيرات محنكات في المجال نظرتهن الحيوية الإبداعية حول ما أصبحت المرأة تمتلكه من قوة في العمل الخيري. وتُقدّم الكاتبات صفحاتٍ من ورش العمل المتميزة لمضاعفة العمل، واستخدامها مع الموظفين، أو الأمناء، أو المانحين، أو الطلاب. إنه كتاب صالح للقراءة في كل الأوقات.

كلير جاوديانى، رئيس جامعة كونيتيكت سابقًا، ومؤلفة كتاب
«الصالح العام: كيف يدفع العمل الخيري الاقتصاد الأمريكي
ويستطيع إنقاذ الرأسمالية»، نيويورك، نيويورك

يقدم هذا الكتاب منهجًا تعليميًا شاملاً ومدروسًا في مجال العمل الخيري، من شأنه أن يكون أداة قيّمة في يد المؤسسات والأفراد الاستشاريين يستطيعون بها تمكين النساء المانحات من الوصول إلى كامل إمكاناتهن الخيرية.

دون ثورن، المدير واستشاري العملاء بشركة
سيلفر بريدج، بوسطن، ماساتشوستس

ثناء على الكتاب

على مدى جيلٍ كامل، استطاعت هؤلاء المؤلفات أن يوجهن الرجال والنساء المهتمين بجمع التبرعات إلى الطريق الصحيح، كذلك فإن الكتاب مهمٌ لكل المهتمين بمستقبل العمل الخيري.

بروس دبليو فليسز، مؤسس ومدير شركة
بنتز والي فليسز، مينيابوليس، مينيسوتا

تحذير: يُحدّد هذا الكتاب، الذي كتبته المؤسّسات الجديديات لهذا المجال، الأدوات العملية والجديدة لإطلاق الأعمال الخيرية النسائية؛ فهل أنتم مستعدون؟

ليزا ووتر، الرئيس التنفيذي للاستراتيجيات بشركة
فنتون كوميونيكيشنز، والمؤلف المشارك مع ليزا شين لكتاب
«مكانة المرأة: لماذا تُعتبر النساء محرك التغيير في العالم
وكيف يمكن الوصول إليهن»، بروكلين، نيويورك

يوضح هذا الكتاب سبب شعور الأجيال المتنوعة الأصغر سنًا من النساء بأن
عليها أن تؤسس رحلتها الخيرية الخاصة من الصفر وأن تصبح قدوة لأقرانها.
بيفرلي فرانسيس، الرئيس والمدير التنفيذي، مؤسسة كولومبيا،
مقاطعة هوارد، مؤسسة مجتمع ميريلاند، كولومبيا، ولاية ميريلاند

يقوم هذا الكتاب بعملٍ رائعٍ في تتبّع تطوّر العمل الخيري النسائي عبر الأجيال
وتأثيره العميق. وقد نجح الكتاب في فهم كيفية اختلاف الهوية النسائية الخيرية
عن نظيرتها لدى الرجل، وذلك من خلال الأدوار المتعددة التي تتولاها النساء
لتحقيق التوازن، وكذا مراحل الحياة التي تجعل تلك الأدوار مؤثرة مع مرور
الوقت.

شارنا جولدسيكر، مديرة قسم ٢١ / ٦٤، الفرع الاستشاري
لمؤسسة أندريا وتشارلز برونفمان الخيرية، نيويورك، نيويورك

المرأة والعمل الخيري

ساعدتني مارثا تايلور على دخول العالم المثير للعمل النسائي الخيري؛ ما كان سبباً في تغيير حياتي. سوف يؤثر هذا الكتاب على حياة جميع الناشطات في مجال العمل الخيري، كباراً أو صغاراً، أو من يرغبن في الانضمام إلى الرُّكْب. يقدم هذا الدليل الذي كنا ننتظره جميعاً الأدوات التي تحتاجها المرأة لتتمكن من استخدام قوة ثرواتها لتغيير المؤسسات والمساعدة على تغيير شكل الحياة.

جوي بيكاس، ناشطة في مجال العمل الخيري، والعضو السابق في مجلس مدينة لوس أنجلوس، لوس أنجلوس، كاليفورنيا

لقد نجحت مؤسّسات حركة العمل الخيري النسائي مرةً أخرى! بعد تحفيز الاهتمام بالأعمال الخيرية النسائية لأكثر من ١٥ عاماً عن طريق كتاب «إعادة اكتشاف جمع التبرعات»، تقدّم لنا شو-هاردي وتايلور الدليل الهام لمساعدة المرأة على تشكيل مستقبل العالم من خلال العمل الخيري.

إلين ريمر، رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لمبادرة العمل الخيري، بوسطن، ماساتشوستس

يحتفي هذا الكتاب الجديد — من إنتاج مؤلّفات أحد أهم الكُتَب عن العمل الخيري النسائي — بالأثر الذي تركه عملهن وأعمال الآخرين على مساعدة المرأة في كسر «السقف الزجاجي للأعمال الخيرية». ربما تهشّم ذلك السقف بالفعل، ولكن يبقى هناك الكثير من العمل الذي يتعين إنجازه. وسوف يحفز هذا الكتاب المرأة على أن تتحلّى بالجرأة اللازمة لذلك!

شيريل إل ألتينكير، نائب الرئيس المساعد للتطوير، جامعة بوردو، لافاييت، إنديانا

تستحق كلُّ من شو-هاردي وتايلور لقب رائدتي مجال العمل الخيري النسائي، وبالتأكيد كان أسلافهن من مؤسّسات العمل الخيري، مثل ماري ليون، وصوفيا سميث، وإلين براونينج سكريبس — اللاتي أسّسن كليات الفتيات باستخدام

ثناء على الكتاب

أموالهن الخاصة أو الأموال التي جمعنها — سيمجدن أيضًا فضائل العمل الرائد الذي أسسته سوندرامارثا، وكانت كل واحدةٍ منهن سترغب في الحصول على نسخةٍ من هذا الكتاب.

تريش جاكسون، نائب الرئيس للتنمية،
كلية سميث، نورثامبتون، ماساتشوستس

تثير هؤلاء المؤلفات مرةً أخرى الاهتمام بالدور الحاسم الذي تؤديه المرأة على نحوٍ متواصلٍ في تطوُّر عالم الأعمال الخيرية. يجب أن يقرأ هذا الكتاب جميعُ أعضاء المجالس والقيادات التنظيمية والمؤسسية، والموظفون الذين يشاركون في حشد الدعم المقدم من سائر النساء. وكما يوحي العنوان، فهو كتاب جريء!

سينثيا وولبرايت، مؤسِّسة ومديرة
مجموعة وولبرايت، وبستر، نيويورك

سيستفيد أعضاء مجالس الإدارة والمنظمات غير الربحية على حدٍّ سواءٍ من هذا المزيج الشائق من المبادئ الأساسية والنقاط العملية والقصص الملهمة.

ديان ثورنتون، مديرة تخطيط العطاء، جامعة
سانت توماس، وعضو مجلس إدارة «مجلس
هيوستن لتنظيم المنح»، هيوستن، تكساس

يتناول هذا الكتابُ السعيَ التاريخيَّ للمرأة وراء الحصول على الاعتراف بوضعها الجوهري في مجال الأعمال الخيرية.

مارجريت ماي دامن، الرئيس والمدير التنفيذي
لمعهد المرأة والثروة، والمؤلفة المشاركة لكتاب
«المرأة والثروة والعطاء»، بالم سيتي، فلوريدا

يُقدّم هذا الكتاب قراءةً مثيرةً لخبراء التنمية، وكذا للمبتدئات في مجال الأعمال الخيرية. يؤكد الكتاب على طبيعة المرأة الفطرية ورغبتها في تغيير العالم وتحسينه، فضلاً عن توفير القدوة الملهمة والنصائح العملية حول كيفية القيام بذلك.

كريستين لودويك، متطوعة مجتمعية وناشطة في مجال العمل الخيري. عضو مجلس إدارة مؤسّسة جامعة ويسكونسن ومجلس الأعمال الخيرية النسائية

يُطلق هذا الكتاب نفيراً لإيقاظ جامعي التبرعات والمجالس التي لم تعترف بعدُ بالدور المهم الذي تؤديه النساء من مختلف الفئات العمرية في ميدان العمل الخيري اليوم.

واندا جوتشالك، رئيس قطاع التطوير،
معهد إنقاذ الطفل، أوهاها، نبراسكا

يقدم هذا الكتاب التوجيه لجميع المنظمات غير الربحية حول كيفية دمج أحلام الأعمال الخيرية النسائية ودعمها؛ حيث أصبحت النساء الآن يمتلكن أصولاً قوية، ورؤى متعاطفة، والتنوع الحيوي اللازم للمساهمة في تحفيز التغيير المجتمعي.

جسيكا تشاو، مديرة شركة لوتس أند جرين،
والمدير التنفيذي السابق بمكتب روكفلر لاستشارات
الأعمال الخيرية، نيويورك، نيويورك

يُلقي هذا الكتاب الضوء على الأخطاء الشائعة والتصورات الخاطئة والممارسات السيئة لعمليات تنمية صناديق التمويل التي أدّت إلى تراجع الدعم النسائي. أما أفضل ما يُقدّمه الكتاب فهو مئات النصائح والاستراتيجيات العملية التي يمكن

ثناء على الكتاب

أن تساعد المنظمات على التواصل مع احتياجات وقيم وتطلعات الناشطات في مجال العمل الخيري، وتحفيزهن على تقديم المزيد من الدعم المستمر.

لوريان إف ديل برادو، مدير التنمية الأول،
مؤسسة مستشفى سياتل للأطفال، سياتل، ولاية واشنطن

عن المؤلفات

وصفت مجلة تاون أند كانترى سونديرا شو-هاردي بأنها «رائدة» العمل الخيري النسائي. منذ عام ١٩٩٥ ألفت سونديرا، وشاركت في تأليف وتحرير خمسة كتب، وهي: «إعادة اكتشاف جمع التبرعات: تحقيق إمكانات المرأة في العمل الخيري»، و«تأسيس حلقات العطاء النسائية: كتيب»، و«القوة الطاغية للعمل النسائي الخيري»، و«حلقات العطاء الشبابية: إلهام الشباب لإحداث التغيير»، و«حلقات العطاء النسائية: تأملات من المؤسسات».

عملت سونديرا في مجال تطوير العمل الخيري لأكثر من خمسة وعشرين عامًا، وتقتبس أعمالها في وسائل الإعلام الوطنية والدولية. أسست سونديرا أو شاركت في تأسيس العديد من المنظمات غير الربحية، وتعاونت مع مارثا تايلور لتأسيس معهد الأعمال الخيرية النسائية، الذي أصبح الآن أحد برامج مركز الأعمال الخيرية في جامعة إنديانا. وضعت شو-هاردي تصورًا لنمو العمل الخيري النسائي، وترأست الاجتماع الوطني الأول حول هذا الموضوع تحت عنوان «المرأة والعمل الخيري: أجندة وطنية»، في عام ١٩٩٣ الذي انعقد في مؤسسة جونسون في وينجسبريد.

وبعد أن شكلت إحدى أولى حلقات العطاء في الأمة في عام ١٩٩٩ في مدينة ترافيرس، في ميشيغان، كان حلم شو-هاردي هو أن تمتلك كل مدينة في الولايات المتحدة حلقة عطاء نسائية. وبعد مرور نحو عشر سنوات، وصلت أعداد حلقات العطاء إلى المئات، وساعدت شو-هاردي في إنشاء العشرات منها، حتى أطلق عليها لقب «أم حلقات العطاء».

في عام ٢٠٠٨، منح مركز الأعمال الخيرية في جامعة إنديانا شو-هاردي ومارثا تايلور أولى جوائز شو-هاردي تايلور للمساهمات الاستثنائية في النهوض بالعمل الخيري النسائي.

كانت شو-هاردي مسئولة منتخبة، كما أنها من الناشطات المتطوعات في مجال الأعمال الخيرية في مدينة ترافيرس، كما أنها أمٌ لثلاثة أولادٍ كبار، وجدة فخورة. وبوصفها نائبةً رئيس مؤسسة جامعة ولاية ويسكونسن، كانت مارثا تايلور لاعباً رئيسياً في نمو إحدى أنجح المنظمات ذات الصبغة المؤسسية في الولايات المتحدة. ومن بين الجامعات الحكومية، تأتي جامعة ويسكونسن-ماديسون ضمن المراكز الخمسة الأولى من حيث تلقّي الهبات الخاصة. وخلال فترة عملها في المؤسسة التي تجاوزت ثلاثين عاماً، عملت في مجال الهبات الكبرى الرئيسية وتقديم المشورة في العمل الخيري. وفي عام ١٩٨٨، أسست مجلس العمل الخيري النسائي التابع للمنظمة، والذي يُعدُّ أول مجلس للهبات الضخمة في جامعة مختلطةٍ كبرى.

رأت مارثا أن نَمَّةَ حاجةٍ إلى نقل رسالة العمل الخيري النسائي إلى الجمهور الوطني؛ ومن ثمَّ شاركت في تأسيس معهد الأعمال الخيرية النسائية بالتعاون مع سونديرا شو-هاردي عام ١٩٩١، الذي أصبح الآن جزءاً من مركز الأعمال الخيرية بجامعة إنديانا. في عام ١٩٩٥، كتبت شو-هاردي وتايلور الكتاب المرجعي في مجال العمل الخيري «إعادة اكتشاف جمع التبرعات: تحقيق إمكانات المرأة في العمل الخيري» بوحى من مئات السيدات اللاتي يسعين إلى إحداث تغييرٍ على الصعيد الوطني بمختلف الطرق. وفي عام ٢٠٠٦، تعاونت شو-هاردي وتايلور في تحرير كتاب «القوة الطاغية للعمل النسائي الخيري». كما كتبنا ما يقرب من ثلاثين مقالةً حول العمل الخيري النسائي، ونُقل عنهما في أهم الصحف الرائدة والمجلات النسائية.

ألقت تايلور خطاباتٍ ونظمت ورش عمل في جميع أنحاء الولايات المتحدة وخارجها، كما ترأست أول ثلاثة مؤتمراتٍ وطنيةٍ معنيةٍ بالأعمال الخيرية النسائية لمجلس تطوير ودعم التعليم، وشغلت منصب عضو هيئة التدريس في بعض الأماكن الأخرى. وقد حصلت أعمالها على العديد من الجوائز.

بفضل مولدها في ماديسون، ترعرعت تايلور في منطقةٍ متنوعةٍ ثقافياً في لوس أنجلوس. وقد تخرجت في جامعة ولاية ويسكونسن-ماديسون، وكانت من الجيل الثالث من عائلتها الذي يتخرج في هذه الجامعة، وحصلت على شهادة الماجستير في جامعة وست فيرجينيا عن أطروحتها عن العمل الخيري في التعليم العالي. تستمتع تايلور بالموسيقى والفنون، وهي سيدة متزوجة وأمٌ لشابّين.

تتولى بافي بودوان-شوارتز منصب مدير الاتصالات في رابطة بالتيemor لمقدمي الهبات، وهي رابطة تضم ١٣٥ مؤسسة وبرنامجاً لمنح الشركات، كما أنها المتحدث الوطني

باسم حلقات العطاء لمنتدى الاتحادات الإقليمية لمقدمي الهبات، وشاركت في تأليف كتاب «الخطة الشخصية: دليل المرأة للأعمال الخيرية» و«تنمية الأعمال الخيرية من خلال حلقات العطاء». بالإضافة إلى ذلك، شاركت في تأليف فصلٍ من كتاب «القوة الطاغية للعمل النسائي الخيري».

واختارت صحيفةً ديلي ريكورد بودوان-شوارتز ضمن قائمة أقوى ١٠٠ امرأةً في ميريلاند عام ٢٠٠٣، و٢٠٠٨، و٢٠١٠. وحصلت على لقب «مبتكر العام» في عام ٢٠٠٤ من قبل صحيفة ديلي ريكورد لعملها مع حلقات العطاء، كما وضعتها صحيفة بالتي مور بيزنس ضمن قائمة «٤٠ تحت ال ٤٠» في عام ٢٠٠٤. بودوان-شوارتز هي مؤسّسة حلقة العطاء النسائية بمقاطعة هوارد ورئيستها السابقة، بالإضافة إلى كونها إحدى المتبرعات المؤسّسات لصندوق بالتي مور في مؤسّسة بالتي مور المجتمعية. تعمل بافي بنشاطٍ بوصفها متطوعةً مجتمعية، وتشغل حالياً منصب عضو مجلس أمناء مؤسّسة كولومبيا. تقطن بودوان-شوارتز في مقاطعة هوارد بولاية ميريلاند، وهي متزوجة ولديها أربعة أطفال.

إلى السيدات اللاتي يتمتعن بالجرأة والشجاعة، في الماضي والحاضر، اللاتي جعلن من العمل الخيري النسائي حركةً تستند إلى قيم المساواة والعدل والسلام، وساعدنَ على استدامة العالم لصالح الجميع. وأوجّه التحية تحديداً إلى من سيساهمن مستقبلاً في التطبيق بالأعمال الخيرية النسائية نحو آفاقٍ أرحب؛ فمن خلال جهودهن، التي تُلهم جميع من يتبع خطاهن، سيصبح العالم مكاناً أفضل، ليس للسيدات والفتيات فحسب، ولكن للبشرية جمعاء.

شكر وتقدير

ظهر هذا الكتاب إلى النور بفضل تضافر جهود العديد من السيدات المتميزات، وبعض الرجال كذلك. لم يكن من الممكن أن يرى هذا الكتاب النور دون إيمانهم الذي لا يفتقر بالمرأة والعمل الخيري، ودعمهم المستمر، وأبحاثهم، وتمسُّكهم بالمساعدة في تصميم برامج مبتكرة جذابة للنساء المانحات. إن الكلمات هي وسيلتنا للإعراب عن عميق امتناننا وحُبنا لهذه الشخصيات الرائعة.

ندين بالفضل كذلك لمركز الأعمال الخيرية في جامعة إنديانا ومديره التنفيذي السابق، الدكتور يوجين آر تمبل، الذي آمن منذ فترةٍ طويلةٍ بأهمية دور المرأة في الأعمال الخيرية. في عام ٢٠٠٤ أصبح معهد الأعمال الخيرية النسائية، الذي شاركت كلُّ من مارثا وسونديرا في تأسيسه، جزءاً من برنامج المركز بفضل جهود تمبل ورئيسة المعهد شيريل ألتينكيمر. وقد عزَّز هذا الاندماج الرائع بين مؤسسة الأبحاث المعترف بها دولياً والمنظمة المكرسة لدراسة التنوع بين الجنسين كلا الفريقين، ونحن فخورات بكوننا جزءاً من هذه العملية وباستمرار مشاركتنا بها. ونوجه شكرًا خاصاً إلى تمبل، الذي يشغل الآن منصب الرئيس والمدير التنفيذي لمؤسسة جامعة إنديانا، على بُعد نظره، وكذا إلى ألتينكيمر لالتزامها ومثابرتها للمساعدة في تحقيق هذا التضافر الهام في الجهود.

وقد أثبت المركز بوضوح، من خلال البحث، أن الحديث عن الاختلافات في سُبُل العطاء بين النساء والرجال لا يعود إلى اختلاف النوع أو التنميط الجنسي، بل يُعزى إلى الإحصائيات والتمثيل. ويعطي هذا البحثُ الكميُّ مصداقيةً كبيرةً للبحث القصصي السابق، ونحن سعداء لإبراز هذا بوضوح في هذا الكتاب. يفهم المركز تمام الفهم مدى أهمية هذا الموضوع وقيمته؛ ومن ثمَّ فقد عقد على المستوى المحلي ندوتين مكرستين لهذا الموضوع،¹ وركَّز جهوده الكبيرة في مجال النشر، من خلال مبادرة «اتجاهات جديدة

لجمع التبرعات الخيرية» وحشد موارد المركز الخاصة، على ستة كتب موضوعها المرأة والعمل الخيري، نُشر اثنان منها على شبكة الإنترنت.² ويُقدّم المركز كذلك دورة تدريبية على مدى يومين تتناول هذا الموضوع، ودورة على شبكة الإنترنت بالتعاون مع شبكة نيويورك تايمز للمعرفة.

لا يمكن لقضية كبيرة مثل الحركة الاجتماعية أن تحدث من دون دعم المئات. ونودُّ أن نتوجّه بالشكر للسيدات والرجال الذين كرّسوا جهودهم لدعم العمل الخيري النسائي في مؤسساتنا ومنظماتنا. معاً، استطعنا أن نؤسس حركة.

نتوجه بالشكر تحديداً إلى عشرات السيدات اللاتي ساعدن في إنشاء معهد الأعمال الخيرية النسائية واستمراره منذ أن كان يُسمّى «الشبكة الوطنية للمرأة كمقدمة للعطاء» حتى أصبح يُسمّى «معهد الأعمال الخيرية النسائية»، وهو حالياً أحد برامج مركز الأعمال الخيرية. نُعرب أيضاً عن تقديرنا الخاص للسيدات اللاتي تبوأن مناصب رؤساء وأعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية خلال المراحل الأولية، وهنّ: أندريا كامينسكي، وديبرا إنجل، وبارتريشيا لويس، وإلين ريمر، وجين جاستس، وجوي بيكاس، وميج هندريكس، وكاي بالارد، وماري بات بيرى، وكاي سبرينكل جريس، وبالتأكيد شيريل ألتينكيمر. أثناء كتابة هذا الكتاب، أدركنا مجدداً حجم مساهمة كامينسكي في الكتاب السابق بكل الطرق، بما في ذلك المهمة الشاقة الخاصة بإعداد المراجع والهوامش. نعلم يقيناً أننا غفلنا سهواً عن ذكر بعض من كُنَّ جزءاً من هذه الرحلة، ونحن نعتذر لهن، ونأمل أن يتفهمن أن جهودهن لم تذهب سُدىً وأنها تحظى بتقدير كبير.

لم يكن من الممكن إكمال هذا الكتاب من دون التحرير الرائع لهيذر شو، التي حررت كذلك كتاب «إعادة اكتشاف جمع التبرعات: تحقيق إمكانات المرأة في العمل الخيري». كما نُعرب عن امتناننا الدائم لابنة سوندر، التي ساهمت بعناية ومهنية في ظهور هذا الكتاب إلى الوجود. من المحررين الذين لعبوا دوراً مهماً آلان فينابل وكريستي هاين، فضلاً عن الطاقم غير العادي في دار نشر جوسي-باس الذي ساندنا يومياً خلال هذه الرحلة الرائعة، ونحن نتوجّه لهم جميعاً بجزيل الشكر.

كما نشعر بالامتنان العميق للدعم الدائم الذي قدّمه هوارد شوارتز، زوج بافي؛ وجاري أنطونوفيتش، زوج مارتا؛ فقد كان صبرهما وتحمُّسهما لعملنا لا يُصدّقان.

وأخيراً وليس آخراً، نوجه شكراً خاصاً جداً لجاك كريستنسن، رفيق سوندر، الذي أمضى الوقت معها أثناء كتابة هذا الكتاب، وحافظ على توازنها مع حثها وتشجيعها لأداء مهمتها في الموعد المحدد.

تمهيد

ينبغي أن يقرأ هذا الكتاب كلُّ من يهتم بحشد أكبر عددٍ ممكنٍ من الأفراد والموارد للمُضيِّ قُدُماً في طريق تحقيق الصالح العام، سواءً أكان من جامعي التبرعات أو من الجهات المانحة، من الرجال والنساء على حدٍّ سواء. في واقع الأمر، لا تزال الصور النمطية قائمةً عندما نستخدم كلمتي «المرأة» و«العمل الخيري» في نفس الجملة. ويُقدِّم هذا الكتاب أدلةً قويةً على أن العمل الخيري النسائي ليس اتجاهًا زائلاً أو نزوةً عابرة، ولكنه أصبح عنصراً هاماً من عناصر مشهد العمل الخيري من خلال عدة طرقٍ غنيةٍ ومتنوعة.

ظهر العمل الخيري النسائي بوصفه حقلاً منفصلاً بذاته خلال الأعوام الأربعين الماضية بهدف لفت الانتباه، وتسليط الضوء على ما كانت تقوم به النساء في الولايات المتحدة الأمريكية على مدى مئات الأعوام: استثمار رأس مالهن الفكري، والمالي، والاجتماعي، والثقافي لتحسين العالم من حولهن. كان الهدف هو تغيير طريقة تفكير الناس فيما يتعلق بالمرأة والعمل الخيري، والنظر إلى المرأة بوصفها شريكاً في مجال الأعمال الخيرية. يُقلِّل العالم من قدرة المرأة على التأثير في الأعمال الخيرية؛ فعندما نشرت شو-هاردي وتايلور أول كتابٍ عن المرأة والعمل الخيري في عام ١٩٩٥، بعنوان «إعادة اكتشاف جمع التبرعات: تحقيق إمكانات المرأة في العمل الخيري»، كانت فكرة العمل الخيري النسائي بدعة. وعلى الرغم من أن المرأة حققت مكاسبَ كبيرةً في مجال الأعمال، وكذا في مختلف المهن، كانت الأعمال الخيرية في ذلك الوقت لا تزال عالماً مقصوراً على الرجل. وفي بعض المكاتب المنعزلة لا يزال هذا التصوُّر سائداً.

أما ما يُميِّز الحركة المعاصرة للعمل النسائي الخيري فهو زيادة إمكانية حصول المرأة على الموارد المالية اللازمة لتحقيق تغييرٍ مؤثر. في الأعوام الأربعين الماضية، استطاعت

المرأة الأمريكية أن تحصل على المزيد من فرص التعليم والدخل أكثر من أي وقت مضى؛ فقد استطاعت المرأة أن تستفيد من زخم الحركة النسائية في ستينيات القرن العشرين وسبعينياته كي تدخل مجال العمل الخيري بنهج استراتيجي متعمد، وتؤسس نماذج جديدة للاندماج. وفي عام ١٩٧٢، تأسس أول صندوق للمرأة، وهي مؤسسة ميس فاونديشن للمرأة، ليكون بداية طريق ما زال العمل فيه يجري على قدم وساق. في أغلب الأحوال، تتأسس الصناديق النسائية وتدار بجهود نسائية، كما أنها تُخصّص منحا لدعم برامج النساء والفتيات. كانت حلقات العطاء نموذجاً جديداً جذب عشرات السيدات في جميع أنحاء البلاد، كما شهدت مبادرات الأعمال الخيرية النسائية نمواً كبيراً في الجامعات، بفضل مجهودات تايلور في جامعة ويسكونسن عام ١٩٨٨. لقد استغلت النساء رءوس أموالهن داخل التيار السائد وخارجه.

في الوقت نفسه، بدأ الباحثون في استكشاف الفروق بين الجنسين في مجال العمل الخيري. فوثق المؤرخون صعود الجمعيات النسائية الخيرية في القرن التاسع عشر، ونقلوا سير السيدات المحسنات اللاتي ساهمن في نمو مؤسسات التعليم العالي والفنون. بدأ خبراء الاقتصاد في التساؤل عن الفروق بين الجنسين في الإيثار والكرم، ومدى تأثير المرأة في اتخاذ القرارات الخيرية في الأسرة. تناول الأخصائيون الاجتماعيون والنفسيون قضايا القيادة والميول الخيرية، كما عالج الباحثون في مجال الدراسات الدينية تأثير التدبير على العطاء الخيري بشكل عام.

وقد أوضح هذا المنظور المتعدد التخصصات أن الرجال يختلفون عن النساء بالفعل في نهج العمل الخيري. لقد أصبحت آراء الماضي الحكيمة التي ترى أن النساء لا يمتلكن الإمكانيات والعزم اللازم للعمل الخيري، ولا يُحقّقن فائدة تُذكر، غير دقيقة على الإطلاق اليوم. ونحتاج إلى منظورٍ مختلفٍ يعترف بأن الرجال والنساء يمتلكون أساليب مختلفة للاتصال والقيادة، وكذلك تختلف دوافعهم وأنماط العطاء لديهم. وقد أظهرت كلٌّ من شو-هاردي، وتايلور، وبودوان شوارتز، من خلال قصصهن وأحاديثهن ومقابلاتهن، أن ما يصلح للرجال لا يصلح في كثيرٍ من الأحيان للنساء.

هل ما يناسب عالمي السياسة والأعمال يناسب بالمثل عالم العمل الخيري؟ في كتاب «المرأة تقود الطريق» للمؤلفة ليندا تار-ويلان، تؤكد المؤلفة على أن الانتقال من المعنى الرمزي إلى القيادة المتوازنة ينتقل بالحديث بعيداً عن النوع الاجتماعي وصولاً إلى مرحلة التركيز على القضايا ذاتها. وأضافت أنه منذ مؤتمر الأمم المتحدة الرابع المعني بالمرأة الذي

انعقد في بكين عام ١٩٩٥، حقق ٢٣ بلدًا من جميع أنحاء العالم، أو تجاوز، الهدفَ الرامي إلى تمثيل المرأة لثلث السلطة التشريعية في البلاد، فيما تعمل ١٠١ دولة على تحقيق هذا الهدف. وفي زمنٍ مبكرٍ يرجع إلى عام ١٩٧٧، أكّدت روزبيت موس كانتر، الأستاذة بكلية هارفرد للأعمال، وصاحبة عدد كبير من المؤلّفات، أن وجود هذه الكتلة المؤثرة من النساء التي تُمثّل ثلث عدد صنّاع القرارات المؤسسية يؤثر إيجابًا على النتائج. وقد أجرت منظمة كاتاليسست بحثًا أظهر أن الشركات الناجحة، الواردة على قائمة مجلة فورتشن لأفضل ٥٠٠ شركة، التي بها عدد أكبر من النساء في مجالس إدارتها؛ استطاعت أن تُحقّق مزيدًا من الأرباح مقارنةً بتلك التي بها عدد أقل من النساء. وما هذه الأمثلة إلا غيضٌ من فيضٍ بالنسبة إلى ما يحدث عندما تستطيع المرأة أن تشارك مشاركةً كاملةً في المجتمع.

ما هي السمات المميزة التي تستطيع المرأة أن تضيفها إلى مجال الأعمال الخيرية؟ يمكن أن نضع قائمةً تشبه إلى حدٍّ بعيدٍ أساليب القيادة التي تحتاجها الشركات اليوم، وهي: التعاون، والتواصل، والتوافق، وبناء العلاقات، والخيال، والإلهام، والبراعة، وشبكات الاتصال. في ظل توافر هذه الأصول، علاوةً على ما تستطيع المرأة أن تستخدمه من رأس مالٍ وفير، ما الذي يمكن أن يعوق ازدهار العمل الخيري النسائي على أوسع نطاق؟

هناك طرفان معنيان رئيسيان يقاومان تقبُّل وإدماج المرأة في مجال العمل الخيري؛ الطرف الأول هو مجموعات جمع التبرعات. يشعر بعض جامعي التبرعات، وليس جميعهم، بالتردّد حال تغيير الوضع الراهن، وربما يرون أن النساء لا يتسمن بالعقلانية، ويستغرقن وقتًا طويلًا لاتخاذ القرار، أو أنهن يُقدِّمن تبرعاتٍ صغيرة. أما الطرف الثاني فهو المرأة؛ إذ تتردّد بعض النساء، في كثيرٍ من الأحيان بسبب نواياهن الحسنة، في الدخول إلى الميدان ووضع أنفسهن في مرتبة المحسنين، كما أنهن لا يرغبن في الحصول على التقدير العلني لما يُقدِّمنه من عطايا، وعلى الرغم من أن مثل هذا الاعتراف العلني يتعارض قلبًا وقالبًا مع الدور الاجتماعي المرسوم للمرأة، فإن هذا الحاجز يُعرقل الاعتراف بأهلية المرأة ونفوذها وقدرتها على التبرّع بثرواتٍ ضخمةٍ لخدمة الصالح العام.

يُحطّم هذا الكتاب هذه التصورات، وسوف يتعلم القراء كيف ينظرون بعيونٍ جديدةٍ إلى مجال العمل الخيري وقدرة المرأة على المشاركة في هذا القطاع. يطرح هذا الكتاب قضية مقنعة تزيد من الاهتمام بالعمل الخيري النسائي، وذلك من خلال عرض لمحةٍ عامةٍ عن المجال، وسرد بعض القصص التي تُظهر، مرارًا وتكرارًا، قدرات المرأة في مجال العمل الخيري، ومدى التزامها، وقدرتها على القيادة.

المراة والعمل الخيري

ما هو هدف العمل الخيري النسائي؟ إذا طرحتَ هذا السؤال على خمسة أشخاص، فمن المرجح أن تحصل على خمس إجاباتٍ مختلفة. يرى البعض أن الهدف هو التكافؤ؛ أي ضمان وجود المرأة على طاولة الأعمال الخيرية مثلها مثل الرجل. وبالنسبة إلى البعض الآخر، يتمثل الهدف من العمل الخيري النسائي في تحقيق المساواة؛ فيُطلب من النساء تقديم العطاء في كثيرٍ من الأحيان مثل الرجال؛ بحيث يحظين بالمعاملة نفسها التي يحظى بها الرجال. وهناك من يرى أن الهدف هو تسليط الضوء على دور المرأة في العمل الخيري بوصفها من الجهات المانحة، وجامعة للتبرعات، ومنتوعة، وقائدة، وموجهة. ترى مجموعة أخرى أن الهدف هو التنوع؛ لأن التنوع يؤدي إلى تمثيل وجهات نظرٍ مختلفة، والمساهمة في تعزيز فهم القضايا المطروحة. وهناك فئة ترى أن الهدف هو الإشمال، حتى يشمل العمل الخيري «جميع» الناس من مختلف أنحاء العالم: الغني والفقير، والأبيض والأسود، والرجال والنساء من جميع الأديان والثقافات؛ لأننا نصبح أقوى عندما نشارك جميعًا في إيجاد حلولٍ للقضايا الصعبة.

في ندوة مركز الأعمال الخيرية التي انعقدت عام ٢٠٠٨ تحت عنوان «دفع العمل الخيري النسائي قُدماً»، أعلن موظفو المركز عن طرح جائزةٍ جديدة، وهي جائزة شو-هاردي تايلور للمساهمات الاستثنائية في النهوض بالعمل الخيري النسائي. كان من الطبيعي أن تحصل سوندرا شو-هاردي ومارثا تايلور على الجائزة الأولى. لقد استطاعتا أن تدركا إمكانية مشاركة المرأة في العمل الخيري قبل أن تصبح اتجاهاً أو استراتيجيةً لإثراء مجال الأعمال الخيرية بفترةٍ طويلة، وأنشأتا منظمةً للنهوض بالعمل الخيري النسائي، تطوّرت لتصبح «معهد الأعمال الخيرية النسائية»، الموجود الآن في مركز الأعمال الخيرية في جامعة إنديانا. لم تضعف رؤيتهما والتزامهما وروح الريادة لديهما قط. ونرى أن هذا الكتاب شهادة لهما مثلما هو شهادة في حق العمل الخيري النسائي.

ديبرا ميتش، المدير

أندريا باكتور، المدير المساعد

معهد الأعمال الخيرية النسائية

مركز الأعمال الخيرية في جامعة إنديانا

يونيو ٢٠١٠

مقدمة

المرأة والعمل الخيري، العمل الخيري النسائي: كم تغيّر معنى هذه الكلمات! عندما بدأت واحدة منا – مارثا تايلور – في تناول هذا الموضوع عام ١٩٨٨، غالبًا ما كان الناس يشعرون بالحيرة، حتى إن بعضهم قال إن عبارة «المرأة والعمل الخيري» تحوي تناقضًا لفظيًا. واعتقد كثيرون غيرهم أن العمل الخيري كان مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا لا ينفصم بالرجال؛ حيث إن الرجال هم من يمتلكون الأموال. أما المرأة، فإذا أقدمت على تقديم العطاء من الأساس، فهي تُقدّمه للقضايا التي يدعمها زوجها أو أسرته، هذا ما يقولونه. إلا أن مارثا كانت تعلم، من خلال منظورها الأكاديمي والعملية، أن نَمّةً شيئًا خاطئًا في هذه الصورة عن العمل الخيري. هل كانت المرأة محجّمة عن تقديم العطاء؟ وإذا كان الأمر كذلك، فما هو السبب؟

بدأت مارثا في طرح الأسئلة: لماذا لا تتبرع النساء لجامعاتهن بمبالغٍ ماليةٍ تتناسب مع أعدادهن بوصفهن طالباتٍ وخريجات؟ لماذا كان عدد الرجال في المناصب القيادية أكثر كثيرًا من النساء؟ لماذا تُسمّى أعداد قليلة جدًا من المباني، والبرامج، والمنح الدراسية بأسماء سيدات؟ لماذا لا تحصل كليات الفنون الحرة، والتعليم، والبيئة البشرية، والخدمات الاجتماعية، والتمريض، على نفس التمويل الذي تحصل عليه كليات إدارة الأعمال، والهندسة، ورياضات ألعاب القوى؟ طلبت مارثا من سونديرا شو-هاردي، شريكته في تأليف الكتاب وزميلتها في جمع التبرعات في ماديسون بولاية ويسكونسن، مساعدتها على جمع المزيد من المعلومات؛ ومعا شرعتا في البحث عن إجابات.

أجرينا مقابلاتٍ مع مئات السيدات الناشطات في مجال العمل الخيري ومسئولات التنمية في جميع أنحاء البلاد، وعقدنا العديد من مجموعات النقاش، وتحدثنا أمام العشرات

من منظمات المجتمع المحلي والمنظمات الوطنية. وكانت النتيجة — بناءً على طلب من والدة مارثا، إستير هوجن تايلور — هي أول كتاب لنا بعنوان «إعادة اكتشاف جمع التبرعات: تحقيق إمكانات المرأة في العمل الخيري» الذي نُشر في عام ١٩٩٥ من خلال دار نشر جوسي-باس.

(١) العمل الخيري الجديد الجريء

شهد العمل الخيري تغييرًا كبيرًا على مدى العقدين الماضيين. حتى بضع سنوات مضت، كان من النادر أن نجد مَنْ يتحدث عن الشغف والقيم والرؤية والمسئولية، أما الآن فقد صارت هذه المصطلحات شائعة الاستخدام وأصبحت مرتبطة بالعمل الخيري النسائي. في الواقع، أصبح العمل الخيري النسائي قائد الركب و«أعاد اكتشاف» عملية جمع التبرعات. رغم ذلك، لا يزال البعض لا يفهم أنه لا يوجد تناقض لفظي في عبارة «العمل الخيري النسائي». وفي كثيرٍ من الأحيان، لا تؤخذ المرأة على محمل الجد بوصفها من مُقدّمي العطاء، وحتى إن حدث ذلك، فإن الطُرق التي يُطلب بها من النساء العطاء لا تضع في الاعتبار الكيفية التي تُفضّل المرأة العطاءَ بها والقضايا التي تهتمُّها. لقد شعرنا أن هناك ما يدعونا لمعالجة هذه القضايا المستمرة ونشر مفهوم أن المرأة قد تُمثّل إحدى أكبر حلقات العطاء. ونحن نرى أن ثمة حاجةً لتحديث مفاهيم جمع التبرعات حتى تروق للمرأة؛ ما سيُفضي إلى ظهور المزيد من القيادات النسائية الخيرية. أضف إلى ذلك أن العديد من أنظمة الكمبيوتر في المنظمات غير الربحية تم تصميمها لتتمكّن من نسب الفضل إلى شخصيةٍ مانحةٍ واحدةٍ حسب العنوان المسجّل؛ وهو ما يكون في الأعم الأغلب اسمَ الرجل، أو في أحسن الأحوال «السيد والسيدة فلان». وأخيرًا وليس آخرًا، لم تصبح لفظة العمل الخيري النسائي بعدُ تحمل معنى «خُلُق عالم أفضل». وفي بحثنا هذا، أُنزنا عددًا من الموضوعات التي يرغب الناس في استكشافها، وهي:

- ما الذي يقود حركة العمل الخيري النسائي؟
- كيف غيّرت المرأة وجه العمل الخيري؟
- هل أسفر العمل الخيري النسائي عن تغييراتٍ اجتماعية؟ كيف؟
- كيف يمكن الحفاظ على ولاء المرأة المانحة بعد تقديم العطاء؟
- ما هي الاختلافات العرقية والثقافية التي تؤثر على عطاء المرأة؟ وكيف تُقدّم الأجيال الشابة العطاء؟

- كيف يمكن للمؤسسات غير الربحية جذب المزيد من المانحات؟ وما الذي يعنيه ذلك بالنسبة إلى مستقبلها؟
- هل تتقبل المرأة قوة وضعها الجديد بوصفها من قادة الأعمال الخيرية؟
- كيف ينبغي تشجيع المرأة كي تصبح من قادة الأعمال الخيرية، وكى تشجع بدورها الآخرين على أن يصبحوا قادة كذلك؟
- كيف سيصبح العالم إذا كان العمل الخيري النسائي وسيلة عطاءٍ مقبولةً للجميع؟

مرةً أخرى شرعنا في البحث عن الأجوبة، فسألنا بعض الزملاء العاملين في الميدان الذين كان كثيرٌ منهم يعمل مع المانحات، وطوّرونا مناهج وبرامج مختلفةً وحرصنا على نشر نتائجها.

أقبلت السيدات المانحات أنفسهن على التعاون معنا، فتحدثن معنا عن السعادة التي شعرن بها نتيجة العطاء، والمسئولية التي أحسسن بها فيما يتعلق ببذل العطاء لمجتمعاتهن، وأممهن، والعالم بأسره. وقد حكين لنا قصصًا تختلف تمام الاختلاف عن تلك التي سمعناها في تسعينيات القرن العشرين.

هذه المرة، كانت النساء حريصاتٍ على المُضي قُدّمًا في العمل الخيري، بالإضافة إلى تثقيف الأخريات، وتقديم الإلهام لهن، وتشجيعهن. لقد كن سعيداتٍ بالاعتراف بعطائهن، وأنهن أصبحن قدوةً لغيرهن. لقد أصبحن يتمتعن بالجرأة اللازمة للانطلاق في مجال العمل الخيري، ليس من خلال تقديم الهبات الضخمة فحسب، ولكن كذلك من خلال ما يبذلنه من جهودٍ جريئةٍ وشجاعةٍ لجعل العالم مكانًا أفضل.

سوف يصبح الكثير مما نورده في هذا الكتاب هو الأساس لجميع جهود جمع التبرعات في المستقبل. لقد أعاد العمل الخيري النسائي اكتشاف عملية جمع التبرعات، وسوف يستمر في هذه المهمة.

(٢) جولة في هذا الكتاب

تَمَّةً موضوعات عدة تمسُّ قضية العمل الخيري النسائي، منها: القيم، والعاطفة، والتعاطف، والمثل العليا، والتنشئة الاجتماعية، والجيل، والنوع الاجتماعي، والخبرة. ومن المهم إدراك ذلك لفهم أفضل سُبُل إشراك المرأة بوصفها من الجهات المانحة. نوصي بقراءة

هذا الكتاب بالكامل، من بدايته. تتناول فصول الكتاب أربعة موضوعات عامة، وهي: الفروق بين الجنسين وإمكاناتهما، وكيفية تقديم المرأة العطاء ودوافعها، والوصول إلى المانحات، وأثر العمل الخيري النسائي.

يتضمّن كل فصلٍ أمثلةً لبعض السيدات الناشطات في مجال العمل الخيري ودوافعهن للعطاء، وسُبل تطبيق المعرفة المكتسبة من كل فصل، ويُختتم بـ «المعلومات السريعة» التي تُلخّص مادة الفصل.

نتناول موضوع الاعتراف بأوجه الاختلاف في الفصلين الأول والثاني: فلماذا يبدو العمل الخيري النسائي مختلفاً، وما هي أهميته لمستقبل المؤسسات غير الربحية. يصف الفصل الأول الفروق بين سلوكيات النساء والرجال، من حيث العطاء والتواصل، ويناقش أسباب هذه الاختلافات، وكذا استراتيجيات معالجة هذه الصفات الخاصة والاعتراف بها، وتحديد مدى أهميتها وفائدتها للمنظمات غير الربحية. ويوثق الفصل الثاني إمكانات المرأة في مجال العطاء، كما يستعرض توسّع المرأة في موقع العمل، ومكاسبها الاقتصادية، وزيادة خياراتها الوظيفية، وإنجازاتها التعليمية. ويشرح هذا الفصل كيف سيطرت المرأة على مواردها المالية، ومن ثمّ على حياتها. يرسم الفصل ملامح العمل الخيري الجديد للمرأة، وكيفية تقديمها العطاء، وتوجُّهها في العطاء. ويُختتم الفصل الثاني بشرح كيف استثمرت جامعة واحدة في المرأة وغيّرت ثقافة العطاء في المؤسسة.

نتناول الفصول الثالث والرابع والخامس سُبل العمل الخيري وأسبابه عند المرأة: كيف تُقدّم المرأة العطاء؟ ماذا تريد المرأة؟ ما هي صفات المرأة بوصفها من الجهات المانحة؟

يبحث الفصل الثالث في دور حركة العمل الخيري العصري للمرأة ودور وسائل الإعلام في تأسيس هذا الدور وتشكيله. تُوضّح الصورة النمطية لعطاء المرأة بالتفصيل مع شرح أفكارٍ للتغلب على أي عقباتٍ قد لا تزال موجودة.

ويصف الفصل الرابع دوافع المرأة مقدمة العطاء باستخدام «المعايير الستة»، وهي: التأسيس، والتغيير، والالتزام، والتواصل، والتعاون، والاحتفال. فضلاً عن المعايير الثلاثة الإضافية التي نتجت عن الأعمال الخيرية النسائية، وهي: السيطرة، والثقة، والشجاعة. ويُقدّم هذا الفصل اقتراحاً عن كيفية دمج المعايير الستة والمعايير الثلاثة الإضافية في جهود التنمية.

ويطرح الفصل الخامس القضايا التي تؤثر على عطاء المرأة، بما في ذلك مراحل وأنماط الحياة، مع التركيز بشكلٍ خاصٍّ على الجيل. ومن خلال القصص ودراسات الحالة من كل جيل، يتعرَّف القارئ على كيفية التعامل مع المرأة «في أي سنٍّ بعينها». تتناول الفصول السادس والسابع والثامن والتاسع موضوع التواصل مع المرأة؛ إذ تطرح استراتيجيات إشراك المزيد من النساء في قيادة الأعمال الخيرية، وبناء علاقاتٍ تستمر مدى الحياة، والحفاظ على ولائهن.

يحتوي الفصل السادس على معلوماتٍ هامةٍ حول كيفية تقييم مدى استعداد المنظمة لزيادة كفاءة إشراك النساء المانحات: استراتيجيات التنمية، والأساليب الناجحة للوصول إلى المرأة من خلال الصندوق السنوي، والهبات الضخمة، والعطاء المخطط له، وغيرها من برامج جمع التبرعات، والبحث عن المانحات.

يسرد الفصل السابع الصفات التي تُضيفها المرأة على العمل الخيري، وكيف يمكن لهذه الصفات أن تعود بالنفع على المنظمات غير الربحية. كما يشمل الفصل أهمية وفوائد دمج المرأة في المناصب القيادية في المنظمات غير الربحية، فضلاً عن اقتراحات تطوير القيادات النسائية والناشطات في مجال العمل الخيري.

يتناول الفصل الثامن بالكامل عملية تطوير البرامج الخيرية النسائية؛ حيث ينصبُّ التركيز فيه على المبادرات الخيرية النسائية في مجال التعليم العالي وحلقات العطاء. ويبرِّد فيه شرح لكيفية تطبيق فلسفة وخصائص هذه البرامج على جميع المنظمات غير الربحية الأخرى كذلك.

أما الفصل التاسع، فيدرس المراحل الخمس لرحلة العمل الخيري النسائي، ونظرة المرأة للمنظمات غير الربحية في كل مرحلة، مع التركيز على تعليم الجهات المانحة. يتم توفير منهجٍ كاملٍ باستخدام «أفضل الممارسات» وشرح كيفية تقديم هذا البرنامج المالي والخيري الجديد للمرأة على أفضل نحو.

يتناول الفصلان العاشر والحادي عشر مستقبل العمل الخيري؛ من حيث تأثير الحركة النسائية الخيرية ومستقبلها.

يعرض الفصل العاشر كيف تمكنت نساء يتسمن بالجرأة من التحرك بالعمل الخيري إلى مستوياتٍ جديدة، مع الاهتمام بصناديق التمويل النسائية وزيادة تنوع العمل الخيري النسائي. ويحتوي هذا الفصل على وصفٍ متكررٍ لعطاء المرأة وكيفية تقديمه: المرأة، والأسباب، والنتائج.

ويتناول الفصل الحادي عشر ضرورة إضفاء الطابع المؤسسي على العمل الخيري النسائي ويحاول أن يتنبأ بما سيكون عليه العالم إذا استخدمت السيدات، في عملهن معاً وفي عملهن مع المنظمات غير الربحية، سماتهن الخاصة وسلطاتهن وعملهن الخيري لمعالجة القضايا الراهنة.

(٣) من سيرغب في قراءة هذا الكتاب؟

يخاطب هذا الكتاب جميع من يرغبون في معرفة المزيد عن الأعمال الخيرية، وسوف يلقي استحساناً من جميع القراء من مختلف الأجناس والأعراق والمجتمعات. ويُمثّل الكتاب أهمية خاصةً لمسئولي التنمية، والناشطين في العمل الخيري، وجامعي التبرعات من المتطوعين، وموظفي وأعضاء مجالس إدارات المنظمات غير الربحية، والمديرين التنفيذيين للشركات والمؤسسات، ومستشاري جمع التبرعات، والمنظمات النسائية، والمستشارين الماليين، وشركات برامج الكمبيوتر، ومتخصصي التسويق، والساسة، والمسؤولين الحكوميين، والمعلمين، والمعنيين بوضع المرأة ودورها ومسئوليتها في المجتمع الأمريكي.

(٤) شريك جديد

ركزت أبحاث كثيرة على مدار الأعوام العشرين الماضية على الاختلافات في أنماط العطاء عبر الأجيال المختلفة. إن الأجيال التي كانت مجرد نقاط في الأفق في عام ١٩٩٥ أصبحت الآن في موقع الصدارة، ولا سيما جيل الطفرة إكس (المواليد بين عامي ١٩٦٥ و ١٩٧٦) وجيل الطفرة واي (المواليد بين عامي ١٩٧٧ و ١٩٨٥). وبُغية استكشافهم وتمثيلهم على أكمل وجه في هذا الكتاب، جئنا بباقي بودوان-شوارتز. وبصرف النظر عن مؤهلاتها في مجال العمل الخيري، بافي زوجة وأم لأربعة أطفال تتراوح أعمارهم بين الطفولة والمراهقة؛ مما يجعلها على علمٍ بكثيرٍ من القضايا الهامة التي تواجه المرأة والأسرة اليوم. ونحن فخورات للغاية بمشاركتها في هذا العمل.

لطالما كانت رؤيتنا هي مساعدة النساء على العمل بوصفهن شريكاتٍ مع غيرهن من النساء ومسئولات التنمية لإحداث التغيير والمساعدة في رسم ملامح العالم الذي سيورثه لمن بعدهن. لقد كرّسنا حياتنا للمرأة والعمل الخيري، وكانت النتائج مُرضية للغاية. ونحن نعلم أن العمل الخيري النسائي يمكن أن يؤدي إلى تغيير العالم بما في صالح أبنائنا وأحفادنا.

الجزء الأول

الاعتراف بأوجه الاختلاف

الفصل الأول

المرأة لا تقل مكانةً عن الرجل

إن ما يُثَلِّج صدري على وجه الخصوص فيما يتعلق بنمو حركة العمل الخيري بين صفوف النساء ليس فقط مشاركة المزيد من النساء وبمستويات عطاءٍ متزايدةٍ فحسب، ولكن أيضًا التغيير الذي أحدثه ذلك في تفكيرنا بشأن الكيفية التي يمكن بها إشراك المرأة – والرجل – في العمل الخيري؛ فلم نَعُدْ نشعر بالراحة تجاه انتهاج الطريقة عينها في جميع الأوقات وفي كل الظروف، بل أصبحنا نرى أن البشر يُقَدِّمون على العطاء لأسبابٍ مختلفة، ويستجيبون لرسائلٍ مختلفة، ويرغبون في المشاركة بطرقٍ مختلفة؛ ولهذا السبب نُجري الأبحاث، ونضع الاختبارات، ونطرح الأسئلة، ونُصغي. لقد أصبحنا أكثر انفتاحًا تجاه استكشاف استراتيجياتٍ جديدةٍ وخَلَاقَةٍ للتعامل مع المتبرعات بالطريقة التي تناسبهن، ومن خلال وسائلٍ تُعمِّقُ قيمهن وأهداف القضايا التي يهتمن بها. وقد استفدنا جميعًا على نحوٍ هائلٍ جراء هذا التحول.¹

إديث فولك، رئيس مجلس الإدارة والمدير التنفيذي
شركة كامبل أند كومباني، شيكاغو، إلينوي

ما الاختلافات بين الجنسين إلا كذلك؛ اختلافات في التفكير والمظهر والسلوك والتواصل. (فضلاً عن الاختلاف الكبير في الأعضاء التناسلية والصوت.) ليس في هذه الاختلافات ما يمكن أن نصفه بأنه سيئ أو خاطئ، على عكس ما تُصوِّره وسائل الإعلام، والأمر ليس معركةً بين الجنسين. وإذا حدث ذلك، فسوف يكون مدمرًا للجنسين معًا. علينا أن نفهم

أنه تَمَّتْ اختلافات، وأنها تؤثر على سُبُل تواصلنا معاً؛ فالذكر والأنثى يُكْمِلُ كُلُّ منهما الآخر، ويحتاجان إلى أوجه الاختلاف التي يتمتع بها كلُّ منهما من أجل تحسين عالمنا. تتناول كتبٌ ومقالاتٌ ومسرحياتٌ وأفلامٌ عديدة أوجه الاختلاف بين الجنسين، غير أن الكتاب الذي أحدث ثورةً كان كتاباً قصيراً ألفته كارول جيليجان عام ١٩٨٢، الأستاذة بجامعة هارفرد تحت عنوان: «بصوتٍ مختلف: النظرية النفسية وتنمية المرأة»² وفي هذا الكتاب، تزعم جيليجان أن المرأة قد أُسيء فهمها في الماضي، ويجب الاستماع إليها في ضوء ما يُميِّزها عن الرجل. كان هذا بمنزلة كشفٍ جديدٍ لمعظم الناس، خاصةً الكثير من النسويين والنسويات، الذين زعموا أنه لا توجد اختلافات بين الذكر والأنثى.

راقبت جيليجان الأطفال وهم يلعبون والرسائل الاجتماعية التي يتلقونها ممن حولهم من الأشخاص. ومن خلال هذه الملاحظات خَلَصَتْ إلى أن للمرأة نزعاتٍ أخلاقيةً ونفسيةً تختلف عن تلك التي يتسم بها الرجل، كما أن معنى القيم لديها مختلف. قالت جيليجان كذلك إن المرأة تُفكِّرُ بصورةٍ أكبر من منطلق العلاقات، بينما يفكر الرجل من منطلق القواعد. أحدث الكتاب هزةً في علم النفس وقت صدوره، وما زال تأثيره قائماً حتى يومنا هذا. لقد دُهلنا من الرسائل التي حوّاها الكتاب، والتي قمنا باستخدامها مبكراً في عملنا الخاص بالأنشطة النسائية الخيرية. وأمکننا أن نرى كيفية تأثير هذه الاختلافات الفريدة على دوافع المرأة للتعطاء، وكذلك الوسائل التي تُطالب من خلالها المرأة بتقديم العطاء.

من المنطقي أن نقول إنه إذا كانت المرأة تُفكِّرُ بطريقةٍ تختلف عن طريقة تفكير الرجل، وكانت قيم كلِّ منهما مختلفة، فإن أنشطتهما الخيرية ستكون مختلفةً كذلك. ونظراً إلى أن المرأة تفكر كثيراً في العلاقات والرعاية، فقد خَلَصْنَا إلى أنها تودُّ أن تدعم القضايا التي تساعد في حل المشكلات الاجتماعية. كما أننا استقيننا من كتاب جيليجان نظريةً مفادها أن المرأة كانت بحاجةً إلى إظهار صوتها في مجال العمل الخيري، وكانت مهتمةً دائماً بالعمل الخيري مع غيرها من النساء؛ وهذه هي الفلسفة التي تكمن وراء دوائر عطاء المرأة ومبادراتها في العمل الخيري.

تجدد قراءة كتاب «بصوتٍ مختلف» اليوم — في ضوء تنامي الدور الذي تلعبه المرأة في العمل الخيري — من أجل فهم دوافع المرأة والتزاماتها الأخلاقية، وكذلك نظرة بني جنسها لما هو مهمٌ في الحياة من واقع خبرات المرأة. وسواءً أتفقنا أم اختلفنا مع نظريات جيليجان، فقد كانت مصدر إلهامٍ لأبحاثٍ جديدة، ومبادراتٍ تعليمية، وحواراتٍ سياسية؛ ما ساعد المرأة والرجل على فهم كلِّ منهما الآخر من هذا المنظور المختلف.

سوف يبحث هذا الفصل عددًا من هذه الاختلافات وكيف تتّرجم إلى واقعٍ عمليٍّ في مجال العمل الخيري.

(١) الطبيعة في مقابل التنشئة: كل شيء يبدأ من المخ

يُظهر عدد من الدراسات الاختلافات الكبيرة بين مخ المرأة والرجل، ومن ثمَّ سلوك كلِّ منهما. فعلى سبيل المثال، يقول باحث في جامعة بنسلفانيا إن الرجل يفقد أنسجة مخه أسرع ثلاث مراتٍ من المرأة، ويصاحب ذلك فقدان جزءٍ من الذاكرة والتركيز والقوى العقلية. ويخلص د. روبين سي جور إلى أن ذلك هو السبب في أن ضمور مخ الرجل يجعله أكثر عصبية؛ ومن ثمَّ يجعله «رجلاً مُسنّاً غاضباً».³

هناك أيضاً ذلك الاستنتاج الأقل دقةً الذي توصل إليه لورانس سامرز، الرئيس السابق لجامعة هارفرد، والذي يذهب إلى أن الاختلاف بين مخ الرجل والمرأة قد يكون أحد التفسيرات وراء ندرة تقلد المرأة لمناصبٍ علميةٍ وهندسيةٍ في الجامعات الكبرى بالبلاد.⁴ وقد كلّف هذا الاستنتاج سامرز وظيفته ودفع النساء في جميع أنحاء البلاد إلى الترقّي وإثبات عكس ذلك. وتقول جانيت هايد، أستاذة علم النفس بجامعة ويسكونسن، إن ملاحظات سامرز كانت مصدر إلهامٍ لها في إتمام أبحاثها.⁵ وفي تحليلٍ أُجري على قرابة سبعة ملايين طالبٍ صدر في عام ٢٠٠٦، خلّصت هايد إلى أن الاختلافات بين الجنسين فيما يتعلق بالرياضيات والعلوم لا تُذكر؛ وهو ما يدعم تحليلًا آخر أجرته عن الرياضيات في عام ١٩٩٠.⁶

لا يرتبط الأمر بتفضيل مخ الأنثى على مخ الذكر، بل نحتاج في الحقيقة إلى الجنسين معاً؛ فنحن نحتاج إلى جميع قوانا العقلية للمساهمة في النتاج الفكري لهذا البلد، بما في ذلك الأنشطة الخيرية.

يتفق معظم الباحثين تمام الاتفاق على حقيقتين تتعلقان بالمخ: أن مخ الرجل أكبر حجماً من مخ المرأة، لكن المرأة لديها عدد أكبر من الخلايا العصبية،⁷ وأن الجسم الثفني لديها أضخم من نظيره لدى الرجل.⁸ هذه الكتلة من الألياف والأنسجة التي تربط النصفين الأيمن والأيسر من المخ ترسل معلوماتٍ ذهاباً وإياباً بين جزأي المخ الأيمن والأيسر؛ ونتيجةً لهذا الجسم الثفني الضخم، تستطيع المرأة القيام بمهامٍّ متعددةٍ أكثر من الرجل؛ وهو ما كان بلا شكَّ ضرورياً عندما كانت المرأة تعتني بالأطفال، وتحافظ

على النار متقدة بالمنزل، وتطهو، وتصنع الملابس، وتعمل في الحقول، بينما كان الرجل يخرج للصيد.

تطبيق عملي: حرّيُّ المرأة النظر إلى جميع جوانب المشكلة أو الحل: سواءً من الجانب الأيسر من المخ، الجانب الأكثر واقعية، أو الجانب الأيمن من المخ، الجانب الأكثر عاطفية؛ فالمرأة بحاجة إلى أن ترى الصورة الكبيرة، وليس فقط جزءاً منها. اعرض على المرأة القصة بأكملها، وجميع الحلقات من البداية للنهاية.

(٢) التواصل: هي تقول، وهو يقول

في الوقت الذي ركزت فيه د. جيليجان على النظريات النفسية المتصلة بنمو المرأة والرجل ورأت أن صوت المرأة لم يكن مسموعاً، فقد سعت ديבורا تانين — عالمة اللغويات، والكاتبة، والأستاذة بجامعة جورج تاون — لمعرفة ما إذا كان التواصل عند المرأة مختلفاً عن نظيره عند الرجل أم لا. وقد كان كتابها المبدع «أنت لا تفهمني: حوار بين المرأة والرجل»⁹ — الذي أقرت فيه بوجود اختلافات بين المرأة والرجل في طريقة التواصل — من أعلى الكتب بيعاً في عام ١٩٩١، كما أن المصطلحين اللذين صكتهما، «حوار الألفة» و«حوار التقرير»، باتا يترددان في مناقشات الناس لتلك الاختلافات: بمعنى أن النساء يستخدمن الحوار بوصفه وسيلة لتعرّف بعضهن على بعض، بينما يتحدث الرجال بُعْيَةً نقل المعلومات.

لم تكتب تانين فقط عن الطرق التي يتحدث بها الرجل والمرأة والكلمات التي يستخدمانها، ولكنها كتبت كذلك عن أفعالهما. ولرؤية هذه الاختلافات بوضوح، تخيل صورة الرجلين في فيلم «طرق جانبية» الذي تم إنتاجه في عام ٢٠٠٤؛ فالشخصيتان الرئيسيتان، مايلز وجاك، كانت تبدو عليهما أقصى درجات الراحة وهما يجلسان جنباً إلى جنب في حانة أو سيارة. نادراً ما كان الممثلون الذكور ينظر بعضهم إلى وجوه بعض مباشرة، وإنما كانوا ينظرون بشكل جانبي بحيث يُعبّرون عن علاقة مجردة أكثر من كونها علاقة شخصية. وفي المقابل، يتم تصوير النساء في الأفلام في معظم الأحيان — ما يمكن ممارسهن الجنس أو يقمن بجولات تسوق — وهنّ يجلسن حول مائدة أو يتحلقن في دائرة كما في المسلسل التلفزيوني «الجنس والمدينة»؛ حيث تجلس النساء الأربع عادةً حول مائدة في مطعم وينظرن مباشرةً بعضهن في وجوه بعض.

ما زالت نظريات تانين عن تواصل المرأة والرجل، شفهيًا كان أم عبر الأفعال، وثيقة الصلة بعالم اليوم كما كانت وقت تأليف كتابها. وتضيف جيليجان أنه نظرًا إلى أن المرأة والرجل هما نتاج ثقافتين مختلفتين، تتكوّن لدينا طرق مختلفة للارتباط والتواصل.

تطبيق عملي: اقرأ عن الأساليب المختلفة للتواصل بين الجنسين وكن على وعيٍ بها عند التحدّث مع المتبرعات. ضع في حسابك اهتمام المرأة بالجوانب الشخصية في حوارك واستفد منه في المناقشة قبل طرح أحد الحلول.

(٣) أفكار حول المال

للمرأة والرجل مشاعر ومعتقدات مختلفة فيما يتعلق بالمال؛¹⁰ فالكثير من الرجال يميلون إلى اعتبار زيادة ثروتهم غايةً في حد ذاتها، بينما تنظر النساء إلى أموالهن في سياقٍ أرحب؛ بوصفها وسيلةً للاستقلال، أو رعاية الأطفال، أو تقديم المنح من منطلق إنساني.

وفيما يتعلق بالقدر الكافي من الأموال، تقول ليندا باش،¹¹ رئيس «المجلس القومي لبحوث المرأة»: «فيما يخص النساء، يتعدى الأمر روح الإثارة المرتبطة بجمع التبرعات، ليمتدّ إلى الأغراض الاجتماعية التي يمكن أن يُستخدَم من أجلها هذا المال. ما رأيانه من بعض النساء في أبحاثنا بشأن المرأة وإدارة الأموال هو أن لديهن إحساسًا صائبًا عن جمع القدر الكافي من المال والإنفاق.»

تشير باش إلى جاكى زينر باعتبارها مثالاً؛ ففي عام ١٩٩٦، كانت زينر أصغر امرأة وأول تاجرة يُعرض عليها منصب الشراكة في شركة جولدمان ساكس. وعقب مغادرتها للشركة في عام ٢٠٠٢ وهي في سن الخامسة والثلاثين — وبعد أن حققت مكاسب ماليةً جيدة — أصبحت منخرطةً في الأعمال الخيرية من خلال أنشطتها الإنسانية المتعلقة بالتمكين الاقتصادي للمرأة.

كاثرين هينش، الموظفة السابقة بشركة مايكروسوفت والمدير المؤسس ورئيس مجلس الإدارة لبيت خبرة «مشروع أخلاقيات المهن الحيوية للمرأة» في سياتل، لها آراؤها الخاصة بشأن المرأة والمال. تعتقد هينش أن المرأة في الأربعينيات والخمسينيات من عمرها تكون أكثر قابليةً لدراسة ما تريد أن تفعله للعالم بدلاً من التفكير في الإرث الذي تريد أن تتركه لذريتها. وتقول هينش: «أفكر في المرأة من منطلق كوني امرأة ذات قدرات وأحلام.»¹²

تطبيق عملي: من الممكن أن نضع في الاعتبار رعاية برامج لتثقيف المتبرعات من أجل مساعدة النساء على اكتشاف أحلامهن ومناقشة القضايا المالية والعمل الخيري مع غيرهن من النساء في مُنَاخٍ تحكمه معايير الانضباط والود. (انظر الفصل التاسع).

(٤) الرغبة في إحداث فارق

يشرح توماس كافانا — المستشار المتطوع والنائب السابق لرئيس الجامعة للتطوير بجامعة نورثوود في ميدلاند بميشيغان — رؤيته على النحو التالي: «يبدو أن المرأة تجد راحةً عندما تعرف أن عطاءها يُحدثُ فارقاً في حياة الناس، بينما يبدو أن الرجل يميل بشكلٍ أكبر إلى دعم المؤسسات التي ساعدته، مثل كليته، والهيئات التي انتمى إليها في شبابه، مثل الكشافة وأندية الفتيان والفتيات».¹³

ووفقاً لدراسةٍ عن «تاريخ العمل الخيري»، تميل المرأة أكثر من الرجل نحو المساهمة في القضايا التي تؤمن بها بقوة، وتستمر في حمل إرث والديها في التبرُّع لجمعياتٍ خيريةٍ تختص بعلاج مريضٍ مُعَيَّن. وفي المقابل، تقول دونا هول، المدير التنفيذي لشبكة النساء المتبرعات: «يميل الرجل أكثر إلى التبرع للمؤسسات الخيرية التقليدية أو إلى جامعته أو ناديه الرياضي أو كنيسته».¹⁴

ثُمَّ اختلافات أخرى مهمة بين الجنسين نشرها مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا بشأن العطاء؛ إذ تُبين الأبحاث أن:

- المرأة تميل أكثر من الرجل إلى التصريح بالعطاء؛ حيث إن من يملكون الكثير يتحملون مسئولية تجاه من لا يملكون إلا القليل.
- المرأة أكثر ميلاً إلى العطاء من الرجل من أجل الوفاء بالاحتياجات الأساسية والقضايا الصحية.¹⁵

وتقول جوديث نيكولاس، وهي كاتبة ومحللة للاتجاهات من نيويورك، إنه على الرغم من أن الرجل يصف عطاءه على أنه سُدُّ عمليٍّ للثغرات التي لا تستطيع الحكومة، أو لا تريد، سدّها، تصف المرأة عطاءها من منطلقٍ عاطفيٍّ على أنه التزام بمساعدة من يملكون القليل.¹⁶

تطبيق عملي: ضع احتياجات منظمك أو مؤسستك في سياق إحداث الفارق وتحويل الأمور إلى الأفضل. ضع «سياقاً» مختلفاً لقضيتك لإدخال الاتجاه العاطفي. قم

بوضع البرامج التي تساعد الآخرين. لا تخش السؤال عن قضية متفردة بعيدة عن المسار العام للأحداث.

(٥) بناء العلاقات

تمتلك شو-هاردي سوارًا ماركة البندور، عادةً ما يُعلق عليه سائر النساء لسحره وجمال ألوانه. وبدلاً من أن تكتفي بشكرهن على ذلك وتنصرف، فهي تظهر امتنانها بوجه عام للمجاملة، ثم تتحدث قليلاً عن التفاؤل. ويُفضي ذلك في العادة إلى حوارٍ مع السيدة الأخرى يدور حول أمورٍ شخصية.

تقول ديبورا تانين إن صبغ الأشياء بالصبغة الشخصية والمشاركة من طبيعة المرأة؛ فالرجل يميل إلى التواصل من منطلق المكانة الاجتماعية، عادةً من خلال وظيفته، بينما المرأة تميل إلى التواصل من خلال سرد القصص.¹⁷ فجميعنا نتذكر الشخصيات أو الموضوعات بصورة أفضل إذا كانت هناك قصة تتعلق بها؛ حيث تتمثل إحدى فوائدها في المساعدة على بناء علاقةٍ مع الشخص أو الموضوع. ومن خلال سرد القصص، نتعرف على تفاصيل حياة غيرنا من البشر، ونُقارن بين الخبرات، ونكتشف أوجه التشابه.

توضح كاي بالارد، المدير السابق لقسم المنح الكبرى والعتاء المخطط في «الاتحاد الأمريكي لتأسيس التعليم الجامعي للمرأة»، تصوُّرها على النحو التالي: «أعتقد أنه بدلاً من إرشاد المتبرعين المحتملين من خلال صفحاتٍ من الرسوم البيانية، ومعدلات الوفرة، وخرائط التدفق، يتعيَّن علينا سرد قصصٍ ممتعةٍ بأسلوبٍ مسهلٍ وخالٍ من المصطلحات. وينبغي أن تُعطي القصص التي نسردها أمثلةً بسيطةً للمواقف المالية والأسرية التي توضح كيف ... تأتي العطايا بنتائج مفيدة للمتبرعين المعنيين».¹⁸

تطبيق عملي: ابحث عن أوجه التشابه بين حياتك وحياة المتبرعة الحالية، أو المرشحة المحتملة. استكشف التجارب التي كان لها أعظم الأثر على حياتها وأطلعها على وقائعٍ مماثلةٍ مرت بك. اسرد قصةً شخصيةً أو اعرض موقفاً شخصياً خاصاً لشرح قضيتك، ويمكنك عمل هذا بصورةً شخصيةً أو عن طريق أحد المعارف؛ المهم أن تعتمد على القصص وتعرض أمثلةً حية.

(٦) طلب التبرع: من، وماذا، وكيف؟

إلى أي مدى يكون الغرض من التبرع مهمًا مقارنةً بالشخص الذي يطلب تقديمه؟ وفي ضوء هذين العاملين، هل يوجد اختلاف في طريقة استجابة المراة والرجل؟ ترى كولين كونواي-ولش، عميد كلية التمريض في جامعة فاندربيلت، أن المراة والرجل يستجيبان بطريقة مختلفة بالفعل، وتقول: «المراة تُقدّر العلاقة مع الشخص الذي يلتمس المنحة وتُقدّر العلاقة بالقضية، بينما السؤال (من الذي يطلب؟) هو الأكثر أهميةً عند الرجل.»¹⁹ بمعنى آخر، على الرغم من أن المراة تكون أكثر ميلًا إلى العطاء عندما يطلبه شخص تعرفه، إلا أن القضية يجب أن تكون ذات أهميةٍ لديها حتى تنظر إليها بعين العاطفة والحب والشفقة. وعلى الجانب الآخر، يتأثر الرجل غالبًا بتصوّره عن الشخص الطالب: هل هذا الشخص له تأثير مهم على حياته المهنية؟ هل سيكون طالب المنحة مدينًا له لأنه ساهم في قضيته؟

وقد ذهب بروس فليسنر، الرئيس المؤسس لشركة بنتز والي فليسنر للاستشارات في مدينة مينيابوليس، إلى أبعد من ذلك، فقال: «يُكوّن الرجال العلاقات من خلال المنافسة؛ فنحن نضغط على أصدقائنا المقربين لكي يُقدّموا منحةً؛ لأن قدرتنا على إزعاجهم تُعدُّ دليلًا على أننا أصدقاء مخلصون. لا أتذكر مطلقًا أنني سمعت امرأة تقول: «أود زيارة صديقتي سو وأضغط عليها من أجل الحصول على آخر عشرة سنتات لديها.» عند الرجل، هذا الأمر يدل على اهتمامنا.»²⁰

تطبيق عملي: راجع ملفات المتبرعين والمتبرعات لديك وتعرّف على أكثرهم صلةً بعملائك المحتملين من النساء، على أن تكون تلك النساء داعماتٍ في الوقت ذاته للقضايا المؤسسية. لا تستخدم أسلوب الضغط بواسطة الأقران عند طلب المنحة. ومع ذلك، لا حرج من ذكر الأشخاص الذين ترتبط بهم المراة بعلاقةٍ للتشجيع على التعاون وليس المنافسة.

(٧) الوقت والتفاصيل

وجدنا من واقع التعامل مع المراة أنها تريد الاستماع إلى كافة الجزئيات من البداية إلى النهاية، وكذا الاستراتيجية المعتمدة. على سبيل المقارنة، يسعى الرجل إلى الحصول على الملخص العملي؛ بينما تسعى المراة إلى الحصول على التقرير بأكمله. نعم، إن الأمر

يتطلب وقتاً أطول لعرض التقرير بأكمله؛ فالعمل مع المرأة يستغرق بالفعل وقتاً أطول؛ فهي تسأل عادةً أسئلةً أكثر ولا تقفز إلى النتائج وإن بدت منطقية.

عندما كانت شو-هاردي تقوم بجمع المال لصالح حزبٍ سياسيٍّ في واشنطن العاصمة، كانت تشترك مع لجان العمل السياسي، التي كان يرأسها رجال في معظم الأحيان. كان من اليسير تماماً الحصول على الأموال؛ لأن الرجال كانوا يريدون فقط معرفة هوية السياسي الذي سيذهب إليه المال ومقدار المال المطلوب. لم يتطلب الأمر بالتأكيد كثيراً من الوقت، غير أنه لم يكن يُسفر دائماً عن كثيرٍ من الالتزامات المستمرة. وبالطبع كان المتبرع يعتبر أنه قدّم بهذا خدمةً إلى السياسي؛ وكان ذلك شيئاً مُسلماً به. ولم يكن هناك داعٍ لإجراء أي مفاوضاتٍ من الأساس.

تطبيق عملي: كن على استعدادٍ لتخصيص وقتٍ للإجابة عن الأسئلة وتقديم المزيد من المعلومات، مع إدراك أنه على الرغم من أن المرأة قد تحتاج إلى وقتٍ أطول لكي تتخذ قراراً، فإنها متى اتخذت هذا القرار تصبح عادةً ملتزمةً به.

(٨) التقدير والامتنان

في الأبحاث التي أجرتها «المؤسسة الوطنية للنساء صاحبات المشروعات التجارية» مع النساء اللاتي يمتلكن شركات، كانت ٤٠٪ فقط من هؤلاء النساء صاحبات المشروعات الكبيرة حريصاتٍ على التقدير.²¹ ويرى استشاري المنظمات غير الربحية توماس كافانا أن تلك الأبحاث، التي تعود إلى عام ١٩٩٩، لا تزال تنطبق على الوضع اليوم: «إن المرأة المتبرعة تميل إلى كونها محددةً جداً في عطائها من حيث إنها تريد أن ترى نتيجة عطائها أكثر من انتظار التقدير المُصاحب له. في المقابل، يبدو الرجل متطلعاً إلى أن يكون سخاؤه محلَّ تقديرٍ على نحوٍ أكثر واقعية، كأن يتم كتابة اسمه على مبنى معين.» وتتفق مع ذلك كونواي-ولش قائلة: «عند العطاء، يريد الرجل أن يحصل على التقدير، بينما ترغب المرأة في المشاركة.»

يربط مستشار العمل الخيري، روبرت شارب، ذلك الأمر بالنقطة التي تحدّثنا عنها من قبل؛ وهي أن المرأة تريد إحداث فرق؛ فهو يرى من خلال خبرته أن الزوج يكون عادةً أكثر اهتماماً بتحديد الفرص (فهو يطلق عليها «بناء النصب التذكاري»)، وجمع المزيد من المال مقارنةً بالفصل الدراسي السابق، واستخدام التبرع في دعم حياته المهنية؛ بينما تسعى المرأة إلى إحداث الفرق في المجتمع غير مدفوعةً بالحاجة إلى التقدير.²²

ومسألة التقدير لا تكتمل من دون التحدُّث عن إخفاء الأسماء (وهو أحد الاعتبارات المرتبطة بالأجيال، والذي سنناقشه باستفاضة في الفصل الخامس). فالمرأة في «الجيل التقليدي» تميل بشكل أكبر إلى إخفاء اسمها؛ حيث كان من غير المهذب للنساء في جيلها مناقشة الأمور المتعلقة بالمال والتعبير بصفة خاصة عن ذلك من خلال وضع اسمهن على البنائات. غير أن هذا الاتجاه في سبيله إلى التغيير لأن المرأة باتت تدرك ضرورة أن تصبح نموذجًا تحتذي به الأخريات من حيث القيام بأدوارهن المنوطة بهن؛ وتستمتع نساء مثل دارلا مور (انظر الفصل الثالث) وكريستين لودويك برُدود الأفعال المتعلقة بالمنح التي يُقدِّمنها.

تقول لودويك إنها لا تشعر بالضيق مطلقًا عندما يُذكر اسمها برُفقة زوجها فيليب عند تقديم منحة للمعاونة في بناء «مركز الزائرين بجامعة كونيتيكت»، وتضيف: «الناس يتساءلون عما إذا كنت أنا لودويك التي تبرّعت للمبنى، وهم يفعلون ذلك بطريقة لطيفة جدًا. أعتقد أن المسألة لا تتعلق بالاسم أو المال، إنها تتعلق بأسلوب تعاملك مع ذلك. إن تقديم تلك المنحة ووضع اسمي بجانب اسم زوجي على ذلك المبنى يجعلني سعيدة جدًا؛ لذا فإن الآخرين يشعرون بالسعادة من أجلي ومعني.» وتُثني كريستين على فيليب لأنه شجّعها على وضع اسمها على المبنى بجانب اسمه؛ «كان يرى أن من دون هذه الخطوة لن يدرك أحد أن ثمة امرأة كان لها دور في تشييد هذا المبنى.»²³

عندما شاركت شو-هاردي في تأسيس «جماعة الأجيال الثلاثة لمُقدِّمي العطاء من النساء» في مدينة ترافيرس بميشيجان، أرادت التأكّد من أن النساء سيوافقن على طباعة أسمائهن. وقد وفّرت طريقة يسيرة للقيام بذلك؛ حيث طلبت من النساء أن يقدّمن منحتهن تكريمًا أو تخليدًا لذكرى شخص ما في الأجيال الثلاثة لعائلتهن. راقّت الفكرة للنساء ولم يجدن أي تأنيبٍ للضمير على الإطلاق في أن يتم ذكر منحتهن التي تبلغ آلاف الدولارات في المنشورات؛ لأن المنحة وقتها كانت مرتبطة بشخص تربطه بهن علاقة شخصية وثيقة. ونوَّكد على هذه النقطة نظرًا لأن أكثر شيء، على الإطلاق، تشكو النساء منه هو الثناء على رجالٍ بسبب منحٍ قدمتها نساء. وعلى نفس المنوال، شكّت إحدى السيدات في واحدةٍ من مجموعات طرح الأفكار التابعة لنا من أنها وزوجها قدّما منحة معًا لجامعتهم، غير أن زوجها كان هو فقط من وصله دعوات حضور مباريات كرة القدم. العجيب أن زوجها غير مهتمّ بحضور المباريات في حين أنها مهتمة بذلك، لكن لا يتم إدراج اسمها بالدعوات. وللمرء أن يتساءل كيف سيكون شعورها تجاه جامعتها عندما تصبح أرملة على سبيل الافتراض.

تطبيق عملي: عند تقديم منحة، سل عن الطريقة التي يريد الطرفان أن يتم تقديرهما من خلالها. هل ستُكتب باسم المرأة؟ أم الرجل؟ أم باسميهما معاً؟ راجع نظام حفظ السجلات لمؤسستك غير الربحية وتأكد من أنه يتوافق مع رغبات المتبرعين في جميع أقسام المؤسسة. وإذا اتصلت بك إحدى السيدات بسبب حدوث خطأ ما، فاعتذر بشدة وغير رسالة الامتحان، مع الوعد بعدم تكرار ذلك مستقبلاً. واحرص دومًا على دعوة كل من الزوجين، ما لم يُطلب منك خلاف ذلك.

شجّع النساء على الموافقة على استخدام أسمائهن في المنح المقدمة. واعلم أن التقدير وحده ليس حافزًا لكي تُقدّم المرأة المنحة؛ فالشيء موضع الاعتبار لديها هو القضية ذاتها، وكيف يتم إشراكها، وكيف لمنحتها أن تُحدث فارقًا. وفرّ فرصًا للنساء لكي يُكرّمن ويخلدن ذكرى أشخاص آخرين من خلال ما يقدمنه من منح.

(٩) العمل التطوعي

يبدو أن المرأة أمضى عزمًا من الرجل فيما يتعلق بالانخراط في مجتمعا. وفقًا لدراسة «تاريخ العمل الخيري»، تنظر المرأة إلى العمل التطوعي بوصفه جزءًا من حياتها؛ وفي المقابل، اعتاد معظم الرجال على القيام بالأشياء نظير أجر. يقول ميشيل ونجفيلد، وهو متطوع في نفس الدراسة عمل جنبًا إلى جنب مع نساء ورجال: «يميل الرجال إلى التجاوب مع الأزمة؛ فهم يتفاعلون مع الأحداث، بينما تستبق النساء الأحداث. يجلس الرجال مع جرابهم في انتظار شخص ما يهاجم القرية، بينما تجمع النساء التوت ويربين الأطفال ويملن بوجه عام إلى وضع الأمور في نصابها».²⁴

عملنا في مناسبات عديدة في مجالس الإدارات مع رجال كانوا يعملون بجدّ باعتبارهم متطوعين. ومع ذلك، فقد كانوا قبل سنّ التقاعد أقلّ رغبةً في التطوع، ما لم يكن ذلك يتضمن منصبًا قياديًا. وعلى الجانب الآخر، لا تمنع النساء عادةً في وضع الخطابات داخل الأظرف والرد على الهاتف من غير أن ينتظرن مكافأة نظير ذلك.

في وقت ما من الماضي كانت المرأة تساوي بين بذل وقتها وبذل مالها. غير أن نساء اليوم ينظرن إلى الوقت على أنه شيء نفيس، ويبدو أن معظمهن يدركن الآن الفارق، ويدركن أن بذل المال يعني القدرة على التأثير على المنظمة. هذا يختلف عن بذل الوقت الذي يكون عادةً أكثر تأثيرًا على الشخص وليس المنظمة.

ترغب المرأة حقاً في الانخراط في المؤسسات التي تدعمها، حتى إنه في الدراسة المذكورة سابقاً التي أجرتها «المؤسسة الوطنية للنساء صاحبات المشروعات التجارية»، أظهرت النساء اللاتي يمتلكن شركاتٍ أنهن يُردنَ تكوين العلاقات، مثل الانخراط في توجيه الفتيات بالمدارس التجارية. ويأتي العمل في وظيفة مستشارة متطوعة أو التواصل مع الطالبات أو البنات على رأس قائمة الوسائل التي تختارها المرأة للمشاركة؛ فلا تكتفي المرأة بتحرير شيك، بل تريد المشاركة الشخصية كذلك — أو على الأقل أن تُتاح لها الفرصة للقيام بذلك.

تطبيق عملي: ترى ديبرا ميش، مدير «معهد المرأة للعمل الخيري» في مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا عام ٢٠٠٧، أن «احتمالية تقديم منحة تزيد طردياً بزيادة الوقت المخصص للتطوع؛ وبهذا المعنى فإن الوقت يساوي المال في واقع الأمر، وتطوير أنشطة المتبرعات عملية تستحق الوقت الذي يُنفق من أجلها.»²⁵

قم بإنشاء شبكةٍ لمعاونة المتطوعين وانشر هذا على موقع المنظمة على شبكة الإنترنت أو في وسائل الإعلام. أخطر المتبرعات بفرص التطوع، وأدرج الوسائل المتاحة أمام المتبرعات للعمل مع الشباب.

تأكد من وجود منسقٍ متطوعٍ لتدريب المتطوعين ووضع جداولٍ زمنيةٍ لهم. من المعروف أن المتطوعين يُصابون بالإحباط عندما يتم توظيفهم ثم لا يجدون ما يفعلونه؛ وبذلك يفقدون الحماس والنزعة إلى الاستمرار في الدعم سواءً بالوقت أو المال.

(١٠) الولاء

أدركت شركات الاستثمار، وكذا المديرون الماليون، منذ زمنٍ طويلٍ أن المرأة تحتاج إلى وقتٍ أكثر كي تتوصّل إلى قرارٍ مقارنةً بالرجل. وتقول لين إم شميت، رئيس «مجموعة ميريتوس المالية» في إلجين، بولاية إلينوي، إنه إذا أحبّت المرأة العمل الخدمي، فإن العائد سيكون درجةً كبيرةً من الولاء. وتضيف: «الرجل يريد معلوماتٍ أقل، غير أنه لا يميل إلى الالتزام طويلاً؛ حيث يُكثّر من التنقل. أما المرأة فترغب في المزيد من التعليم وتأخذ وقتاً أطول للتوصّل إلى قرار، ولكنها تبقى على ولائها.»²⁶

وحسبما ترى أندريا باكتور، المدير المساعد في «معهد المرأة للعمل الخيري»، فإن الولاء نفسه ينطبق على المرأة عند التبرّع. «إن المرأة متبرعة ملتزمة تهتم بعمقٍ بالقضايا

التي تدعمها.» وتُشبّه باكتور هذا الولاء بذلك الذي يوجد في عالم المستهلكين: «إن مؤشرات الولاء الثلاثة الرئيسية للعلامة التجارية — الثقة، والالتزام، والرضا — هي ذات الصفات التي تبحث عنها المرأة المتطوعة على وجه الخصوص في العلاقات الطويلة الأمد مع المؤسسات غير الربحية.»²⁷

تطبيق عملي: يرتبط الولاء على نحو عميق بالإدارة؛ فهما يعملان معاً. فضلاً عن تقديم الشكر على المنحة، تتحمل المنظمة أيضاً مسؤولية الاحتفاظ بولاء المتطوعين من خلال تطبيق مبدأ المساءلة وتقديم تقارير دورية عن أثر المنح المقدّمة منهم. دع المتبرعات يعرفن أنك تُقدّر مساهمتهن. سوف يعمل اهتمامهن المستمر على إبقاء ولائهن وثقتهن فيك وفي منظمتك.

(١١) وصايا الإرث وعطايا الميراث

ارتبطت وصايا الإرث منذ وقتٍ طويلٍ بالمرأة. وتُبيّن دراسة أجرتها شركة بلاكبود أن معظم الوصايا الخيرية تقوم بها المرأة؛ فعندما ترتب امرأة التبرع بأموالها بعد وفاتها، لا يتعين عليها القلق بشأن استنزاف مواردها أثناء حياتها أو التحوّل إلى «امرأة مُكدّسة للمال».²⁸

وتختلف أسباب وصايا الإرث عند المرأة بدرجةٍ كبيرةٍ عن الرجل؛ فالمرأة أكثر ميلاً من الرجل إلى الاستجابة للمناشادات التي تُركّز على الأثر الذي قد تُحقّقه الوصية، أو قيمة مساعدة من يملكون أقل؛ وذلك طبقاً لأبحاثٍ نشرها مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا. ومع ذلك فإن الرجل والمرأة كليهما دون سن الأربعين يكونان أكثر استجابةً للوصايا التي تركز على الاحتياجات الأساسية.²⁹

ومن المثير للاهتمام أنه في دراسةٍ أجراها «اتحاد العمل الخيري في مجال الرعاية الصحية» في عام ٢٠٠٧، ذكر ٥٤ بالمائة من الرجال الذين تتعدّى أعمارهم الخامسة والستين، ويزيد دخلهم عن ١٠٠ ألف دولار، أنهم تركوا وصايا لأن الجمعيات الخيرية تُقدّم خدمةً أفضل من تلك التي تُقدّمها الحكومة.³⁰ وعلى الرغم من أن الدراسة لم تتوصّل إلى أي نتائج فيما يتعلق بالمرأة، فإن الكثير من النساء يرغبن في مشاركة الحكومة ويعتقدن أن على الحكومة تحمّل مسؤولياتها.

تطبيق عملي: عند العمل مع النساء المتبرعات، ركّز على الكيفية التي ستساعد بها وصاياهن المنظمة على إفادة المجتمع وجعل العالم مكاناً أفضل. شجّع النساء على تقديم تبرُّع خلال فترة حياتهن كي يتمتعن برؤية ثمار هذا العمل.

(١٢) العطاء العالمي

على الرغم من أن الكثير من النساء يذكرن أنهن يفضلن تقديم العطاء داخل مجتمعهن أو إلى المنظمات والمؤسسات التي تؤثر عليهن بصورة مباشرة، فإن المزيد والمزيد من النساء يُقدِّمن العطاء على المستوى العالمي. وحسب دراسة قامت بها كارين ونتريتش في كلية تكساس لإدارة الأعمال، فإن النساء أكثر ميلاً من الرجال لدعم القضايا العالمية.³¹ لماذا تكون المرأة أكثر ميلاً من الرجل إلى العطاء عالمياً؟ في البحث الذي قامت به شو-هاردي وكارمن ستيفنز في عام ٢٠٠٨، ذكرت نساء كثيرات أنهن يعتبرن أنفسهن «مواطنات عالميات» أو «مواطنات كوكب الأرض». ³² وأضافت هؤلاء النساء الخيرات أنهن يُقدِّمن العطاء على المستوى العالمي نظراً للاحتياج الملح؛ بالطبع هن يرينَ هذا الاحتياج على المستوى المحلي، ولكنهن يُدركن الصلة بين القضايا المحلية والعالمية. وقد أظهرت نتائج دراسة ونتريتش أن المرأة أكثر ميلاً من الرجل إلى دعم القضايا «الخارجة عن مجموعتها»، تلك القضايا التي لا تربطها بها أي صلة، مثل ضحايا أمواج المد البحري (تسونامي) حول العالم، بينما يميل الرجل أكثر إلى دعم الضحايا على المستوى الوطني أو «القضايا الداخلية». و«القضية الداخلية» هي التي تنعكس على المرء أو تكون مفضلةً من جانب شخص يضعه الناس في مرتبة عالية. وهذا يتوافق مع الاستنتاجات السابقة بأن المرأة لا تتأثر بالشخص الطالب للعطاء بقدر تأثرها بالقضية ذاتها.

ربما كانت البداية الفعلية لانتشار العطاء العالمي، وبصفة خاصة بين النساء في الأقطار الناشئة، مع القروض الصغيرة الممنوحة للنساء من «مؤسسة جرامين»؛ نساء مثل لوسي بيلينجسلاي التي استثمرت من خلال «مؤسسة جرامين» في مشروعاتٍ مثل جمعية نساء تشياباس.³³

كانت بيلينجسلاي، الابنة الوحيدة لمطوّر العقارات الأسطوري تراميل كرو، في إجازة في سان كريستوبال دي كاساس، بولاية تشياباس في المكسيك، عندما أعجبت بموهبة المرأة المحلية وأسفت في الوقت نفسه للفقر المدقع الذي تعاني منه. وقد تأثرت بما رآته

لدرجة أنها اصطحبت ثلاثين من صديقاتها في دالاس إلى تشياباس للمشاركة في جمع التبرعات لتوفير قروض تمويلية صغيرة لهؤلاء النساء (إقراض النساء اللاتي يعشن ويُرَبِّين أولادهن بأقل من دولارٍ واحدٍ يوميًا). وفي نهاية المطاف، جمعتُ بيلينجسلاي ٤ ملايين دولار من خلال «مؤسسة جرامين». وتُعبّر بيلينجسلاي عن وجهة نظر الكثير من النساء عندما تقول: «لماذا انتهزتُ الفرصة وتحملتُ المسؤولية؟ إنني أفعل ذلك كي أُقدّمها للآخرين مرةً أخرى.»

ومن دالاس أيضًا، تقول تريشا ويلسون، المصممة الداخلية لمنتجع أتلانتيس بجزر الباهاما والفندق الفينيسي في لاس فيجاس، إنها سوف تتذكّر دائمًا ما حدث عندما ذهبت في رحلة سفاري، ودخلت أحد الأكواخ الأفريقية. وجدت هناك كائنًا عمره سنتان يُشبه مولودًا جديدًا. «لن أنسى ذلك المشهد طيلة حياتي. كانت أصابعه منتفخةً ومستديرة، بل كانت مربعة. كان ذلك موجعًا للقلب.»³⁴ كان ذلك منذ خمس سنوات، ومنذ ذلك الوقت شرعت في إنشاء «مؤسسة ويلسون» التي توفر التعليم والمساعدات الطبية للقري التي ضربها الإيدز بالقرب من منزل ويلسون الثاني في جنوب أفريقيا.

وهناك العديد من القصص المشابهة عن النساء اللاتي سافرن بعيدًا ورأينَ متحف اللوفر والقطب الشمالي وركبن الجمال وزُرْنَ دبي. هؤلاء النسوة أردنَ أكثر من مجرد المشاهدة والتحدّث عن رحلتهم الأخيرة. لقد بحثن حولهن خلال أسفارهن ورأينَ مباشرةً وعن كثبٍ مشكلات العالم من خلال عيون المرأة؛ فهن ينظرن إلى النساء في جميع أنحاء الكرة الأرضية بوصفهن شقيقاتٍ لهن، ويشعرن أن عليهن مسؤوليةً وأمامهن فرصة كبرى لمساعدتهن في التخلص من الفقر، كما يدركن أن مساعدة المرأة تعني مساعدة الأسرة والمجتمع، بل ومساعدة العالم الذي يعشن فيه إلى جانب من يُقدّمون لهن يد العون، بصرف النظر عن موقعهن في العالم.

تطبيق عملي: كُنْ على وعيٍ بأن المرأة تهتم بالقضايا العالمية وترى أن ثمة صلةً

بين ما يحدث في محيطها وما يحدث في قارةٍ أخرى. هل توجد وسائل يمكن من خلالها أن تشمل مهمة مؤسستك أو منظمتك على دورٍ عالمي، خاصةً في أقطار العالم الثالث، وتحديداً من حيث مساعدة النساء والفتيات؟ يمكن إنشاء شبكاتٍ اجتماعيةٍ بين منظمتك ومنظمةٍ مماثلةٍ في بلدٍ آخر. اطلب من النساء المتبرعات اللاتي تتعامل معهن أن يُفكّرْنَ في هذا الأمر. لن يكون الجميع مهتمًا بالتواصل على المستوى العالمي، ولكن هذا الاتجاه يبقى قائمًا بالتأكيد.

(١٣) معلومات سريعة

يُظهر العلم وجود اختلافات حيوية وعصبية وسلوكية بين أمخاخ الرجال والنساء؛ فنحن نفكر ونتصرّف ونتواصل بطريقة مختلفة. الاختلاف لا يعني الصواب أو الخطأ، ولولا هذه الاختلافات ما كان هناك مبرر لتأليف هذا الكتاب. ومع ذلك، تخبرنا الأبحاث الأولى التي أجراها مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا أن الشباب الصغار يفكرون مثل النساء إلى حدٍّ بعيد، وهذا يعني أن ملاحظة الاختلافات بين الجنسين أمر مهم للغاية للساعين إلى الحصول على التبرعات من كلا الجنسين.³⁵

إن النساء مجموعة ضخمة ومعقدة. ويتطلب الأمر استثمار بعض الوقت في فهم النساء على نحوٍ جماعيٍّ وفردِي. غير أن النوع يلعب الدور الأكبر في فهم دوافع عطاء المرأة، ويليه الجيل.

تدبّر هذه الاختلافات بين الجنسين عند التعامل مع المرأة المتبرعة:

- تريد المرأة رؤية الصورة بأكملها.
- ترتبط المرأة بالقضايا من خلال القصص.
- تريد المرأة أن يؤدي ما تمنحه إلى إحداث تغييرٍ وفارق.
- تستخدم المرأة الحوار للتعارف فيما بين بنات جنسها على نحوٍ أفضل.
- القضية أكثر أهميةً للمرأة من الشخص الذي يطلب العطاء.
- تقوم المرأة بمهامٍ متعددةٍ وتريد التفاصيل.
- قد تحتاج المرأة إلى فترةٍ من الوقت كي تتوصّل إلى قرار. والبعض يطلق على تلك الفترة اسم «فترة الحَمْل».
- من الأمور المهمة للغاية في نظر النساء تُلقي الثناء الملائم مقابل المنحة التي تُقدّمها.
- يتزايد اهتمام المرأة بتقدير منحتها بصورةٍ علنية، خاصةً إذا كانت تُمثل نموذجًا تحتذي به الأخريات.
- تريد المرأة الحصول على فرص المشاركة مع المنظمة؛ أي التطوع.
- احرص على تزويد المرأة بالمعلومات؛ وبهذا ستطمئن لولائها.
- تهتم المرأة بالأثر المحتمل لما ستتبرّع به من أموالٍ في وصيتها.
- المرأة أكثر ميلًا من الرجل إلى دعم القضايا العالمية.

الفصل الثاني

قوة المال

المرأة الآن هي القاطرة الأعظم للنمو ... دَعِ الصين والهند والإنترنت؛ النمو الاقتصادي تقوده المرأة.

إيكونوميست، ١٢ أبريل، ٢٠٠٦

يُغير مجتمع المرأة كل شيء في حياتنا وعلما اليوم. الآن، ولأول مرة في تاريخنا، تُشكّل النساء نصف القوة العاملة في الولايات المتحدة، وتُمثّل الأمهات مصدر الرزق بمفردهن أو بالاشتراك مع غيرهن في ثُلثي العائلات الأمريكية تقريبا.

«تقرير شريف»: دراسة أجرتها ماريا شريف

و«مركز التقدم الأمريكي»، ٢٠٠٩

لم تُعدِ المرأة تلك الحسناء النائمة التي تنتظر قدوم الأمير الساحر؛ لقد استيقظتْ واكتشفتْ أنها يجب أن تأخذ زمام الشؤون المالية — والتي تتضمن العمل الخيري — قبضتها. وهناك تغيّرات مهمة أخرى ترتبط بمكتسبات المرأة، وتبعات الزواج والطلاق، وإدارة الميراث والمؤسسات الأسرية.

(١) الثروة التي تتركها المرأة

لقد أذهلنا جميعاً — نحن العاملين في مجال العمل الخيري — البحث الذي أجراه بول شيرفيس وجون هافينز في عام ١٩٩٩ عن انتقال الثروة.¹ فعلى مدار الخمسة والأربعين

عامًا التالية، سيجري توريث ٤١ تريليون دولار على الأقل من أفراد جيل الحرب العالمية الثانية والمسنين من جيل «مواليد الطفرة» (وهم مواليد الفترة التي تلت الحرب فيما بين عامي ١٩٤٦ و ١٩٦٤). والأمر الأكثر إثارةً للدهشة هو أن النساء سوف يتحكمن في نهاية المطاف في كثيرٍ من أصول الدولة لأنهن ببساطةٍ يَعِشْنَ أطول من الرجال ويرثن ٧٠٪ من جميع الممتلكات. يُؤدَّنُ هذا ببزوغ فجر العصر الذهبي للعمل الخيري، وسوف تصبح المرأة هي صاحبة القرار. وقد حازت هذه المعلومات المذهلة بلا شكَّ على كثيرٍ من الاهتمام، غير أن ذلك كان غيضًا من فيض؛ إذ وردت كذلك تقارير عن أن عام ١٩٩٩ سوف يشهد كتابة وصايا للجهات الخيرية بقيمة ٦ تريليونات دولار. وتتلخَّص الحقيقة في أن المرأة تُفضَّل دائماً إعطاء وصايا الإرث بوصفها مَنْكًا مخططة؛ والآن باتت تمتلك المزيد الذي تستطيع أن تهبه للآخرين.

ربما الأكثر تشجيعاً هو توجهات المرأة نفسها؛ فقد بدأت في إدراك إمكاناتها، وقوتها، وبصفةٍ خاصةٍ مسئولياتها. وكانت لها هذه الأسئلة:

- كيف لي أن أقدم أموالٍ بطريقةٍ استراتيجية؟
- كيف أستطيع العمل مع الآخرين من أجل تحقيق الاستفادة القصوى من أموالٍ؟
- ما هي احتياجات المجتمع التي يمكن أن أُحدثَ فارقاً فيها؟
- كيف أستطيع بث روح العطاء في الآخرين؟
- ماذا أستطيع أن أفعل كي أصبح رائدةً في العمل الخيري؟
- كيف أستطيع أن أترك إرثاً بارزاً؟

(١-١) المرأة تعطي أكثر من الرجل

أظهرت دراسة مستمرة عن المتبرعين، أصدرها مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، أن المرأة أكثر ميلاً إلى العطاء من الرجل (٨٥,٦ بالمائة في مقابل ٨٠,٧)، وعند نطاق الدخل الأكبر (ما يزيد عن ١٠٠ ألف دولار) تعطي المرأة المزيد، بوضوح وبساطة. وتشير الأرقام عند هذا المستوى إلى أن الرجل يعطي ٣٩٠٤ دولارات، بينما تمنح المرأة ٤٢٢٣ دولارًا سنويًا.²

وقد غطت دراسةً لبنك باركليز عن الثروة في عام ٢٠٠٩ تحت عنوان «مُحسِنو الغد» الدخول الأعلى (فوق مليون دولار)، وأوضحت أن النساء اللاتي لديهن أموال مستثمرة تتعدى المليون دولار في الولايات المتحدة يَهَبْنَ ٣,٥ بالمائة من قيمة صافي دخلهن للعمل الخيري كل عام؛ أي ضعف النسبة المئوية ١,٨ التي يقدمها الرجال.³ وأظهرت دراسةً حول مقارنة الأجيال، أجراها مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، أن جيل مواليد الطفرة هو الذي استهلَّ قيادة المرأة جهود العطاء، ولم يتوقف عند هذا الحد؛ إذ يميل ٨٩ بالمائة من النساء اللاتي وُلدن خلال فترة الطفرة إلى العطاء مقابل ٨٥ بالمائة من الرجال؛ ففي الجيل إكس بلغت النسبة ٨٩ بالمائة مقابل ٨٣ بالمائة؛ وفي الجيل واي كانت النسبة ٨٠ بالمائة مقابل ٧٧ بالمائة.⁴

هل سيستمرُّ هذا النمط؟ هناك احتمال قوي يشير إلى ذلك. على الأقل هذا ما يعتقدُه خبراء الإدارة أصحاب الفكر الثاقب مثل أبريل هاريس، نائب رئيس الجامعة المساعد للتطوير بجامعة ألاباما في هنتسفيل، التي تقول: «حريٌّ بنا أن نحرص على أن تُمثِّل قيادات الخريجين لدينا التركيبة السكانية لهيكل الخريجين. ولا يمكننا أن نستعين بقيمة هذا الموضوع؛ فنحن على وشك الإطلاق الأعظم لمواردنا منذ العصور الوسطى.»⁵ يا لها من عبارة قوية في حق النساء تُبَيِّن من جديد أن هاريس تدرك أن النساء الآن يُشكِّلن ٥٨ بالمائة من خريجي الكليات حاليًّا، وسوف يصبحن متبرعات المستقبل.

(٢-١) مكاسب المرأة من الثروة

تنبأت مجموعة بوسطن للاستشارات في مقالٍ لمجلة نيوزويك في عام ٢٠٠٩ بزيادة الدخل العالمي للمرأة من ٥,١ تريليونات دولار في عام ٢٠٠٩ إلى ١٥,٦ تريليون دولار بحلول عام ٢٠١٣.⁶ ويمثل ذلك فرقًا في إيرادات المرأة بقيمة ١٠,٥ تريليونات دولار خلال ست سنواتٍ فحسب. وعلى سبيل المقارنة، من المُتَوَقَّع أن ينمو الاقتصاد الصيني بقيمة ٣ تريليونات دولار فقط. تجعل هذه الأرقام من يستمع إليها يصيح قائلًا: «رائع!» غير أن الوقت قد حان للاهتمام، ليس بالأرقام فحسب، ولكن أيضًا بالنساء أنفسهنَّ كأفراد؛ فخلف هذه الأرقام توجد سيدات حقيقيات يتمتَّعن بالقدرة على الكسب وبطول العمر. والنساء مؤهلات لإدارة أموال أزواجهن وعائلاتهن؛ مما يعني أنهن سوف يُدِرْنَ كذلك العمل الخيري.

المرأة والعمل الخيري

ورقة عمل ٢-١

إمكانات المرأة في مجال العمل الخيري*

- (١) واحدة من بين ثلاث/خمس/ثمانية نساء أمريكيات ترى نفسها مشاركة في القرارات المالية أكثر مما كانت عليه الحال منذ خمسة أعوام (بحث تأملي، ٢٠٠٦).
- (٢) تمتلك النساء الآن ما يقرب من ثلث/نصف/ثلاثة أرباع الأسهم المتداولة علناً (إحصاء شبكة شيكاغو).
- (٣) اثنان وثلثون/ثلاثة وأربعون/خمس وستون بالمائة من كبار أصحاب الثروات في البلاد (أفراد يمتلكون أصولاً قيمتها ١,٥ مليون دولار فأكثر) من النساء. وقُدرت أصول ١١٧٣٠٠٠ امرأة بمبلغ ٣,٢ / ٤,٠ / ٤,٦ تريليونات دولار (أرقام مكتب ضريبة الدخل الأمريكي لعام ٢٠٠٤).
- (٤) سوف يؤول ٥ / ٢٥ / ٤١ تريليون دولار إلى مواليد جيل الطفرة على مدار الخمسة والأربعين عاماً القادمة (تاريخ التعليم العالي، ٦ يوليو ٢٠٠٧).
- (٥) النساء يُعمرن أكثر من الرجال وسوف يرثن ٥٠ / ٦٠ / ٧٠ بالمائة من جميع الممتلكات (تاريخ التعليم العالي، ٦ يوليو ٢٠٠٧).
- (٦) زادت تبرعات النساء لصالح العمل الخيري بأكثر من ٨ / ١٠ / ١٥ مليار دولار سنوياً منذ عام ١٩٩٦ (حقائق مذهلة ٢٠٠٣).
- (٧) تمتلك النساء ١٠,٤ ملايين شركة - ما يقرب من ربع/ثلث/نصف/ثلاثي المشروعات المملوكة لأشخاص في البلاد - ويحققن مبيعاتٍ قيمتها ٥٠٠ مليار دولار/ ٧٥٠ مليار دولار/ ١,٩ تريليون دولار (مركز بحوث إدارة الأعمال المرأة، ٢٢ مايو ٢٠٠٧).
- (٨) في عام ٢٠٠٠ ربحت النساء أكثر من مليار/مليار ونصف/تريليون دولار (أوبنشو، مجلة مجريات الأحداث، مارس ٢٠٠٢).
- (٩) من المتوقع امتلاك المرأة لنصف الثروة في الولايات المتحدة بحلول عام ٢٠١٠ / ٢٠٢٠ / ٢٠٢٥ (تاريخ التعليم العالي، ٦ يوليو ٢٠٠٧).
- (١٠) النساء المليونات يساهمن بنسبة ١٠ / ٢٠ / ٢٧ بالمائة من القوة الشرائية البالغة ٣,٧ تريليونات دولار لجميع النساء بالولايات المتحدة (السوق المتخصصة ٨٥٪: قوة النساء من جميع الألوان، ميريام مولي).
- (١١) الجزء الأكبر من ممتلكات الإرث سوف تقع في النهاية في أيدي النساء في السنوات الخمس/العشر/الخمس عشرة القادمة (مجلة مجريات الأحداث، مارس ٢٠٠٢).
- (١٢) عدد الإناث غير المتزوجات الراغبات في أن يصبحن متبرعاتٍ يزيد عن عدد الذكور بنسبة ٢٠٪ / ٥٠٪ / ١٠٪ (مركز العمل الخيري، ٢٠٠٧).

(١٣) عندما يصل الدخل إلى ١٠٠٠٠٠/٢٥٠٠٠٠/٥٠٠٠٠٠ دولار، يكون عطاء المرأة أكثر من الرجل (مركز العمل الخيري، ٢٠٠٧).

(١٤) ما زال الرجل يتحكم في اتخاذ قرار الأسرة بشأن العمل الخيري. صواب/خطأ (دراسة خاصة بصندوق الولاء للمنح الخيرية، ٢٠٠٩).

ملحوظة: تم وضع خط تحت الإجابات الصحيحة للاستفادة منها. ولاستخدام هذه الورقة كاستطلاع للرأي، قم بتنزيلها من موقع www.josseybass.com/go/shaw-hardy.

* حقوق النشر © ٢٠١٠ المؤسسة جون وايلي آند صنز. جميع الحقوق محفوظة.

بإمكانك استخدام استطلاع الرأي الذي بعنوان «إمكانات المرأة في مجال العمل الخيري» في الصفحة التالية لتوضيح هذا الأمر لنفسك وللآخرين. وقد وجدنا أن له فعالية كبيرة في انتزاع صيحات الرضا عند تقديم عرض لمجموعات من النساء المتبرعات، ومسئولي التنمية من الذكور والإناث والمستشارين الماليين أيضًا. يتم استيفاء استطلاع الرأي في زمن يتراوح بين ثلاث وخمس دقائق، ويمكن لأي شخص يقوم بهذا ويتعرف على الإجابات الصحيحة أن يرى أن إمكانات المرأة في مجال العمل الخيري ضخمة؛ أكثر بكثير مما كان يتوقعه. حتى الآن لم ينجح أي شخص خضع لهذا الاستطلاع في الإجابة عن جميع الأسئلة، على الرغم من حصول العمداء بجامعة فلوريدا على أعلى النسب المثوية حين عملوا في مجموعة. ولم نستطع تفسير أداء هذه المجموعة بشيء سوى أنهم، ولا ريب، على وعي بقدرات الخريجات التابعات لهم.

(٣-١) القوة المتنامية لقلم المرأة

يمكن أن تصبح المرأة سخيّة بصورة مدهشة، وهي كذلك بالفعل متى أُتيحت لها الفرصة. وتلعب المرأة في المعتاد دورًا في تحديد متلقي التبرع عندما يقوم الزوجان أو المنظمة التي تحمل اسم الأسرة بالتبرع. وتقول سارة سي لبيي، رئيس «صندوق الولاء»: «كان للمرأة دائمًا دورها في القيام بأعمال البرّ في محيط بيتها ما استطاعت إلى ذلك سبيلًا، غير أن هذا الدور يتطور على نحو متزايد مع تكوين المرأة لثروتها الخاصة والاستفادة من انتقال الثروة بسبب طول عمرها. وعلينا، وكذا على سائر المنظمات غير الربحية، أن نُولي مزيدًا من الاهتمام لهذه المجموعة المؤثرة جدًّا من المتبرعات.»⁷

جاءت تعليقات ليبي عقب دراسة في عام ٢٠٠٩ قام بها «صندوق الولاء»، وأوضحت أن معظم المستجيبين من الذكور قد ذكروا أن زوجاتهم كُنَّ المؤثر الأساسي في قرارات التبرع لأعمال البر.⁸ ويُعدُّ هذا تغييرًا كبيرًا بعد عقودٍ قليلةٍ فقط كان فيها الزوجان دائمًا ما يبذلان العطاء عندما يريد الرجل ذلك، ولم يكن للمرأة رأيٌ يُذكر فيما يتعلق بالمساهمة في العمل الخيري. وقد علقت إحدى عضوات مجموعةٍ لطرح الأفكار قائلة: «إن ابنتي وزوجها متخرجان في نفس الكلية، غير أنها هي التي تهتم بالعمل الخيري. أعرف أنهما يتبرعان بوصفهما زوجين، ولكن ذلك يرجع إلى حرصها على التبرع وليس من منطلق حرصه هو على ذلك.»

كانت تاشيا مورجرديج، بفضل خبرتها السابقة في التربية، شخصًا مؤثرًا بقوة في المنحة التي بلغت ١٧٥ مليون دولار، التي تبرعت بها مع زوجها جون؛ المدير التنفيذي السابق في مؤسسة سيسكو سيستمز لصندوق الدارسين بجامعة ويسكونسن. تخرجت تاشيا، وهي مُدرّسة متقاعدة، في كلية ماديسون للتربية بجامعة ويسكونسن، بينما تخرج جون في كلية ويسكونسن لإدارة الأعمال. وكان الغرض من المنحة مساعدة خريجي المدارس العامة على الالتحاق بالجامعات العامة أو الكليات الفنية.⁹ ووفقًا لبحثٍ أجراه مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، فإن مقدارًا كبيرًا من قوة القلم يكون في يد النساء غير المتزوجات؛ ففي البحث الذي أجراه في عام ٢٠٠٧ عن عطاء الجنسين، وجد المركز أن النساء غير المتزوجات أكثر ميلًا إلى التبرع من الرجال غير المتزوجين بنسبة ٩ إلى ١٠ بالمائة، بمتوسط ٦٣٠ دولارًا أكثر كل عام. ومن بين الأفراد الذين يزيد دخلهم عن ١٠٠ ألف دولار، كان متوسط إجمالي تبرُّع المرأة ٤٢٢٣ دولارًا، مقارنةً بمبلغ ٣٩٠٤ دولارًا للرجل.¹⁰ وأوضحت دراسة «صندوق الولاء» كذلك أن النساء يتبرعنَ بمتوسط ٦ بالمائة من دخلهن، ويصل بعضهن إلى ١٠ بالمائة.

(٤-١) المال والطلاق

تصدرت لورنا ويندت عناوين الصحف في عام ١٩٩٨ عندما كانت تسعى إلى الحصول على حصةٍ عادلةٍ من تسوية الطلاق من زوجها الذي استمرَّ زواجها به ٣٢ سنة، ويعمل مديرًا كبيرًا بشركة جنرال إلكتريك.¹¹ وقد تضمَّن طلب ويندت للطلاق المطالبة بنصف ممتلكات زوجها المقدَّرة بأكثر من ١٠٠ مليون دولار. وتوضح ويندت الأمر بقولها: «عندما بدأنا من الصفر، كنت شريكًا متكافئًا. وظل الوضع كذلك حتى النهاية؛

فبالإضافة إلى قيامي بـ ٩٩ بالمائة من المهام المنزلية، كنتُ الداعم الأكبر لزوجي، وكأنتني متزوجة من الشركة، ولكن من دون الحصول على أي مزايا.»

وعلى الرغم من أن ويندت حصلت في النهاية على أقل من نصف ممتلكات زوجها التقديرية، فإن عناوين الصحف القومية والدعاية التي صاحبتهَا عن دور المرأة في الزواج كانت لها نتائج هائلة بشأن الطريقة التي تنظر بها المرأة إلى نفسها بوصفها شريكًا في الزواج. وتُطلق ويندت على هذا «... القيمة [التي تجلبها المرأة] للزواج»، وأسست «معهد التكافؤ في الزواج» من قيمة تسوية الطلاق التي حصلت عليها.

وقد نظرت ويندت كذلك إلى تقسيم الممتلكات بوصفه جزءًا من حقوقها كمُحببة لأعمال البر. وكانت تعتقد أن من حقها تمامًا المطالبة بالمال لخدمة هذه الأغراض، كما أن الأمر نفسه ينطبق على زوجها السابق. لحسن الحظ، لا تنتهي جميع قصص الزواج بالطريقة التي أنهت بها ويندت قصتها، على الرغم من أن قصتها تُبَيِّن أن المرأة لا تتحكم في المال خارج البيت فقط، ولكن داخله أيضًا.

(٥-١) الحصول على المال من خلال الميراث

منذ عهدِ ليس بالبعيد، كانت معظم النساء في معزلٍ عن أموال الأسرة وما يصابها من استخدامٍ وسوء استغلالٍ للسلطة. ومؤخرًا فقط اكتسبت النساء الثقة اللازمة لقبول أموال الميراث علنًا، وكذا الاستثمار والإنفاق والتبرع من خلال التعلم والعمل مع الآخرين. وتتذكَّر جينفر لاد عندما كانت في سن الحادية والعشرين في عام ١٩٧٢ وورثت ما يقرب من مليون دولار؛ تقول: «لقد شعرت بالذهول نتيجة المنحة [من أسهم شركة أويل ستاندرز] وأحسست بأنني لست حرة. كنت على وعي تامٍّ بالتوزيع غير العادل للثروة ... لذا فقد كافحت من أجل الحفاظ على السر الذي كنت على يقين من أنني إذا أفشيتَه فسيجعلني منبوذة بين أصدقائي المهتمين بالعدالة الاجتماعية.»¹²

لحسن الحظ، تغلبت لاد على هذه الصعوبات عن طريق الاصطفاف مع الشباب الآخرين من أصحاب الثروات والقيم المتماثلة. ولم تتعلم بذل المال فحسب، بل تعلمت أيضًا كيفية تطبيق ذلك على أرض الواقع «... بالتعاون مع الآخرين على المستوى الاستراتيجي والفكري.»

تتغير العصور والأزمان؛ فالنساء الشابات الآن أقل حساسيةً تجاه المال. وطبقًا لبحثٍ نشرته شو-هاردي وكارمن ستيفنز في عام ٢٠٠٨، فإن ٥٨ بالمائة من النساء

في الجيل إكس (اللاتي وُلدن بين عامي ١٩٦١ و ١٩٨٠) يتوقعن الحصول على الميراث ويُهَيَّئْنَ أنفسهن لذلك.¹³

(٦-١) المرأة والمؤسسات الأسرية

بالإضافة إلى سيطرة النساء المتنامية على الثروة والمال، فقد بدأن كذلك في تَوَلَّى أداء أدوارٍ قياديةٍ كبيرةٍ في مؤسساتهن الأسرية. وتُظهر دراسة استقصائية حديثة عن العضوية أجراها اتحاد المؤسسات الصغيرة (٦٠٪ منها مؤسسات أسرية) أن ٥١ بالمائة من المديرين التنفيذيين و٧٨ بالمائة من أطقم دعم البرامج بهذه المؤسسات من الإناث. وتعتقد جين لايتي جاستيس، العضو الإداري والمدير التنفيذي في «مؤسسة لايتي»، وهي مؤسسة أسرية أنشأها والدها في عام ١٩٨٥، أن الأدوار المنوطة دائماً بالمرأة فيما يتعلق بالاتصالات الأسرية تساعد على تنمية مهاراتها اللازمة للقيادة الفعالة لمنظمتها الأسرية. وترى جاستيس أن المرأة تتجاوز مع الآليات الأسرية التي جعلها ماهرةً في إحداث توازنٍ بين القرارات التجارية الصّرفة واستثمارات المنح العظيمة الأثر. وتقول جاستيس: «تحرص النساء كذلك أشد الحرص على بث أخلاقيات العمل الخيري في الأجيال الشابة وتوفير وسائل لإشراكهم في الأنشطة المؤسسية، علاوةً على عطائهن الفردي. ورؤيتهن تلك هي ما يحافظ على تماسك العمل المؤسسي في هذا الوقت الذي يتميز بتغيراتٍ كبيرةٍ وفي المستقبل كذلك.»¹⁴

(٢) الثروة التي تربحها المرأة

النساء اللاتي يكسبن المال من العمل تفوق أعدادهن أعداد النساء اللاتي يحصلن عليه عن طريق الميراث.

عندما تكسب المال بعملك، سترغب في بذل الجهد من أجل التأكد من أنه سوف يُنفَق بحكمة.¹⁵

الوريثة والمحبة لأعمال الخير أبيعيل ديزني

(١-٢) المرأة العاملة

أصبحت النساء العاملات يربحن في بيئة العمل أكثر من أي وقت مضى. وتبيّن الأرقام الواردة في دراسة أجرتها «مؤسسة سياسة التوظيف» في عام ٢٠٠٤ أن النساء هن القطاع الأسرع نمواً فيما يخص الأفراد الأثرياء، وأن عدد النساء اللاتي يربحن ١٠٠ ألف دولار فأكثر قد تضاعف ثلاث مرات على مدار العقد الماضي.¹⁶ علاوةً على ذلك، وكما يذكر كلٌّ من ويدر وتشين في كتاب «البقعة النسائية»، فقد ارتفع دخل المرأة بأكثر من ٦٠ بالمائة في الثلاثين سنة الماضية، بينما ارتفع دخل الرجل بنحو ٦ بالمائة.¹⁷ وجديرٌ بالذكر أن الكثير من هؤلاء النساء خريجات دوراتٍ في الأنشطة التجارية والإدارة. إنهن يُدرِكنَ أهمية الاستثمار والمشاركة مثلهن مثل الرجال، وذلك حسبما توصلت إليه آن كابلان، الناشطة في مجال العمل الخيري ورئيس «المجموعة المالية للدوائر المتألفة».¹⁸ يصنع كسب المرء للمال فارقاً ملحوظاً في نظرة الناس إلى الموارد المالية الخاصة بهم وبأسرهم. وذكر مقال بمجلة تايم في عام ٢٠٠٩ أن نسبةً غير مسبوقة من النساء (حوالي ٤٠ بالمائة) يُشكلن مصدر الرزق الأساسي في بيوتهن أو يُوقرن الدخل الضروري الذي تحتاجه الأسرة كحدٍّ أدنى.¹⁹ ونبشّر مسئولو التنمية بأن زيادة دخل المرأة يتبعها زيادة في تبرعاتها.

(٢-٢) التنوع وعطاء المرأة

تُمثّل النساء الملونات قوة اقتصادية يُعوّل عليها. وحسبما تذكر ميريام مُولي، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة «السوق المتخصصة ٨٥٪»، وهي شركة أبحاث تسويقية تركز على المرأة، فإن ٣٥,٢ بالمائة من السكان الإناث بالولايات المتحدة ينحدرون من أصلٍ غير أنجلوساكسوني؛ ويمثّل هؤلاء السكان في عددهم عدد سكان إسبانيا أو إيطاليا.²⁰ وتتوقّع مُولي، وهي خريجة كلية إدارة الأعمال بجامعة كولومبيا، أن يزيد ذلك العدد عن الرقم الحالي البالغ أربعة وخمسين مليوناً ليصل إلى ثلاثة وستين مليوناً بحلول عام ٢٠٢٠، وما يربو عن مائة مليون — أو نصف سكان الولايات المتحدة من الإناث — بحلول عام ٢٠٥٠. ويعادل الإنفاق الحالي للمرأة الملونة في الولايات المتحدة وحدها حوالي تريليون دولار، أي أكثر من إجمالي الناتج المحلي لبلدان مثل إسبانيا والمكسيك وكندا. ويشير توماس جيه ستانلي في كتابه «النساء صاحبات الملايين في المنزل المجاور»، أنه من

بين جميع المجموعات العرقية، تتبرع السيدات الأمريكيات الأفريقيات الموسرات بالنسبة الأكبر؛ ما يقرب من ١٠ بالمائة من دخلهن، لما يُطلق عليه «القضايا النبيلة».²¹ وتقول مُولي: «تُوصف النساء الأمريكيات الملونات بالقوة العالمية الماحقة؛ قوة لا يمكن إيقافها تُحفّز على التغيير الشامل عبر كل قطاعات أمريكا.» وعلى الرغم من هذه الثروة، توضح الأبحاث أن القليل فقط من الجمعيات غير الربحية قادر على الوصول إلى أولئك السيدات. وثَمَّة الكثير مما ينبغي فعله لإشراك النساء الملونات في مجال التنمية.

تجمع النساء الملونات ... المزيد من الثروة في هذا البلد، ويفعلن ذلك بمعدل يفوق معدل نموهن السكاني ... وفي الفترة بين عامي ١٩٩٧ و٢٠٠٦، زاد عدد المنشآت الفردية التي تمتلكها السيدات الملونات بنسبة خمسة أضعافٍ مقارنةً بكافة الشركات المملوكة لأشخاص (١٢٠٪ مقابل ٢٤٪)، وتمثل المشروعات الرائدة الوسيلة الحديثة التي تستخدمها النساء الملونات لتحقيق إنجازاتٍ لا يشعر بها أحد، وجمع ثروات طائلة وتأسيس شركات تجارية.

ميريام مُولي، «السوق المتخصصة ٨٥٪»

(٢-٣) المرأة المتعلمة ستربح أكثر وتعطي أكثر

في الندوة السنوية المصحوبة بغداء عمل، التي تُنظمها «مؤسسة شيكاغو للمرأة»، ذكّرت الكاتبة أنا كويندلين الحضورَ بالوظائف المتاحة أمام المرأة «فيما سبق وفي الوقت الراهن». يتطلب الأمر أحياناً إطلاق نداء تنبيه، مثل العرض الذي قدّمته كويندلين، كي يستوعب المرءُ فرص العمل التي أصبحت متاحةً أمام المرأة، ولم تكن قائمةً منذ ما يقرب من خمسة وعشرين عاماً؛ فالיום لدينا من بين النساء رائدات فضاء، وشريكات في شركات محاماة كبيرة، وجرّاحات، وحاخامات، وعضوات في قوات مكافحة الحريق والشرطة، وقاضيات بالمحكمة العليا، ومتنافسات على الوظائف العليا بالبلاد. معظم هذه الفرص جديد نسبياً للمرأة، ومع الفرص تأتي المنافع؛ مكاسب المرأة المادية الناتجة عن وظيفتها.

إن التعليم هو مفتاح توفير الوظائف أمام المرأة. واليوم، يحصل المزيد من السيدات على تعليمٍ جامعي؛ فهو وسيلتهن للحصول على وظائف أفضل ومكاسب أفضل. توجد

الآن زيادة في السيدات المدرجات بالتعليم العالي مقارنةً بالرجال، كما أن معدلات التخرُّج الخاصة بهن تفوق نظيرتها لدى الرجال (٦٣ بالمائة مقابل ٥٥ بالمائة). وبالإضافة إلى ذلك، تشير الدراسات الحديثة أن أداء النساء في الكليات أفضل من الرجال، كما أنهن يُتَّوَّجَن رحلتهم بالكثير من مراتب الشرف.

ترجع المرأة بالفعل أقل من الرجل في الوقت الحالي، ولكن مع استمرار زيادة التحاق النساء بالتعليم الجامعي، ومع زيادة الحافز الذي يدفعهن للنجاح، والذي يترجمه تقديرات التخرُّج ومراتب الشرف؛ سوف تتغير أرقام المكاسب. لا شك أن قدرة المرأة على الكسب والحصول على الوظائف مرتبطة بالتعليم العالي، وتُظهر أبحاث مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا أنه كلما زاد مستوى التعليم الذي يتلقاه الشخص، زاد عطاؤه. ومع حصول المرأة على المزيد من التعليم، سوف تواصل عطاؤها في الغد بصورة أكبر مما تفعله الآن.

(٢-٤) ثوابت في عطاء المرأة

توجد بعض الثوابت بين السيدات في مجال تقديم المنح والعطاء؛ إذ تشير الدراسات إلى أن النساء يُفضِّلن التبرع للتعليم، والاحتياجات الصحية، ولِبنِي جنسهن من النساء والفتيات. ومع ذلك، غالبًا ما تعتمد النتيجة النهائية على الكيفية التي تُصاغ بها الدراسات المختلفة، وعلى النساء المستطلعة آراؤهن، وعلى مصادر البحث، غير أن الاحتياجات الأساسية دائمًا ما تصدر قوائم النساء بشكل عام.

لقد كُتِب الكثير عن عثور النساء (وكذلك الرجال) على مصادر شغفهن، ذلك الشغف الذي يُحدِّد في نهاية المطاف اتجاه العطاء. وقد وجدنا من خلال العمل مع النساء المتبرعات في الأنواع المختلفة من المؤسسات والمنظمات، أن من الممكن العثور على ذلك الشغف في أي مجموعة من النساء تقريبًا. ربما يصعب على الكثير من النساء أن يجدن الشغف بمنظمة منشأة لغرض اصطياد الحيوانات والطيور وصيد الأسماك (مع كون الأمر ليس مستحيلًا)، إلا أن المراكز الطبية، والمنظمات المجتمعية، والمتاحف الفنية، والجماعات البيئية؛ قد نجحت من خلال برامجها في جذب النساء المتبرعات باستخدام المنهج الصحيح؛ التعاطف والشغف.

لقد تخطت المرأة مرحلة الاهتمام بقضية ما فحسب، وأصبحت تدرك أن التعاطف هو السبب الأكثر أهمية للعطاء. إن المرأة تتفهم احتياجات المجتمع بطريقة بعيدة

عن الأنانية وحب الذات، وتلتزم بهذه الاحتياجات. عندما أنشأت نساءً جمعيات إغاثة للاجئين على السواحل في نهاية القرن الثامن عشر، ومنازل توطين النساء والأطفال في المدن في نهاية القرن التاسع عشر، لم يكن ذلك نابغاً فقط من عاطفتهم ورغبتهم في مساعدة النساء والأطفال؛ فقد كان الدافع الأساسي هو التعاطف مع ظروفهم الصعبة. إن «الارتباط» بحياتهن هو المصطلح الذي غالباً ما تستخدمه المتبرعات، خاصةً الشابات. تقول ديبرا إنجل، من مؤسسة جامعة أوكلاهوما الحكومية، إن المؤسسة وجدت أن الارتباط — المتمثل في الاهتمامات البيئية وصحة المرأة على سبيل المثال — يلعب دوراً مهماً في تحديد ما تريده الشابات من الندوات المستقبلية التي تعقدتها الجامعة.²²

(٢-٥) المرأة بوصفها مصدرًا للإلهام وقدوةً يُحتذى بها

في بداية حركة العمل الخيري النسائي الحديثة في سبعينيات القرن العشرين، اتضح لبعض النساء صاحبات الرؤى أن بنات جنسهن يملكن الموارد المالية والرغبة في فعل الكثير، ولكنهن لا يعرفن سُبُل العطاء أو الوسيلة الملائمة لاستخدام إمكاناتهن. تقول كولين ويلوبي، مُنشئة «مؤسسة واشنطن للمرأة» في عام ١٩٩٦: «عقب أربعين سنة من العمل التطوعي الفعال، أصبحت على وعيٍ بالفصل بين قدرة المتبرعات على العطاء والثقة التي تدفعهن إلى تقديم منحٍ كبيرة. كان النموذج الذي وضعناه عبارةً عن شكلٍ جديدٍ من أشكال العطاء. لقد بدأت مع المرأة وركزت عليها، حيث كانت بمنزلة الفرصة المحتملة غير المرئية وغير المعترف بها للحصول على المال من أجل أعمال الخير.»²³

كانت «مؤسسة واشنطن للمرأة» نموذجًا لمئاتٍ من دوائر التبرع النسائية في أنحاء الولايات المتحدة، وانضم إلى عضويتها ما يقرب من خمسمائة امرأة، وحصلت على منحٍ ناهزت ٩ ملايين دولار في وقت كتابة هذا الكتاب. كان لدى الخمسمائة امرأة القدرة على العطاء، ولكنهن في معظم الأحيان لم يُقدمن على العطاء إلا حين تُقَرُّ واحدة من أقرانهن بقدرتهن وتُوَفَّر لهن الوسيلة التي تُشجِّعهن وتُحمِّسهن على المشاركة.

نَمَّ نساء أخريات متحمسات لتعليم غيرهن كيفية الاندماج في العمل الخيري. تُعدُّ سوزان كيتشوم — أول من شغل منصب نائب الرئيس للاستثمار في فرع مؤسسة ميريل لينش بجزيرة هيلتون هيد — واحدةً من مؤسسي جمعية «المرأة في مجال العمل الخيري»، وهي دائرة العطاء التي ترعاها مؤسسة لو كانتري لخدمة المجتمع. وتقول كيتشوم: «أتطلع إلى الحصول على فرصةٍ لتعليم النساء كيفية ممارسة العمل الخيري؛

قوة المال

فالعَمَلُ الخَيْرِي مهمٌ جدًّا لحياتي، وقد تأمَّلتُ مجموعةً من قريناتي وأدركتُ أن هذا الشعور لا يُراود الجميع. لقد أردتُ أن أساعدهن على الإحساس بنفس التجربة التي مررتُ بها، والتي تتلخَّص في أنه كلما زاد عطائي، زادت حياتي ثراءً وشعرتُ بكثيرٍ من

وتعتقد كيتشوم أن دائرة العطاء قد منحت النساء فرصة التحول إلى قادة: الآن تأتي إليَّ سيداتٌ يعملن في مجالس إدارات بعض الشركات والمؤسسات، ويقُلْنَ إن لديهن سلطاتٍ واسعةٌ ولم يدُرْ بخلدن مطلقاً أنهن قد يَكُنْنَ قادة مجتمعٍ قبل أن يُصِبِحَ جزءاً من دائرة العطاء. ومبعث سروري من هذا كله يكمن في متابعة كيفية تحوُّل هذه الفكرة إلى منظمةٍ مهمةٍ وذات معنى تمسُّ حياة النساء بطريقةٍ لم يعهدنها من قبل. لقد نجحنا في وضع هذا الأمر في محور اهتمامهن، والآن نرى هؤلاء النسوة يتعلَّمن ويتم تحفيزهن كي يُصِبِحْنَ أكثر انخراطاً في العمل الخيري. ومن خلال هذه التجربة القيادية، أصبحن كذلك أكثر مشاركةً في منظماتٍ خيريةٍ أخرى.

«لا تسأل عن احتياجات المنظمة، بل بالأحرى احرص على معرفة موطن شغف المتبرع وأكد على أنه سوف يحصل على مكاسبٍ نتيجةً لعطائه.» هذا هو ما تعلَّمه مسئولو التنمية في الماضي. ولكن الآن لم يعد الشغف والمكاسب الشخصية كافيين للوصول إلى المتبرعات؛ فهما اثنتان فقط من الوسائل التي تستجيب لها المتبرعات. وفي هذه الأزمات الطاحنة، نجد المرأة لا تُركِّز على ذاتها، بل تتوجَّه بعطائها على النحو الذي يُحقِّق لها الرضا ويدعم إحساسها بالفضيلة؛ فهي تعطي من منطلق إحساسها بالتعاطف، وتوجَّه العطاء نحو الحاجات التي يمكن تلبيتها. وهي تُمثل نموذجاً يحتذي به الآخرون في الوقت عينه.

(٦-٢) الاستثمار في المرأة وتغيير ثقافة العطاء

عندما ذهبت ديبرا إنجل إلى جامعة أيوا الحكومية بوصفها نائب الرئيس الأول لمؤسسة جامعة أيوا الحكومية للتنمية في عام ٢٠٠١، أدركت أن الاستثمار في المرأة هو المسار السليم. كانت النساء يُمثِّلن السواد الأعظم من الطلاب، وسرعان ما أصبحن المجموعة الأكبر من الخريجين، غير أنهن لا يتبرعن بما يتناسب مع أعدادهن؛ فالنساء لهن إمكانيات غير مُدرَكة. ومن وجهة نظر إنجل، بدا واضحاً أن ثقافة المرأة عن الأعمال الخيرية كانت تحتاج إلى الوصول إلى مستوى جديد.

في الحقيقة، عندما سألت إنجل زوجات أعضاء مجلس إدارة الجامعة، وجدت أنهن حريصات على المشاركة بشكل أكبر في الجامعة. بدأت إنجل في تنظيم اجتماعات على الإفطار لمعرفة ما يُفكرن فيه ومناقشة طرق تشجيع المرأة على العطاء في الجامعة، وأسفرت تلك الاجتماعات عن تشكيل «لجنة جامعة أيوا الحكومية للمرأة والعمل الخيري»، بالإضافة إلى برامج إقليمية تُركّز على مساعدة الخريجات في الحصول على خبرات مالية.

تقول إنجل: «أدركنا أن المرأة لا يمكن أن تكون مُحبة للخير بالقدر الذي تسمح به إمكاناتها ما لم يَكُن لديها إحساس بوضعها المالي.»²⁵ وبعد عامين من عقد الندوات عن التخطيط المالي — بما في ذلك التخطيط العقاري، وإدارة الأصول، وتخطيط ميراث الأسرة من المشروعات التجارية — وجّهت اللجنة تركيزها إلى الأنشطة الخيرية، مع التأكيد على تطوير خطة للعطاء.

واليوم تُعقد الندوات مرةً أو مرتين سنويًا في الحرم الجامعي، كما تُعقد ندوات على هامش الفعاليات الإقليمية. وقد جذبت هذه الندوات عددًا متزايدًا من الحضور يصل إلى ثلاثمائة امرأة في الفعاليات المقامة داخل الجامعة، بينما استهدفت الفعاليات الإقليمية مجموعات أصغر من النساء، والأزواج والزوجات.

وعندما انتقلت إنجل لتقلد منصب قيادي في مؤسسة جامعة أوكلاهوما الحكومية في عام ٢٠٠٨، كان تأثيرها في ولاية أيوا واضحًا من حيث زيادة عدد المنح المقدمة من السيدات؛ ففيما بين عامي ٢٠٠٢ و٢٠٠٧، زاد عدد النساء المتبرعات بنسبة ٣٧ بالمائة ليصل إلى ٢٢٤٣٨، وزاد المبلغ الإجمالي للأموال المقدمة للجامعة من النساء بنسبة ١٣٨ بالمائة ليصل إلى ٢٥,٨ مليون دولار.

ولم يقتصر الأمر على زيادة عدد السيدات المقدمات للمنح فحسب، بل زاد حجم المنح نفسها كذلك؛ ففيما بين عامي ٢٠٠٢ و٢٠٠٧، زاد عدد السيدات المقدمات لمنح بمبلغ ١٠٠ ألف دولار فأكثر بنسبة ٥٠ بالمائة، في الوقت الذي زادت فيه منح الرجال بالشريحة نفسها بنسبة ٤٢ بالمائة فقط. لقد آتت استثمارات مؤسسة جامعة أيوا الحكومية أكلها، وتغيّرت الثقافة، والنتائج خير دليل على ذلك.

وفي معرض الحديث عن هذا الأثر الرائع، تقول إنجل إن الاستثمار المالي كان صغيراً؛ فالمؤسسة تُخصّص ما يقرب من ٥٠ ألف دولار لاجتماعات اللجنة، والندوة السنوية للجنة، ويتم استرداد معظمها من خلال عقود رعاية الندوة وتأمينها.

المرأة والعمل الخيري

ليس ثَمَّةَ منصبٍ أو شخصٍ معيَّنٍ مسئولٍ عن توظيف العاملين لهذه الجهود؛ حيث إنه مشروع مشترك قوامه العلاقات والفعاليات الخاصة بالمتبرعات، والاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات وإعادة توجيه المنح وتخطيطها، وجهود مكتب النائب الأول لرئيس الجامعة للتنمية. تقول إنجل: «قام مكتبنا بتوفير القيادة اللازمة لهذه الجهود، لكنها كانت بحق مبادرة ذات دعمٍ مشترك، عملت فيها مختلف الجهات معاً لتحقيق أهداف البرنامج، وضمان النجاح، وتتبع المؤشرات لقياس العائد.»

وتقول إنجل إنها أدركت نجاح استثمار الجامعة في ثقافة العمل الخيري لدى المرأة عندما خاطب رئيس الجامعة، جريج جوفري، النساء المتبرعات. «لقد كتب الخطاب بنفسه وألقاه بحماسة وإعجابٍ كبيرٍ لما حققته المرأة في ولاية أيوا. وشارك بقصصٍ عن النساء المتبرعات اللاتي عمل معهن، والتأثير الذي خلّفته المنح المقدّمة منهن. وعلى الفور تيقنت من أن عطاء المرأة بولاية أيوا كان جزءاً لا يتجزأ من منظومة أو ثقافة الأعمال الخيرية. لقد وصلت المرأة المتبرعة، وحصلت على اعترافٍ بدورها في هذا المجال.»

- نصائح إنجل لمسؤولي التنمية الذين يسعون لتغيير ثقافة العطاء بمؤسساتهم:
- كل منظمة لديها ثقافتها التنظيمية. وبصفتك قائداً، سيطلب منك دومًا أن تُشكّل هذه الثقافة. ويمكن لثقافتك التنظيمية أن تؤثر على عطاء المرأة. سل نفسك هذه الأسئلة:
- هل تبدأ حواراتك عن العطاء باكتشاف القيم لدى المتبرع؟
 - هل تُشجّع العمل الخيري الأسري؟
 - هل لديك ثقافة تعاونية تهتم باكتشاف المصالح المتعددة للمتبرعات أكثر من اهتمامها باحتياجات المؤسسة؟
 - هل لديك ثقافة للعمل الخيري، وقيادة تُوجّه جموع النساء، ونماذج للعطاء يُحتذى بها؟

(٣) معلومات سريعة

إن العمل الخيري عند المرأة ذو أهمية قصوى للأسباب التالية:

- أصبحت إمكانيات العطاء لدى المرأة أعظم من أي وقتٍ مضى، وقد بدأت المؤسسات المالية تُقرُّ بذلك.

- تبذل المرأة بالفعل العطاء، وفي بعض الحالات تعطي أكثر من الرجل.
- غالبًا ما تكون المرأة صاحبة القرار في المؤسسات الأسرية.
- تتزايد مكاسب المرأة وتعليمها وميراثها. وفي الوقت الذي يحدث فيه ذلك، يتزايد عطاء المرأة.
- تتحكم المرأة في عملية العطاء داخل الزوجات وفي المؤسسات الأسرية.
- تتولى المرأة عادةً إدارة أموالها، ومن ثمَّ حياتها.
- سوف تدعم المرأة جميع القضايا متى وجدت الطريق الصحيح لذلك.
- تقود المرأة الدرب في مجال العمل الخيري.
- تُمثّل النساء من الأقليات سوقًا مهمًّا مليئًا بالتحديات للمؤسسات غير الربحية.
- يُغيّر عطاء المرأة من ثقافة التبرُّع.
- الاستثمار في العمل الخيري لدى المرأة يؤتي ثماره.

هذه الحقائق من الأهمية بمكان؛ لأنها تتحدّى الأنماط التقليدية العتيقة وتُصوِّب إجحاف الماضي تجاه المرأة، كما تُغيّر تفكيرنا بشأن إمكانات المرأة في العمل الخيري.

الجزء الثاني

سبل العمل الخيري وأسبابه عند المرأة

الفصل الثالث

التحول من سيدات بلا مأوى إلى سيدات جريئات: الإعلام وتغيير الأفكار النمطية

يعتقد البعض أن حركة العمل الخيري النسائي الحديثة وصلت إلى ذروتها في أوائل القرن الحادي والعشرين، مع ظهور حلقات العطاء النسائية، ومبادرات العمل الخيري بالجامعات، وصناديق التمويل النسائية. فلم تتزايد قدرة المرأة على العطاء بدرجة كبيرة فحسب، ولكن اكتشفت وسائل الإعلام أيضًا أهمية هذا النوع من العمل الخيري وبدأت في تناوله والكتابة عنه.

نتناول في هذا الفصل الدور الذي قامت به وسائل الإعلام في تأسيس الحركة العصرية للعمل الخيري عند المرأة، بالإضافة إلى الصورة النمطية القديمة وكيفية التغلب عليها.

(١) الصحافة وحركة العمل الخيري

«يا له من منظر رائع!» بهذه الكلمات وصفت جوانا إل كروتز ما شاهدته عندما كُلفت بكتابة موضوع عن المؤسسات الأُسرية، وقالت: «فتحتُ النافذة وأخرجتُ رأسي لأرى منظرًا رائعًا لم ألاحظه من قبل، رأيت أن العمل الخيري النسائي والجمعيات الخيرية لم تتم تغطيتها جيدًا من قبل.»¹ كان هذا عام ٢٠٠٣، واستمرت كروتز في كتاباتها وحديثها عن العمل الخيري النسائي منذ ذلك الحين.

على الرغم من أن حركة العمل الخيري النسائي قد صارت حركة مكتملة الأركان، إلا أن ذلك لم يكن ليحدث من دون الاهتمام الإعلامي الذي وفّره العديد من الكاتبات. بالكاد يستطيع المرء أن يُلقِيَ باللائمة على الرجال في الصحافة حول الأفكار الخاطئة

التي سادت عن عطاء المرأة، إلا أن حجم ما نُشر عن هذه الظاهرة الجديدة كان بلا شك قليلاً للغاية حتى اكتشفت بعض الكاتبات العمل الخيري النسائي وبدأن في الكتابة عنه. على سبيل المثال، عندما سمعت آن ماثيوس، المراسلة الإخبارية بجريدة نيويورك تايمز عام ١٩٩١، عن المبادرة الجديدة للعمل النسائي الخيري في جامعة ويسكونسن-ماديسون، أعدت تحقيقاً أبدت فيه إعجابها بما رأته، وحزرت مقالاً متميزاً في مجلة نيويورك تايمز في شهر أبريل من العام نفسه تحت عنوان «الجامعات تُشيد ببناتها»² وأثار الموضوع اهتماماً كبيراً لدى مسؤولي تنمية المرأة بالجامعة، وأدى في نهاية المطاف إلى إنشاء معهد العمل الخيري النسائي (وسُمي بعد ذلك شبكة العمل الخيري النسائي).

تَمَّه كاتبة أخرى ساهمت في إثارة الموضوع، وهي هولي هول من مجلة كرونيكل أوف فيلانثروبجي. كانت هولي تكتب تقارير عن العمل الخيري النسائي منذ عام ١٩٩٧، عندما نُشر مقالها الأول تحت عنوان «رعاية المرأة للعمل الخيري» في الصحف.³ وتقول هولي إنها أصبحت مهتمة بالموضوع عندما رأت حجم التطورات في أماكن مختلفة؛ حيث بدأ جامعو التبرعات وآخرون بالتركيز على المرأة. وقد كتبت العديد من المقالات بهذا الشأن منذ عام ١٩٩٧.

التقطت مجلة ذا كرونيكل أوف هاير إديوكيشن الموضوع في يوليو ٢٠٠٧؛ حيث نشرت مقال إرين ستروت حول التواصل مع المتبرعات والوصول إليهن.⁴ وقد كانت هذه الخطوة هامة بالنسبة إلى مبادرات ريادة المرأة للتعليم العالي؛ إذ أعدت ستروت تقريراً عن نجاح العديد من البرامج في المؤسسات التعليمية، وكذا القدرات الكامنة عند المرأة. في هذه المرة، لم يكن من الممكن تجاهل الدعوة للعمل؛ فاصطفَّ العديد من المؤسسات الكبرى للمشاركة.

وفي عام ١٩٩٨ كتبت سامنتا ميلر وتينا كيلى مقالاً في مجلة بيبول ساهم في تعظيم الحركة من حلقة عطاء واحدة إلى ما يزيد على ستمائة حلقة خلال السنوات القليلة التالية.⁵ عند رؤية صورة كولين ويلوجبي وهي تُلوِّح بيدها في مطبخها بمدينة سياتل تعبيراً عن مدى سعادتها لنجاح مؤسسة واشنطن للمرأة، أصبح كل فرد في جميع أنحاء الولايات المتحدة يقول مخاطباً نفسه: «يمكنني أن أقوم بهذا الدور في مجتمعي. ويمكنني أن أبدأ حلقة عطاء.»

إلا أن كروتز، من مجلة تاون أند كانترى كانت هي من ساعد على تعزيز مبالغ التبرعات النسائية لتصل إلى الملايين وعشرات الملايين ومئات الملايين. ترى كروتز أن

العمل الخيري سلوك مكتسب، ومنذ عام ٢٠٠٣، أصبحت مجلة تاون آند كانتري تُصدر عددًا سنويًا عن العمل الخيري، تُقدّم فيه أبرز رائدات العمل الخيري، وتتناول قصصهن، وتوضح كيفية التبرّع بالمال على نحوٍ استراتيجي.

مجلة تاون آند كانتري هي المجلة القومية الوحيدة التي تُغطّي العمل الخيري النسائي بالكامل على نحوٍ جيد، ويعود الفضل في ذلك إلى حدٍّ كبيرٍ إلى المُحرّرة بامبلا فيوري. تصف بامبلا أول تأثيرٍ لعدد المجلة المخصص للعمل الخيري بأنه «كان حميميًا ويُثبّج الصدر؛ ومن ثمّ، سنُصدر هذا العام عددًا ثانيًا، مع تخصيص صفحاتٍ أكثر للأفراد والمجموعات الذين يُحدثون هذا التغيير في العالم رغم كل الصعاب.»⁶

وقد كان لما قرأته بريندا بيدرمان — من ترافيرس سيتي بولاية ميشيغان — بمجلة تاون آند كانتري عام ٢٠٠٨ عن المتبرعات ومعالجتهن للقضايا الاجتماعية أبلغ الأثر؛ لذا أسست جمعية سيدات ميشيغان مع التركيز على التبرعات والمساعدات. تتكون جمعية سيدات ميشيغان من مجموعةٍ من صديقات بريندا اللاتي يجتمعن مرتين أو ثلاث مراتٍ خلال العام بمنزلها على بحيرة ميشيغان. تأتي الضيفات بالأطعمة اللذيذة لمشاركتها، بالإضافة إلى دفاتر الشيكات. وتُخطط بيدرمان لتوسيع نطاق جمعيتها في جميع أنحاء ميشيغان. ويُعزى كل هذا النشاط إلى المقال الذي قرأته بريندا في المجلة.

أثناء تحرير هذا الكتاب، كانت وسائل الإعلام مستمرةً في دفع حركة العمل الخيري النسائي قُدّمًا. وفي ٢٢ أغسطس ٢٠٠٩، ركّزت مجلة نيويورك تايمز على سؤالٍ واحد، هو: «لماذا تُعتبر حقوق المرأة هي قضية العصر؟» كما يظهر في المقالات التي ألهمها الكاتب نيكولاس كريستوف، وتحمل عنوان «العنصر الخفي في العمل الخيري» و«قوة حافظة النقود»، بعد فترةٍ وجيزةٍ من نشر كتابه بعنوان «نصف السماء: تحويل الاضطهاد إلى فرصٍ للمرأة حول العالم»، الذي كتبه بمشاركة زوجته شيريل وودان. تلا ذلك الدراسة التي أجرتها ماريا شريف تحت عنوان «أمة السيدات»، ودراسة «ريادة الأعمال الاجتماعية في أمريكا: المرأة تؤسس اتحاداتٍ أقوى» لكلير جوديان، و«المرأة والثروة والعطاء: الإرث الصالح لجيل النهضة» لمارجريت ماي دامن ونيكي نيكاسترو ماكويستن.

وعلى الرغم من أن كريستوف كان يكتب عن قضايا المرأة لما يزيد عن ثماني سنوات، تتمثل المفارقة في أنه بمجرد اكتشاف حكومات وهيئات العالم والقطاع المالي أهمية المرأة بالنسبة إلى الاقتصاد العالمي، تُحوّل تركيزها إلى السيدات والفتيات في جميع

أنحاء العالم. يقول جيرالد مارزوراتي، المحرر بمجلة نيويورك تايمز، إن القضايا التي تواجه المرأة في العالم وما تفعله المرأة تجاهها هي أبرز «بيان عن عصرنا». ⁷ ويتمثل التحدي في هذا العقد في وضع السياسات التي تُعالج قضايا السيدات والفتيات. وقد صدر بيان من النوع نفسه عن الأعمال الخيرية النسائية. وعلى الرغم من أن العمل الخيري النسائي كان منتشرًا على مدى بضعة عقود، إلا أنه لم يكن محط اهتمامٍ إلا بعد أن أدركت المنظمات غير الربحية إمكانات المرأة في العطاء. وفي سياقٍ مماثل، فإن اكتشاف المؤسسات للقوة السوقية للمرأة قد غيّر النظرة للمرأة بوصفها مستهلكًا للأبد، وهو ما تفعله المؤسسات المالية أيضًا؛ إذ صارت تصوغ المنهج الموجّه إلى عملائها بناءً على ما ترغب فيه المرأة.

وبعيدًا عن هذه الحركة، يتناول الإعلام إمكانات المرأة وما تُقدّمه من عطاء، مثل حملة «نساء يُقدّمن الملايين»، ويتناول العطايا التي تُقدّر بملايين الدولارات التي تتبرع بها السيدات للجامعات والكنائس والهيئات الخيرية، مسهبًا في وصف السيدات اللاتي يقمن برعاية هذه الجهود. لم يصل الوعي الحالي بدور المرأة وما تُقدّمه من أعمالٍ خيريةٍ إلى ذروته بعد؛ فكل ذلك ليس سوى البداية. وقد نجح الإعلام في كشف وتعزيز ما وصفته كروتز بـ «المشهد الرائع»، وذلك من خلال التعرّف عليه بشكلٍ أكبر ومساعدة الآخرين على التعرّف عليه كذلك.

(٢) امرأة شجاعة

ترى جوانا كروتز أن القصص ستساعد على نمو الحركة ووصولها إلى حجمٍ ملائم. وقد أطلقت تحديًا لزملائها في صناعة الإعلام داعيةً إياهم للتفكير فيما يتجاوز موضوعات الموضة والغذاء قائلة: «في الوقت الراهن، يمثل العمل الخيري النسائي أهميةً أكبر من البطاطس واللحم؛ فالمرأة والعمل الخيري موضوع واسع جدًا لدرجة لا تسمح بعرضه على نطاقٍ ضيق». وتعتقد كروتز بأنه حتى تتضح الصورة لا بد أن تكون هناك قصص عن الأفراد؛ مثل الأخوات هانت اللاتي ورثن الملايين عن والديهما اليمينيين، وأوسيولا مكارتي العاملة الأمريكية من أصلٍ أفريقيٍّ التي تنازلت عن كامل مدّخراتها لصالح المنح الدراسية، وجينيفر بافت وزوجها مالكي مؤسسة نوفو الخيرية.

دارلا مور واحدة من تلك القصص التي تستحق الرواية، فما الذي يمكن أن يكون أكثر قيمةً من منحة دارلا مور التي تبرعت بـ ٢٥ مليون دولار لكلية إدارة الأعمال بجامعة ساوث كارولينا؟ فعلى عكس التبرعات النمطية للمرأة والتي ناقشناها سلفاً، نجد أن مور لم تستغرق وقتاً طويلاً لاتخاذ هذا القرار، ولم تمنع في وضع اسمها على مبنى الكلية.

اتخذت مور، وهي سيدة خمسينية خبيرة في الاستثمار وتدير شركة استثمارية بقيمة مليارٍ دولار بالتعاون مع زوجها، قرارَ التبرع بهذا المبلغ أثناء وجبة الغداء مع مسؤولي التنمية بالجامعة، كما قبلت عرضهم بتسمية المبنى باسمها، حيث قالت: «لم يكونوا مضطرين لتسمية المبنى باسمي؛ فقد كانت هناك بدائل أخرى ولكنني أعتقد أنهم أرادوا أن يُحدِثوا قفزة هائلة في الصورة التي أرادوا رسمها. فكرة تسمية معقل الرأسمالية باسم امرأة لهو أمر يروق لي. وحقيقة أن هذه بلدة السيناتور ستروم ثورموند تعني تحقيق تقدّم طيب وملحوظ.»⁸

استخدمت مور منحنها في دفع التغيير. فبما أن ساوث كارولينا من الولايات الفقيرة، رأت مور أن الجامعة أحد أهم الأصول في الولاية، وأن الاستثمار في كلية إدارة الأعمال سيساعد اقتصاد الولاية؛ فاستعانت بفريقٍ من الخبراء الاستشاريين لتقييم الكلية، وشاركت في العملية، وضغطت من أجل تنقيح المناهج ومراجعتها، وسعت للبحث عن عميد جديد، ودعت إلى توظيف أعضاء هيئة تدريسٍ جُدد. وكانت النتيجة أن الكلية باتت تُشتهر بأن لديها واحداً من أفضل برامج إدارة الأعمال الدولية في العالم. ومن وجهة نظر مور، تُعدُّ هذه هي نقطة الانطلاق لتنمية ودفع المشروعات التجارية المبتكرة في جميع أنحاء الولاية.⁹ إن مجموع المنح التي قدّمتها لكلية دارلا مور لإدارة الأعمال، والتي تبلغ ٧٠ مليون دولار، تجعل منها أكثر الجهات استفادةً من تبرُّعٍ خاصٍّ بالولايات المتحدة الأمريكية.

ربما كانت كيمبرلي ديفيز — النائبة الأولى لرئيس مؤسسة العمل الخيري العالمي ورئيسة مؤسسة مورجان تشيز — تُشير إلى منحة دارلا مور حين قالت: «من الضروري أن تفهم المرأة مدى قوتها وتستفيد منها. لا يمكننا أن ننتظر من الآخرين أن يمنحونا القوة، بل لا بد أن نسعى إلى تهيئة الظروف والاستفادة من مواردنا ونفوذنا.»¹⁰ وحتى يتم ذلك، لا بد أن تدرك المرأة الأفكار النمطية وتتغلب عليها.

(٣) التنميط ووضع العراقيل

على مدى فترةٍ طويلةٍ من الزمن، كانت المرأة تتجنَّب وصفها بالجريئة أو القوية، فقد عايش كثيرٌ من السيدات استخدام القوة وسوء استخدامها في نطاق أسرتها، وعادةً عندما يتعلق الأمر بالمال، بينما شعرت أخريات بأن الجرأة لا تتناسب مع الطبيعة الأنثوية للمرأة، وأن القوة، كما قالت إحدى السيدات في مجموعة نقاشية، «... ليست مُدرجة في قاموسي».

ويبدو أن الخوف هو العامل الأساسي في هذا التحفظ. حتى أوبرا وينفري اعترفت بأنها كانت تتحفظ بشأن استثمار أموالها في البورصة؛ ما جعلها تدخر خمسين مليون دولار على صورة أموالٍ سائلة، مُطلقة على هذه المدخرات أموال «امرأة بلا مأوى».¹¹ وتشمل بعض الأعدار «النسائية» ما يلي:

- «أنتظر فارس أحلامي».
- «دائمًا ما أوجّه تبرعاتي حيث تنصحنني أسرتي أو مستشاري المالي».
- «زوجي هو من يجلب المال؛ لذا فهو من يقرر أين تنفقه».
- «لا أشعر بالارتياح عندما أتكلم عن المال» لا ترى هذه السيدة أن حديث المال يليق بالسيدة المهذبة.
- «لا بد أن أسأل زوجي».
- «نعم، أتبرع لمتحف الفن، ولكن ليس بنفس قدر تبرع زوجي لجامعته».

ومن جانب الجهة متلقية التبرعات، نرى امتعاض مسئولِي التنمية حول تبرعات السيدات:

- «سأبلغ سن التقاعد قبل أن أتلقّى أي تبرع من سيدة»: هذا الرأي المبني على أن السيدات يستغرقن وقتًا طويلًا لاتخاذ قرار التبرع.
- «لا تُقدّم السيدات تبرعاتٍ كافية».
- «لا تدير المرأة المؤسسات الكبيرة؛ ومن ثمّ فليس لديها أموال، ولا تعرف كيف تطلبها، أو تستفيد منها»: تصريح أحد المديرين الذي لم يكن يعلم أن المرأة لديها أموال لتعطي ويمكنها أن ترأس حملة لجمع التبرعات.

تسود مثل هذه التصوّرات والأفكار النمطية بين السيدات أنفسهن وخبراء جمع التبرعات على حدّ سواء. وقد شرعت ريتا هاووزر، رئيسة جمعية تحديّ قيادة المرأة في حملة هارفرد لعام ١٩٩٠، في تحدي الأفكار النمطية وتغيير شكل العمل الخيري الذي تطلق عليه «أحد آخر معاقل السيطرة الذكورية» على حد تعبيرها. جمعت حملة هارفرد أربعين مليون دولار في ثمانية عشر شهرًا، بفضل جهود هاووزر وزميلاتها ممن قدّمن تبرعاتٍ بقيمة تتراوح بين ٢٥ ألف دولار و ٢٥٠ ألف دولار.¹² لقد تغيّر شكل العمل الخيري في هارفرد إلى الأبد، ولم تُعدِ المرأة تحتل المركز الأخير في قوائم توقعات هارفرد.

(٤) التغلب على الأفكار النمطية

لحُسن الحظ، بدأت كل الأفكار النمطية والعراقل والمفاهيم الخاطئة المتعلقة بتبرعات المرأة تزول وتتلاشى؛ إذ أخذت المرأة قدرًا أكبر من السيطرة على أموالها، وزادت قدرتها على كسب الأموال. وعلى الرغم من ذلك، ما زالت هناك بعض الشكوك المالية في رءوس الكثير من السيدات، ويمكن لمسئولي التنمية معالجتها على النحو التالي:

- «مجموعات المناقشة»: في كل مجموعةٍ من مجموعات المناقشة التي تمت إدارتها، سعدنا بسماع بعض السيدات، خاصةً الشابات، يتحدثن عن تبرعاتهن وطريقة اتخاذهن قراراتهن وُحدَهن أو بمشاركة أزواجهن. أما السيدات الأكبر سنًا فلم يَكُنَّ يَقُلْنَ أي شيءٍ بشكلٍ عام، ولكن كانت تعبيرات وجوههن تشي بأنهن يُدرِكن الأمر تمامًا. سوف يغادرن المكان، ويتدبّرُن الأمر لفترةٍ من الوقت، ثم يُطالبن بدورٍ في العمل الخيري في الأسرة، أو على الأقل يُطالبن بدورٍ مساوٍ في اتخاذ القرارات بشأن الموضوعات التي يؤمّن بأهميتها. يُرجى الرجوع إلى قسم المصادر «أ» لمزيدٍ من المعلومات عن تنظيم مجموعات النقاش.
- «دورات التثقيف المالي»: قد يكون من المفيد عقد جلساتٍ للمرأة تباشرها مؤسسات غير ربحية، وتديرها شركات إدارة الأموال والثروات. في هذه الدورات، يمكن للنساء أن يتعلمن التخطيط المالي وتخطيط العمل الخيري ومناقشة ما يشعرن به إزاء التعاملات المالية دون خوفٍ من التعرّض للسخرية أو الاستخفاف بأفكارهن. (يمكن معرفة المزيد عن هذا الموضوع في الفصل التاسع.)

- «توفير الوسائل اللازمة لاتصال المرأة بشبكة الإنترنت»: تناولت ليزا ويتز، المدير الاستراتيجي لشركة فينتون للاتصالات، والتي شاركت ليزا تشين في تأليف كتاب «مكانة المرأة: لماذا تُعتبر النساء محرك التغيير في العالم وكيف يمكن الوصول إليهن»؛¹³ أهمية توفير وسيلة سهلة للمرأة للتواصل والمشاركة عبر موقع المنظمة أو المدونة أو موقع فيسبوك؛ ومن ثمّ، ينبغي على الجمعيات الخيرية إنشاء مثل هذه المنتديات وإدارتها.
- «الاستفادة من وسائل الإعلام»: المرأة والعمل الخيري من الموضوعات المثيرة، وقد ساعدت زيادة الوعي الإعلامي على تحويل الاهتمام نحو هذه القضية. يمكن للجمعيات الخيرية أن تستخدم وسائل الإعلام بنجاحٍ لطرح قضاياها من خلال عرض القصص التي تجذب انتباه المرأة؛ فالاهتمام الإعلامي بالمتبرعات يمكن أن يوجّههن في المستقبل نحو إدراك ذاتهن، والاستقلال ماليًا، والعطاء دون خوف.

(٥) معلومات سريعة

- ساعدت وسائل الإعلام على إنشاء حركة العمل الخيري الحديث للمرأة؛ فكانت مصدرَ دعمٍ قويٍ لدفعها قُدّمًا. تهتم الكاتبات بهذا الموضوع بصفةٍ خاصة، وقد بذلن جهودًا حثيثةً لتأسيس هذه الحركة. وقد كان اهتمام وسائل الإعلام، إلى حدٍّ بعيد، سببًا في ظهور حلقات العطاء، وكذا المؤسسات الأخرى المعنية بالمرأة والعمل الخيري.
- تُولي وسائل الإعلام المرأة اهتمامًا كبيرًا؛ حيث أصبحت مصدرًا للقوة الاقتصادية والخيرية العالمية. وتواجه المؤسسات غير الربحية تحديًا إزاء التعامل مع هذه الإمكانيات من خلال توفير برامجٍ موسعةٍ للنساء والفتيات.
- تجذب القصص اهتمام وسائل الإعلام، خاصةً تلك القصص التي تُثير عواطف القراء ومشاعرهم. وينبغي على السيدات والمنظمات والمؤسسات المعنية أن تعمل جنبًا إلى جنبٍ مع وسائل الإعلام، من خلال القصص؛ لتدفع الحركة قُدّمًا نحو التطوُّر.

التحول من سيداتٍ بلا مأوى إلى سيداتٍ جريئات ...

- لقد غيّرت شجاعة المرأة شكل العمل الخيري. وعلى الرغم من إيجابية وسائل الإعلام والصحافة وجرأة بعض المانحات، ما زال هناك بعض الأفكار النمطية والعراقيل. وسوف تزول هذه الأفكار والعراقيل بتغيّر الأجيال، والاهتمام الإعلامي الإيجابي، وتوعية المتبرعات تحت رعاية المؤسسات غير الربحية.

الفصل الرابع

عطاء المرأة: المعايير الستة الأساسية، وثلاثة معايير إضافية

ما الذي أدّى إلى ظهور حركة العمل الخيري النسائي الحديثة؟ يزيد السبب عن مجرد امتلاك المرأة الموارد المالية اللازمة للعطاء أخيراً. كان السبب هو تغيير ثقافة العمل الخيري: الاعتراف بأن المرأة لديها دوافع للعطاء مختلفة عن مثيلاتها لدى الرجل.

(١) ثورة سلمية

في دراسةٍ بحثيةٍ تتعلق بالأجيال أجرتها كلُّ من كارمن ستيفنز وشو-هاردي ونُشرت عام ٢٠٠٨،¹ طُرِح سؤال على مجموعةٍ من السيدات المهتمات بالعمل الخيري حول أهم الأحداث المحلية أو العالمية التي وقعت خلال حياتهن وأثّرت فيهن بشكلٍ كبير، وكان الجواب بأغلبيةٍ ساحقةٍ هو الحرب؛ فبصرف النظر عن الجيل، كانت الحربُ هي العاملَ الأساسيَّ الأكثر تأثيراً، وذكرت السيداتُ الحربَ العالمية الثانية أو حرب فيتنام أو حرب الخليج.

ليس من المستغرب أن يكون إحلال السلام العالمي هو المجال الذي تُطالب المرأة بأن يكون لها نفوذها فيه. كما أن ٩٩٪ من السيدات اللاتي تحدثنا معهن في الدراسة، اعتقدن أن بإمكانهن تحقيق السلام وتحقيق تغييرٍ إيجابيّ في العالم من خلال التعليم، والعمل الخيري، والدعوة إلى التعاطف. الكثيرات منهن ذكّرنَ كلمة «التعاطف»، التي تحمل معنى الشفقة والاهتمام والعطف والتقدير ومراعاة الآخر. لقد شعرت السيدات بالتعاطف، ويُردنَ أن يشعر الجميع به.

ترغب المرأة في عالمٍ أفضل، بدءًا بالوصول إلى عالمٍ ينعم بالسلام؛ فلطالما كانت المرأة هي المسئولة عن أمن الأسرة وسلامها، فلمَ لا تكون الحال كذلك في العالم بأسره؟ لقد أخبرتنا سيدة من جيل الطفرة (مواليد الفترة بين عامي ١٩٤٦ و ١٩٦٤) في بحثنا عام ٢٠٠٧: «من الممكن أن يكون هناك سلام فقط حينما تكون هناك فرصة اقتصادية لكل فرد. والفرصة الاقتصادية الحقيقية توجد فقط في بيئة تعمل في إطارٍ من النظم الطبيعية، وترعى الحرية والإبداع والإنجازات الفردية.» وتشير سيدة أخرى من مواليد الجيل إكس (الفترة بين عامي ١٩٦٥ و ١٩٧٦) إلى أفكارٍ مشابهة، حيث تقول: «إن التغيير الذي نحتاج إليه هو السلام العالمي، وفهم الاختلاف في وجهات النظر والديانات والتقاليد والتوجهات الجنسية وتقديرها والاستعداد لتقبُّلها. ولا أعني التجانس بين الناس، بل الوصول إلى التعايش السلمي بينهم.»

(٢) المرأة بوصفها قوةً محرّكة

خلال العقدين الأخيرين، شهدت الولايات المتحدة فترات ازدهارٍ حُقِّقت خلالها كميات هائلة من الثروة، يرتبط معظمها بالتكنولوجيا. وبفضل هذه الثروة الجديدة ظهرت المرأة بوصفها قوةً محرّكة. لقد حلت الثروة المكتسبة محل الثروة المتوارثة، وزادت مستويات التعليم والفرص والتوقعات، وبدأت المرأة في فتح الأبواب المغلقة، وأصبحت تشغل مناصب قيادية في مجالس إدارات المشروعات والتعليم والعمل الخيري. وفي كثيرٍ من الحالات تقترح المرأة الأبواب المغلقة لتستطيع الدخول، أو تنشئ أبوابًا جديدة. منذ زمنٍ ليس ببعيد، كان الرجل هو عائل الأسرة، وكان الرجال هم من يدرسون القانون، أو يمارسون الطب، أو يتولون إدارة الأعمال الأسرية. أما الآن، فتُشكّل المرأة غالبية طلاب القانون، وترتاد كلية الطب في حشودٍ كبيرة، وبدأت المرأة تتولى «إنشاء» الأعمال التجارية العائلية. لقد حلت التكنولوجيا محل الآلات الثقيلة، وأصبحت المرأة تستخدم الكمبيوتر بسهولةٍ تامةٍ مثل الرجل. وأضحى للمرأة وجود في جميع أشكال التجارة؛ فهي تستخدم نكاهها وتعليمها في حقلٍ تتساوى فيه الفرص لكلا الجنسين باطراد. من غير المرجح أن تصير أمتنا قوةً صناعيةً مرةً ثانية، فقد حلت العقول محل العضلات.

يعتمد مستقبل اقتصادنا على إيجاد حلولٍ جديدةٍ للمشكلات القديمة، وأمورٍ جديدةٍ تحلُّ محلَّ تلك التي فُقدت في انهيار الأسواق عام ٢٠٠٨، وأنماطٍ جديدةٍ من المشروعات

عطاء المرأة: المعايير الستة الأساسية، وثلاثة معايير إضافية

التجارية والصناعية. وقد بدأ تطبيق مهارات ريادة المشروعات والقدرات الإبداعية للمرأة في كل مجال من مجالات العمل والحياة، بما في ذلك العمل الخيري؛ فلم تُعد المرأة تكتفي بالمشاركة في العمل التطوعي كي تجد متنفساً لقدراتها ومواهبها، وأصبحت تُستخدم أموالها ومواهبها وقدراتها لابتكار طرق أفضل وجديدة للعطاء.

(٣) المعايير الستة الأساسية لعطاء المرأة

في بدايات التسعينيات، ومن خلال مجموعات النقاش، وجدنا أن دوافع العطاء عند المرأة تتحدّد في ستة معايير أساسية، وهي: التغيير، والابتكار، والالتزام، والاتصال، والتعاون، والاحتفال.

- «التغيير»: تغيير الأشياء للأفضل وإحداث فارق.
- «الابتكار»: ابتكار حلول جديدة للمشكلات، وريادة الأعمال من خلال العمل الخيري.
- «الالتزام»: الالتزام من خلال العمل التطوعي للمنظمات والمؤسسات التي تشارك رؤية السيدات، وغالبًا ما يكون التبرع للمنظمات التي تطوعت فيها المرأة.
- «التواصل»: التواصل مع الشخصيات التي تؤثر فيها تبرعات المرأة، وبناء شراكات مع المعنيين بالمشروعات التي تدعمها المرأة.
- «التعاون»: التعاون مع الآخر، غالبًا من السيدات، في إطار مجهودات أكبر، والسعي إلى تجنّب الازدواجية والمنافسة والإسراف.
- «الاحتفال»: قضاء وقت ممتع، والاحتفال بالإنجازات النسائية، والتمتع بمعنى أعمق للأعمال الخيرية النسائية والرضا عنها.

ومما يدعو إلى الدهشة والسعادة أن هذه المعايير الستة قد أصبحت جزءًا من عظمة وفخامة العمل الخيري النسائي في جميع أنحاء الولايات المتحدة. وتصف ربييكا باور القيمة التي وجدتها هي وزميلاتها في هذه المعايير الستة بمؤسسة «إمباكت أوستن» الخيرية، في مدينة أوستن بولاية تكساس، قائلة:

لقد أسسنا جمعية إمباكت أوستن استنادًا إلى هذه المعايير الستة لعطاء المرأة. وتعلمت أن المرأة تحب ابتكار الأشياء التي تُغيّر العالم نحو الأفضل،

ومن خلال التعاون أثناء عملية استعراض المنح تتواصل السيدات ويشعرن بالالتزام الحقيقي بالقيام بهذا الدور. نحب كذلك أن نحفل بإنجازاتنا، وتتاح لنا الفرصة للقيام بذلك خلال اجتماعنا السنوي. لقد أعطت مؤسسة إمباكت أوستن السيدات الثقة اللازمة لزيادة قدرتهن على العطاء لأنهن يتحكمن في عملية صنع القرار.

كنا ندرك أنه إذا كانت هذه طريقة عطاء المرأة، فهذه هي الطريقة التي تستمرُّ بها النساء في هذه المجموعة. لقد كنا على يقين بأنه إذا قبلنا هذه المعايير الستة وجعلناها نُصَبَ أعيننا عند تأسيسنا لجمعية إمباكت أوستن، فسنستمر في التطور والرقى. ما زلنا نتحدث عنها؛ لذا فنحن ناجحات للغاية.²

وتقول لي روبر باتكر، العضوة بمؤسسة المرأة بولاية مينيسوتا الأمريكية، إن المعايير الستة الأساسية للعمل الخيري عند المرأة جزء من أسلوب قيادة المرأة بالمؤسسة، وتضيف قائلة: «على سبيل المثال، فيما يتعلق بالمعيار الأخير والخاص بالاحتفال، تعجبنى مقولة إيما جولدمان إذ تقول: «إن كنت لا أستطيع الغناء والرقص فلا أَرغب أن أكون جزءاً من ثورتكن!» وهنا في مؤسسة المرأة نعيش دائماً في أجواء الاحتفالات.»³

(١-٣) التغيير

تُعبّر روزي موليناري، مؤلفة كتاب «بنات أمريكا: الجمال وصورة الجسد والترعرع كفتاة لاتينية» عن هذا قائلة: «نحن نُغيّر العالم على الرغم من أننا، أو ربما لأننا، نفهم أن العالم كان ينبذنا في بعض الأحيان.»⁴

لقد أنشئت صناديق المرأة في سبعينيات القرن العشرين لمعالجة ممارسات استثناء السيدات والفتيات من الحصول على منح الشركات، والمؤسسات، والدعم الحكومي والفردى، ووضع حدٍّ لذلك. وقد وفرت هذه الصناديق الفرص للنساء لتحقيق الاستقلال الاقتصادي والتغيير الاجتماعي، كما غيّرت طرق الدعم؛ ما مكّن السيدات والفتيات من الحصول على نصيبٍ عادلٍ منه. وحصلت المرأة على فرصة منحة التبرعات ووضع حلول لقضايا السيدات والفتيات بفكر نسائي.

وبناءً على مفهوم إحداث التغيير الاجتماعي، تطوّرت صناديق التمويل النسائية في الولايات المتحدة من منظمة واحدة عام ١٩٧٧ إلى ١٤٥ منظمة في جميع أنحاء العالم

عام ٢٠٠٩ تستثمر ٦٠ مليون دولار سنويًا في قضايا السيدات والفتيات. لقد أدت زيادة صناديق المرأة إلى قبول فكرة أن الاستثمارات الخيرية في السيدات والفتيات يمكن أن تُحدث تغييرًا إيجابيًا عاجلاً، ليس في المجتمعات المحلية فحسب، ولكن في الأمم ودول العالم كذلك. وأوضح الأمين العام السابق للأمم المتحدة، كوفي عنان، الأمر قائلاً: «عندما تشارك المرأة بشكلٍ كامل، نرى الفوائد على الفور، فتصبح الأسرة أكثر صحة، ويزداد دخلها ومدخراتها واستثماراتها. وما ينطبق على الأسرة ينطبق على المجتمعات وعلى دولٍ بأكملها في نهاية المطاف.»⁵

«كارولين كاسين: تغيير المسار»⁶ أدركت كارولين كاسين أن عملها هو التغيير عندما شغلت منصب الرئيس والمدير التنفيذي لمؤسسة ميشيجان النسائية؛ فقد ظلت المؤسسة تكافح على مدى السنوات الأربع أو الخمس الماضية. وعلى الرغم من أن مهمة كاسين الوظيفية كانت دائماً تتمثل في الانضمام إلى المؤسسة وتحديد جوهرها والعمل على تطويرها، إلا أن هذا لم يكن بالأمر السهل خلال سنوات الركود الاقتصادي الكبير ٢٠٠٨-٢٠٠٩، التي عانت خلالها مؤسسة ميشيجان بشكلٍ خاص.

تقول كاسين إنها ظلت تستمع خلال الأشهر الخمسة الأولى، وأدركت أنه على الرغم من وجود قدرٍ كبيرٍ من الدعم لمؤسسة ميشيجان للمرأة، إلا أن المؤسسة لم تكن تحظى بالموارد أو النفوذ التي ظن الناس أنها تمتلكها. في الواقع، كانت المؤسسة تجد صعوبةً في توفير احتياجاتها، وكانت تعتمد على دعم شركات السيارات. إلا أن ذلك لم يُعدِّ ممكناً؛ فطبيعة أعمالهم التي باتت غير مواتية للعصر لم تُعدِّ توتّي ثمارها خلال الأوقات المالية الصعبة.

وجدت كاسين أيضاً أن الناس يرغبون في أن تعالج المؤسسة المشكلات مباشرة، وأن يتجاوز دورها التبرع بالأموال للمؤسسات الداعمة للنساء والفتيات. «أخبروني أنهم في الماضي، عندما كانوا يتبرعون للمؤسسات الداعمة لقضايا المرأة، لم يكونوا قادرين على التأكد مما حققته تبرعاتهم من النتائج المرجوة. كما أضافوا أنهم يحتاجون إلى الاستفادة من الطاقة الإبداعية والتوصّل إلى حلولٍ جديدة.»

وتتمثل إحدى الأفكار في رعاية صندوق المشروعات النسائية. تقول كاسين: «لقد طرحت سؤالاً حول ما يمكن أن تقوم به مؤسسة ميشيجان للمرأة لاستعادة دعم المجتمع لها، وزيادة تأثيرها. وكان الجواب دائماً هو تأهيل المرأة لتبدأ في مشروعاتها الخاصة لاستعادة مكانتها المالية. وعلى الرغم من أن المرأة تبدأ ٤٠٪ من المشروعات الجديدة،

فإنها تحصل على ٤٪ فحسب من صندوق دعم رأس المال المغامر، وكانت تُضطر إلى العمل من مطبخها لعدم تمكُّنها من الحصول على الدعم المالي من المصادر التقليدية.» كانت منحة مؤسسة كيلوج الخيرية مؤثرةً بما يكفي لإحداث التغيير المطلوب بحيث حصلت مؤسسة ميشيجان للمرأة على المزيد من المساهمات. لقد مكَّنت منحة كيلوج المؤسسة من إجراء دراسة جدوى لمعرفة الوضع المناسب لزيادة الدعم، وقالت كاسين إن الدراسة ساعدتهن على معرفة ما يلزم القيام به للاستفادة من المشروعات. كما لاحظنا سلفاً، كان التغيير هو الأساس المنطقي وراء زيادة صناديق دعم المرأة منذ أربعين عاماً تقريباً. وقد أدَّى نجاحها إلى ظهور طريقةٍ جديدةٍ تماماً لزيادة التبرعات النسائية، تبدأ بالاستماع إلى ما تريده المرأة.

(٢-٣) الإبداع

المرأة مبدعة بطبيعتها وجوهرها وتقاليدها وذاتها؛ فهي التي تنجب أجيال المستقبل وتبدع في تربيتهم، وهي التي تبتكر ملابس أسرتها، وتزرع البذور في حديقتهَا؛ لتُعدَّ منها الطعام في مطبخها. ومن الناحية التقليدية، كما تقول الدكتورة كاتلين مكارثي في كتابها «العودة إلى زيارة السيدة الكريمة»⁷ كانت المرأة هي المسؤولة عن ابتكار وسائل علاج أسرتها، وإبداع الكثير من الثقافات والمؤسسات الثقافية في بلدنا. ومن خلال الجهود الخلاقة للمرأة، تشكلت جمعيات الإغاثة في أواخر القرن الثامن عشر لمساعدة المهاجرين القادمين من سواحل الشرق والغرب. وفي أواخر القرن التاسع عشر أسست جين آدمز وغيرها من السيدات مستوطناتٍ سكنيةً في المدن لمساعدة السيدات والأطفال، وفي أواخر القرن العشرين تأسست صناديق دعم السيدات والفتيات. لقد حرصت المرأة دائماً على مساعدة نظيراتها من السيدات، وغالباً ما كُنَّ يجتمعن لابتكار طرقٍ جديدةٍ لحل المشكلات، وحلقاتُ العطاء (سنناقشها بالتفصيل في الفصل الثامن) تُعدُّ الشكل العصري لهذه الاجتماعات، وهي تتشكل عموماً لمساعدة السيدات الأخريات في المجتمع.

في مثل هذه الأوقات، حيث تسود التغييرات والتحديات التاريخية، هناك عدد كبير من الفرص الجديدة للنساء والرجال والأزواج للابتكار واستغلال تلك الفرص الجديدة لإنشاء منظمات وبرامج ومؤسسات جديدة تفرز لنا مجتمعاً أكثر استمرارية واستقراراً. وتُعدُّ تاشيا وجون مورجريدج مثلاً جيداً لزوجين لهما طريقتهما الإبداعية في العطاء؛

فبدلاً من تبادل الهدايا التقليدية، قرّرا الاحتفال بالذكرى الأربعين لزواجهما بالتبرع وتمويل منحتين في جامعة ويسكونسن بماديسون؛ حيث أهدت تاشيا، المعلمة السابقة بالتعليم الخاص، باسم زوجها جون، الرئيس التنفيذي لشركة سيسكو للأنظمة، منحة دراسية بقيمة ١,٦ مليون دولار في علوم الكمبيوتر، وأهدى جون باسم زوجته منحة بقيمة ١,٦ مليون دولار في القراءة بكلية التربية. وفي حين أن هذا ليس في إمكان الجميع، فمن الممكن أن نفكر جميعاً فيما يمكننا أن نقدمه لأفراد أسرتنا وأصدقائنا من هدايا إبداعية واحتفالية في مجالات اهتماماتهم.

«تراسي جاري: ابتكار وإلهام»⁸ دائماً ما آمنت تراسي جاري بأن العمل الخيري هو متنفس الصفات الريادية للمرأة. لقد أسست بنفسها أو ساعدت على تأسيس ثماني عشرة مؤسسة غير ربحية منذ أن ورثت ثروة في العشرينيات من عمرها من أسهم بيلسبري، بما في ذلك أسهم والدتها المالية، بالإضافة إلى براءة اختراع جدها الأكبر للهاتف. كانت عائلتها تمتلك عددًا من المنازل في نيويورك، وفلوريدا، ومينيسوتا، وويسكونسن، وباريس بفرنسا، وفي وقتٍ من الأوقات كان لديهم ٣٦ شخصًا يعملون في خدمتهم. كان من الممكن أن توصل جاري حياة الترف والإنفاق، ولكنها بدلاً من ذلك اختارت أن تتبرع بكل ذلك وتساعد الآخرين من خلال المنظمات التي أسستها.

بعد دراستها في مدرسة «مس بورت» وخرجها إلى المجتمع في مدينة نيويورك، تخرجت جاري في كلية سارة لورانس عام ١٩٧٣، ثم تطوعت للعمل في عددٍ من المنظمات. ونتيجةً لإحساسها بأن المنظمات لا تُصغي إلى طلبات المرأة، أسست جاري جمعية «السيدات الماهرات» لمساعدة السيدات الثريات على التبرع من أجل دعم التغيير الاجتماعي. ومن خلال تجربتها الشخصية، وجدت أن المرأة في حاجةٍ إلى مؤسساتٍ للنساء فقط لمساعدتهن على التعبير عن أفكارهن. وحيث إنها لم تقبل قط بالوضع الراهن، لم تستخدم جاري رأس مالها فحسب، ولكن استخدمت فكرها الإبداعي لتبدأ في تأسيس منظماتٍ جديدةٍ لمساعدة المرأة، وحماية البيئة، ونشر السلام، والتغلب على الظلم الاجتماعي، وتعزيز الفرص للعديد من الجماعات المحرومة من حقوقها في جميع أنحاء أمريكا، كما أيدت قضايا حقوق المثليين ولعبت دوراً رئيسياً في دعم ما يُسمى الآن بصناديق دعم المثليين.

في الآونة الأخيرة أسست جاري جمعية «إنسبايرد ليجاسي» في مدينة هيوستن بولاية تكساس؛ حيث شعرت جاري بأنها شخصياً، بوصفها شابة، تتوق إلى التوصل

إلى «إرثها المهم». تعمل الجمعية على التوفيق بين المتبرعات والقضايا التي يؤمنُ بها بقوة، وتساعدنهم على ترسيخ خططهن الطويلة الأمد للعطاء. وقد وصفت هذه الخطط في كتابيها «العمل الخيري المهم: ابتكار خطة للعطاء»⁹ و«العمل الخيري المهم: دليلك خطوة بخطوة لابتكار خطة للعطاء وترك الإرث» (الطبعة الثانية)،¹⁰ وكذا في برامج توعية المتبرعات التي طورتها بالتعاون مع آخرين.

وتُولى جاري الشباب اهتمامًا خاصًا؛ حيث تؤمن بأن تثقيف الشباب هو محرك التغيير الاجتماعي من خلال العمل الخيري، وهو ما يساعد على تهيئة مجتمع أفضل. وتحقيقاً لهذه الغاية، عملت جاري دون كلل على وضع منهجٍ لحلقات العطاء الشبابية بعنوان «إلهام الشباب لإحداث التغيير: أدوات جيل الكرم»¹¹ والتي تم توفيرها من خلال جمعية «إنسبايرد ليجاسي». وقد كُرِّمت شو-هاردي لمشاركتها في كتاب مجموعة أدوات العمل الخيري بالتعاون مع كارين باين. لم تدخر جاري جهداً لجمع المال اللازم لكتابة المنهج وطباعته؛ فقد أمنت بأن الحلم سيتحقق؛ فالدافع الشخصي والإبداع لدى جاري ألهماها معالجة قضايا مجتمعية صعبة بطريقة عقلانية ورحيمة، وإن كانت جريئة.

(٣-٣) الالتزام

إن التزام المرأة تجاه المؤسسة الخيرية، سواءً أكانت مؤسسها أم مؤسسة عامة، التزام «كامل»؛ فالمرأة تعلن التزامها بالتبرع بوقتها ومالها فقط عندما ترى أنها يمكن أن تُحدث فرقاً؛ ومن ثمَّ سيتجلى التزامها برؤية المؤسسة ورسالتها. وقد يشمل الالتزام في بعض الأحيان إنقاذ مؤسسة وإنشاء أخرى في الوقت نفسه.

«كاي فوكس وليندا بولسن: التحسينات والالتزام»¹² إذا كان هناك دليل على إمكانات المرأة للعطاء، فإن مؤسسة يوناييتد واي وورلد وايد تُقدِّم هذا الدليل من خلال إطلاقها مجالس الريادة النسائية بنجاح؛ فمن خلال ١٢٥ مجموعة تابعة لمؤسسة يوناييتد واي منتشرة في جميع البلاد، استطاعت مجالس ريادة المرأة أن تجمع ٥٦١ مليون دولار في ثماني سنوات. وفي عام ٢٠٠٨، عندما شهدت معظم الجمعيات الخيرية الأخرى انخفاضاً بسبب التحديات الاقتصادية، زادت تبرعات المرأة بمؤسسة يوناييتد واي بنسبة ١٢ في المائة.

في سان أنطونيو، بدأ مجلس ريادة المرأة في إدخال بعض التحسينات؛ فقد رأت كاي فوكس، التي كانت تعمل بنشاط في مؤسسة يوناييتد واي بمدينة سان أنطونيو

وتؤمن برسالة المؤسسة، سيدة في الصالون، وهي التي وصفتها بأنها كانت ناشطة فعالة في المجتمع. سألت هذه المرأة فوكس إذا كانت تنوي المساعدة في بدء مجموعة نسائية ليوناييتد واي، وبالفعل بدأ العمل بحماس.

في عام ١٩٩٩ لم يكن لمؤسسة يونايتد واي في الولايات المتحدة الأمريكية سوى ثلاث مبادرات خيرية للمرأة، وعقب ذلك بفترة وجيزة، حضرت فوكس اجتماعاً في العاصمة واشنطن حيث التقت بعدد من السيدات الأخريات بمؤسسة يونايتد واي، وعن هذا تقول: «بدأ الحوار على مائدة الإفطار؛ فقد أردنا أن نؤسس شيئاً يمكن أن يحل المشكلات، وكنا نعلم أن المرأة تعطي وتفكر بشكل مختلف عن الرجل، كنا نعلم أن الأمور لم تكن تسير على خير ما يُرام، وكنا ملتزمات لمؤسسة يونايتد واي ونحتاج إلى آلية لتحديث تغييراً حقيقياً بالوصول إلى الأسباب الجذرية لمشكلات المجتمع.»

كل مجلس عبارة عن كيان مستقل، ويحظى بمبالغ تبرعات مختلفة، وله طرق توزيع مختلفة للمنح. ويتراوح حجم التبرعات بين ١٠٠٠ دولار و ١٠٠٠٠ دولار سنوياً، ويوجه أكثر من ٥٠ بالمائة من المجالس دعمها للمشروعات الخاصة التي تُعد جزءاً من الأهداف العامة لمؤسسة يونايتد واي، في حين تُوجه مجالس أخرى تبرعاتها مباشرة للمؤسسة دون وضع قيود على الأموال. وتقول فوكس: «يلتزم كل مجلس من مجالس قيادة المرأة بتغيير المجتمع الذي يعمل به أيًا كان.»

والآن تفتخر فوكس — التي ترأس المجلس القومي لريادة المرأة والتابع لمؤسسة يونايتد واي العالمية — بأن مبادرتهن وصلت إلى آفاق أبعد من التبرعات التقليدية لمؤسسة يونايتد واي لتشمل ربات البيوت وصاحبات المشروعات التجارية الصغيرة وقادة الشركات الكبرى من النساء. وقد أنشئت فئة خاصة في بعض المجالس لتلقي تبرعات السيدات الأصغر سناً، والتي تصل إلى ٥٠٠ دولار، حتى تزيد لتصل إلى ١٠٠٠ دولار. وتُشبه فوكس هذه المجالس بالأعمال التجارية الناجحة، فنقول: «نحن قادرات على جمع المزيد من الأموال؛ لأن المرأة تريد أن تعرف أين تستثمر أموالها، كما تريد أن يكون لها رأي في الحل، وأن تكون قادرة على التواصل مع الآخرين.»

وتقول ليندا بولسن، مدير الأسواق الاستراتيجية وعلاقات المستثمرين بمؤسسة يونايتد واي، إن التأييد والقيادة وتنمية الموارد هي موضع اهتمام وتركيز المجالس. «الأمر يتعلق بما هو أكثر من التبرع بالمال؛ إنه يتعلق بمساعدة المرأة في التعبير عن رأيها وقيادة التغيير في المجتمع. نحن نعمل على تحسين القيادة والاستفادة من مهارات القيادة

المراة والعمل الخيري

عند المراة، سواءً أكانت تقود أسرةً أو مؤسسةً كبيرةً رأس مالها بالملايين.» وتفيد فوكس وبولسن بأن المراة ملتزمة بعمق تجاه مجالس ريادة المراة، وتعتبر مؤسسة يوناييتد واي شريكها المفضل في العمل الخيري.

وبتأسيس مجلس المراة للعمل الخيري، عادةً ما تستطيع المؤسسات غير الربحية التخطيط لجمع المال نظرًا لزيادة التبرعات النسائية. وتقول بولسن إن مجالس ريادة المراة التابعة لمؤسسة يوناييتد واي تفوق المتوسط في كل مؤشر نجاح مالي، وعلى مدار الثلاث سنوات الماضية حققت يوناييتد واي ومؤسساتها نسبة نموً تزيد على العشرة بالمائة.

حتى ولو كانت المؤسسة غير الربحية غير مستعدة لمجالس ريادة المراة بعد، فإن وسائل جمع التبرعات التي تعتمد عليها يمكن أن تكون جزءًا من أي منظمة أو مؤسسة. ولجذب المراة، يمكن لهذه المؤسسات أن تعمل على تحقيق التالي:

- التركيز على أجزاء المؤسسة التي تتناول قوة رعاية المراة.
- توفير الطرق التي تساعد المراة على توصيل صوتها من خلال توفير فرص القيادة، وبذل الجهود لحمايتها.
- جمع التبرعات عن طريق بناء العلاقات بدلاً من جمعها عن طريق المعاملات (حيث يكون عدد العلاقات محل تقدير أكثر من جودة العلاقات نفسها).
- وضع طرق لقياس التأثير وإعداد التقارير حول النتائج.
- التأكيد على أن أهداف جمع التبرعات تشمل تحسين مستوى المعيشة ومعالجة القضايا الاجتماعية.
- احتواء المتبرعات وإشراكهن.
- توفير فرص للدفاع عن القضايا التي تهتم بها المراة.

(٤-٣) الاتصال

تقول خبيرة التسويق أليسون فاين في كتابها «الدافع: تحفيز التغيير الاجتماعي في عصر الاتصال»،¹³ إن ظهور الإنترنت يُعدُّ اليوم عاملَ قوةٍ رئيسياً في «عصر الاتصال» بالنسبة إلى المراة؛ لأنها تستخدمه مدفوعةً برغبتها الفطرية في تبادل المعلومات والتعاون مع الآخرين.»

وقد توصلت أنجح المنظمات إلى طُرُقٍ لدمج المتبرعين، رجالاً ونساءً، في المشاركة في العمل لأنها تبحث عن طرقٍ لتقوية الروابط بين المؤسسات والمتبرعين، وأفضل طرق تواصل المتبرعين واتصالهم ومشاركتهم بوصفهم متطوعين.

يُوفّر الإنترنت سبباً سهلاً للتواصل والاتصال. وباستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فإن العديد من المؤسسات غير الربحية يُوفّر طرقاً للتواصل عبر مواقعها. هذا أمر طيب لأن السيدات يستخدمن الإنترنت بصورة أكبر من الرجال، وهو الاتجاه الذي يُتوقّع استمراره. تقول ليزا ويدر وليزا تشين في كتابهما «مكانة المرأة: لماذا تُعتبر النساء محرك التغيير في العالم وكيف يمكن الوصول إليهن»: ¹⁴ «تستخدم المرأة الإنترنت بوصفه منبراً للتواصل مع الآخرين، سواءً المستخدمين الآخرون أم المؤسسة المضيفة». وتُقدّم الكاتبتان إنشاء مواقع لجذب المرأة وتشجيع استمرارية تواصلها عليها لفترة أطول.

«ليندا ماكجورن: التواصل فيما وراء كرة القدم» ¹⁵ تُدرّك ليندا ماكجورن، وهي محاسبة ومحامية ومطورة مواقع بمدينة جنزفيل ورئيس مؤسسة جامعة فلوريدا، قيمة التواصل. وقد كانت ماكجورن مؤيدة قوياً لتأسيس مؤسسة جامعة فلوريدا للمرأة: مبادرة إلهام الريادة والعمل الخيري. وتقول: «إن الكثير من تواصلنا في المؤسسة له علاقة بالرياضة، والآن نسعى إلى تحويل مشاركة المرأة إلى مستوى آخر». ويشمل هذا المستوى الجديد عقد اجتماعاتٍ إقليمية تستمع خلالها السيدات عن الجامعة. وتضيف قائلة: «نخطط لتنظيم لقاءاتٍ بين العمداء والطلاب والسيدات، وستكون هذه الاجتماعات بمنزلة فرصة لتعارف السيدات.»

ونظراً لاتساع رقعة الولاية، فقد عُقدت سبع مجموعات نقاشٍ من مدينة جاكسونفيل حتى ميامي. وقد حضرت لندا ماكجورن وبيس ماكجو، الرئيس المشارك بالمؤسسة، حملة التبرعات التي أُطلقت عام ٢٠٠٥، والتي بلغت قيمتها ملياً ونصف المليار دولار. وكانت ماكجورن تُدرّك أهمية لقاء خريجات جامعة فلوريدا وزوجات وأرامل الخريجين من أجل التواصل وإعادة التواصل مع الجامعة.

كيف استطاعت هاتان السيدتان أن تشغلا منصب مساعد رئيس الحملة ورئيس المؤسسة؟ تقول ماكجورن إن الوقت قد حان لتولّي السيدات الأدوار القيادية. «لقد أُيدت ليزلي برام، النائب المساعد لرئيس المؤسسة، شُغِلَ المزيد من السيدات للمناصب القيادية بالجامعة. ولم نَشغَل أنا وبيس هذه المناصب فحسب، ولكن كانت هناك سيدتان تشغلان منصب رئيس مجلس إدارة جمعية الخريجين وجمعية «جاتور بوستر» (المعنية بجمع التبرعات الرياضية) كذلك.»

وتعزو ماكجورن السبب في شغل المرأة للمناصب القيادية في الجامعة إلى وجود مجموعة من الموظفين المستنيرين الذين سعوا لفترة طويلة لزيادة عدد المناصب القيادية للمرأة بالجامعة. «لقد ساعدونا على تولي تلك المناصب بتخصيص بعض المشروعات لنا كي نعمل عليها؛ وعندها اكتشفت الجامعة مدى قوة وإمكانيات المرأة. وتضيف المؤسسة أعداداً من السيدات سنوياً وفق منهج منظم.»

وتذكر ماكجورن مدى الدهشة التي شعرت بها زوجة أحد الرؤساء المساعدين في الحملة الأخيرة لمؤسسة جامعة فلوريدا، عندما أخبرت باختيارها عضواً في مجلس الإدارة؛ حيث «سألت متعجبة: «هل ترغبون في انضمامي إليكم حقاً؟» وكانت في قمة السعادة عند دعوتها، كما كانت عضواً نشيطاً وفاعلاً، ودعت معارفها للقاءات الجامعة.»

تقول ماكجورن: «هناك العديد من السيدات في الخمسينيات والستينيات من العمر، لديهن الإمكانات المالية والاستعداد للمشاركة إذا ما طُلب منهن ذلك. هناك تغيُّر في الأجيال، وهذا الجيل من السيدات شغل العديد من المناصب في المشروعات التجارية ولديه من الإمكانات المادية ما يُمكنه من الالتزام نحو هذه المشروعات مالياً، ويمتلك قدرات قيادية. إن السبب في مبادرة ريادة المرأة للعمل الخيري هو أننا ندرك أن مشاركة المرأة في القيادة، يليها مباشرة العمل الخيري؛ فقد بحثنا في أيهما يتحقق أولاً وأدركنا أن القيادة يجب أن تأتي أولاً.»

وتقوم مؤسسة جامعة فلوريدا بمراسلة السيدات شهرياً لبيقين على اتصال، ويطلِّعن على ما يحدث في الحرم الجامعي. وتقول ماكجورن: «أعدت المؤسسة مقالاً عن رئاسة المرأة لجمعية «جاتور بوسترز»، كما أن لدينا الآن عميدة جديدة لكلية الهندسة. أيضاً نحن نتواصل مع العمداء لموافاتنا بما تُقدِّمه المرأة من خدماتٍ في كلياتهم. إننا نوسع دائرة تواصلنا مع المرأة بما يتجاوز مباريات كرة القدم.»

(٥-٣) التعاون

التعاون، من وجهة نظر الكثيرين، هو «العمل الجماعي»، ولكنه يحمل معنى أبعد من ذلك كثيراً بالنسبة إلى العديد من السيدات. تعتقد جولي فيشر، المؤسس المساعد لمؤسسة «لاف لايت» أن التعاون سبيل إلى تحقيق العدل؛ فهو «أحد أهم أدوات تحقيق المساواة في المجتمع. فإن كنت تعمل بالتعاون، فلا مكان للظلم، إنه نموذج يُراعي المرأة ولا يكثر بالتدرُّج الوظيفي.»¹⁶

لطالما كان التنوع عنصرًا هامًا في العمل الخيري عند المرأة؛ حيث تعمل النساء في تعاون، وتتشارك القصص والمسئوليات. يتصور البعض أن التعاون هو «حد» العمل الخيري عند المرأة؛ لأنه بمجرد أن تصرف المنح، وتصبح المتبرعات على معرفةٍ بمتلقّي المنح، فإنهن يعملن في كثيرٍ من الحالات جنبًا إلى جنبٍ مع متلقّي المنح؛ وهذا هو التعاون. «ديبي ريتشي: التعاون لإحداث تأثير». ¹⁷ ترى ديبي ريتشي أن التعاون له أكثر من معنى؛ فهو يعني التعاون مع أخرياتٍ للتبرع لجمعية «إمباكت ١٠٠» بمنطقة خليج بنساكلولا؛ وهي حلقة عطاءٍ ساعدت ديبي على تنظيمها مع أخرياتٍ عام ٢٠٠٣. ويعني التعاون كذلك الاستفادة من مهارات السيدات في إدارة المؤسسة ونموّها. وأخيرًا، يعني التعاون العمل مع المؤسسات غير الربحية في بنساكلولا لمساعدة المؤسسات غير الربحية في الإعلان عن نشاطهم. لمعرفة احتياجات مجتمعهم ومساعدة المؤسسات غير الربحية في الإعلان عن نشاطهم. وتفضي الأنماط الثلاثة المختلفة لرؤية ريتشي عن التعاون إلى العطاء والعمل الجماعي. تعرف ريتشي الكثير عن التعاون لأنه كان جزءًا من عملها عندما كانت مندوبة الولاية لدى فلوريدا كيز ومقاطعة ساوث ديد. كانت ريتشي تتعاون جيدًا مع الآخرين؛ ومن ثمّ انتُخبت زعيمة الأقلية خلال العامين الأخيرين في وظيفتها. في ١٩٩٩ انتقلت ريتشي إلى بنساكلولا. وبعد قراءتها لمقالةٍ في مجلة بيبول عن حلقة عطاءٍ نسائيةٍ — «إمباكت ١٠٠» في سينسيناتي التي أسستها ويندي ستيل — قررت أن تبدأ حلقة عطاءٍ في بلدتها. وتقول ريتشي:

وجدت نفسي في مجتمعٍ جديدٍ أفترق فيه إلى العلاقات؛ لذا أعدت اكتشاف نفسي. أردت أن أشارك في إحداث تغييرٍ في المجتمع، واخترت التركيز على التبرعات النسائية لرغبتي في تعزيز دور المرأة وتشجيعها على مشاركة أفكارها وإحداث تغييرٍ جماعي. عندما نتعاون معًا، مستخدماتٍ رغباتنا وتجارِبنا الحياتية لتحسين المجتمع، سيكون لنا تأثير. تعلم سيدات مؤسسة إمباكت جيدًا ما يُردن على المدى القصير والطويل، خاصةً فيما يتعلق بتغيير المجتمع نحو الأفضل.

لقد زاد عدد عضوات مؤسسة إمباكت بنساكلولا من ٢٣٣ عضوة يتبرعن بـ ١٠٠٠ دولار سنويًا، إلى ٥١٤ عضوة عام ٢٠٠٩. وقد تبرعن بواحد وعشرين منحةً بلغت قيمة الواحدة منها ١٠٠ ألف دولار في خمسة مجالاتٍ مجتمعية، وهي: الفن والثقافة، والتعليم،

والبيئة، والأسرة، والصحة. وبشكل عام، تبرعت مؤسسة إمباكت بنساكولا بمليونَي دولارٍ في صورةٍ مَنَح، بالإضافة إلى منحةٍ إضافيةٍ كبرى في كل مجالٍ من مجالات الاهتمام لدى المؤسسة.

إن التعاون جهد مستمر في مؤسسة إمباكت، التي بسطت نطاق عملها ليتجاوز التبرع بالمنح ويصل إلى رعاية برنامجٍ سنويٍّ لكل المؤسسات غير الربحية، ليس للتعريف بنشاط إمباكت فحسب، ولكن أيضًا لتوفير برنامجٍ خاصٍّ بموضوعاتٍ عن عملية التبرع، وكيفية توصيل رسالة المؤسسات غير الربحية إلى الإعلام. وتقول ريتشي: «لقد تحدّثنا خلال العام الماضي عن كيفية نجاح المؤسسات غير الربحية في ظل الأوقات الاقتصادية العصبية، وكيفية تحديد قادة المستقبل في المؤسسة والتخطيط لاستمرارها. وتلتزم المرأة في مؤسسة إمباكت بإنشاء مؤسساتٍ قويةٍ غير ربحيةٍ في المجتمع، ليس فقط من خلال عمليات التبرع، ولكن من خلال التعاون مع المؤسسات غير الربحية كذلك. فنحن نعمل معًا لنصل إلى جودة الخدمات الحياتية التي يجتهدن لتحقيقها، وذلك بمساعدتهن على تحسين أدائهن.»

(٦-٣) الاحتفال

وصفت الراحلة ديم أنيتا روديك، مؤسّسة «ذا بودي شوب»، طريقة تبرعها بالمال بـ «المتعة».¹⁸ وتُعرّف ذلك قائلة: «من وجهة نظري، المتعة في نجاح هذا العمل تتمثل في العطاء.»¹⁹

بكل أسف، تُوفِّيتُ روديك في الرابعة والستين من العمر؛ فلم تدرك فرحة العطاء، ولم ترَ أثرَ كل تبرعاتها، إلا أن سائر السيدات من رائدات الأعمال ومُنظّمات المشروعات يحملن إرثها، مثل عضوات لجمعية الـ ٢٠٠.

«أليسون وينتر: الاحتفال بالنجاح.»²⁰ تقول أليسون وينتر، الرئيس السابق لجمعية الـ ٢٠٠ — وهي مجموعة قيادة حصرية للمرأة في مجال الأعمال — إن عضوات المجموعة على درايةٍ بمكانتهن المتميزة الفريدة ويُردنَ ردَّ الجميل. في عام ١٩٨٦ أسست جمعية الـ ٢٠٠ مؤسسَةً لمساعدة المرأة على أن تكون منظمّة مشروعاتٍ وقائدةً شركاتٍ ناجحة. وتقول وينتر: «لدينا برامج توعية لتشجيع شباب الكليات من السيدات للحصول على ماجستير إدارة الأعمال.» وترى وينتر أن السيدات يمثلن على الأقل نصف خريجي كليات الطب والحقوق، إلا أنهن يمثلن فقط الثلث في دورات ماجستير إدارة الأعمال.

«لقد أجرينا البحوث في هذا الشأن، واكتشفنا أن السبب في عزوف المرأة عن دراسة ماجستير إدارة الأعمال راجع إلى رغبتها في عمل شيءٍ يستحق الجهد في الحياة، ورغبتها في تغيير العالم إلى الأفضل. والخوض في غمار العمل لا يتناسب مع هذا التخطيط..»

من خلال ندوات التوعية تذهب عضوات جمعية الـ ٢٠٠ إلى الكليات، وعن طريق عرض نماذج لسيداتٍ يُحتذى بهن يوضحن أن الحصول على الماجستير في إدارة الأعمال يمكن أن يؤدي إلى النجاح، لا للطالبات فحسب، بل أيضًا للأخريات من خلال تأثير الطالبات عليهن. تقول وينتر: «في البداية نحتفل بقصصنا، ثم نبدأ في حكاية قصص بعض العضوات اللاتي تغلبن على العقبات واستطعن تحقيق إنجازهن. نتحدث مع الطالبات عما يمكن أن يُقدّمه للنساء اللاتي سيعملن معهن في نهاية المطاف ويساعدنهن للوصول إلى كامل طاقتهن وإلى الاستقلال المالي. كما نناقش العمل الخيري والطرق التي تستخدم فيها المرأة نجاحها لمساعدة الأخريات..»

الاحتفال بنجاح عضوات جمعية الـ ٢٠٠ هو إحدى رسائل الجمعية؛ فكل عام تُمنح ثلاث أو أربع جوائز من جوائز التميز لعضواتها. من هذه الجوائز جائزة المبدعة الخيرية التي تُمنح للعضوة التي تقوم بتطوير برنامج مبتكر للدعم الخيري وتستمر في متابعة البرنامج. وقد كُرّمت المؤسسة كوني داكورث، الشريك السابق في شركة مالية كبرى، التي بدأت مجموعة «أرزو»، وهي مجموعة معنية بمساعدة السيدات الأفغانيات على تحقيق الاستقلال الاقتصادي من خلال بيع السجّاد. كما كُرّمت جودي كوتش مديرة شركة التصنيع بمدينة فيرمونت بولاية كاليفورنيا التي أنشأت مؤسسة «أحضر لي كتابًا»، وذلك بتأسيس شركة لإعارة المكتبات المتخصصة في الأعمال في كل أنحاء الدولة؛ لتمكين العاملين من استعارة الكتب لأطفالهم كل بضعة أيام. كما تساعد المؤسسة العاملين ثنائيي اللغة على تعلّم القراءة باللغة الإنجليزية. تقول وينتر: «إننا نحتفل بعضوات المؤسسة ونُبرز أعمالهن، ونبين للعضوات الأخريات ما يمكن عمله.»

وعضوات جمعية الـ ٢٠٠ هن مجموعة من السيدات اللاتي حقّقن نجاحًا في عالم الشركات أو في تنظيم المشروعات. إنهن يُقدّرن مسؤوليتهن في العطاء ويتعاملن مع الأمر بجدية، بخلاف كثير من السيدات منذ عشرة إلى عشرين عامًا؛ فالسيدات في جمعية الـ ٢٠٠ لا يبالين كثيرًا بالذكور، بل يهتمن بالفتيات ويحرصن على تقديم شيءٍ لهن. إن عضوات الجمعية يرغبن في أن يكنّ قدوة حسنة للنساء الأصغر سنًا ربما لأنهن لم يجدن في شبابهن الكثير من النماذج التي يُحتذى بها. ومن خلال الاحتفال بنجاح عضوات

الجمعية نوضح أنه من الجيد أن تحقق إنجازاً في عالم الشركات؛ لأن هذا النجاح يوفر الأدوات والوسائل لفعل الخير في المجتمع. وكما يقول المثل «أجادوا في العمل فجادوا بالخير.»

(٤) المعايير الثلاثة الإضافية الأخرى: النتائج الشخصية لعطاء المرأة

من خلال ما شهدناه من تغييراتٍ في عطاء المرأة منذ عام ١٩٩١ حتى عام ٢٠٠٠ ظهرت لنا ثلاثة معايير أخرى؛ فالمرأة الآن تدرك أن لديها الوسائل للعطاء، ونتج عن فعلها الخير معنىً أعمق وقناعة أكبر تمثلت في:

- «التحكم» في زمام أمور حياتها وأموالها وعملها الخيري.
- «الثقة» في ريادة العمل الخيري.
- «الشجاعة» في مواجهة وتحديّ الأساليب القديمة في فعل الأشياء والمخاطرة بالعطاء لإحداث التغيير.

(٤-١) التحكم

قد يكون التحكم هو أهم المعايير الثلاثة، فعلى أقل تقديرٍ هو النقطة التي يبدأ من عندها فعل كل خير؛ فمن دون فهم المرأة لمواردها المالية وتحكمها فيها، لن يكون هناك عمل خيري مؤثر. قد تشارك المرأة في عددٍ قليلٍ من الأحداث الخاصة، بل قد تُزايد في أحد المزايدات (غالباً مع زوجها)، إلا أن التزامها الحقيقي بالعمل الخيري ومساعدة الآخرين يتم فقط بعد أن تدرك المرأة قدراتها المالية وقدرات أسرتها.

تشير الناشطة المجتمعية تراسي جاري إلى أنه ينبغي على المرأة أن تقرّ أو تعمل أربع ساعاتٍ شهرياً في الأمور المالية، سواءً أكانت حساباتٍ أم عقوداً مالية أم ميزانيات. فمن وجهة نظر جاري فإن هذا العمل لا يقل أهميةً عن ممارسة الألعاب الرياضية؛ «فهو يساهم في الحفاظ على المنزل ويمنحنا التمكين.» كما تعتبر جاري أن سيطرة المرأة واستقلالها المالي لا يقلان في الأهمية عن خروج جداتنا للتصويت وأمهاتنا لقيادة السيارات.

وقد أظهر استبيان صدر عن مؤسسة برودنشال عام ٢٠٠٦ أن امرأة واحدة من كل ثلاث نساءٍ أمريكياتٍ تعتبر نفسها أكثر مشاركةً في القرارات المالية عما كان الأمر

عليه منذ خمس سنوات.²¹ أدركنا أن هذه الأرقام تُبشِّرُ بزيادة عمل المرأة الخيري وكنا على حق. والتحكم في الأمور المالية يعني أن تكون المرأة قادرةً على إدارة أسرتها وشؤونها المالية، ومن ثمَّ تَمَكَّنْها من مساعدة الآخرين على العيش على نحوٍ لائق.

«باربارا ستاني: استعادة حياة».²² تعرف باربارا ستاني كل ما يتعلق بالسيطرة، أو على الأقل الاضطرار للسيطرة. هي ابنة أحد مؤسسي شركة إتش أند آر بلوك المتخصصة في إعداد ضريبة الدخل، وقد تربت وكبرت في ظل الثروة، وعلى الرغم من أن شركة والدها كانت مختصة بالمال والتمويل، فإن المال لم يكن قط موضوع نقاش في المنزل؛ فهم ينفقون منه الكثير، وهذا كل ما شعرت باربارا بضرورة معرفته عن المال. خصص لها والدها وديعةً في عيد ميلادها الحادي والعشرين؛ وبهذا تأكد أنها ستكون بخير. سيعتني بها والدها حتى تتزوج، ثم يتولى زوجها زمام الأمور، بحيث يدير الوديعة، ويتمتع بثقتها فيه.

ولكن زوجها بدد ثقتها فيه وبدد أموالها، وترك لها فواتير ضريبية تزيد على المليون دولار. رفض والدها مساعدتها، ولم تتوقف نداءات اليقظة. ذكرت ستاني حكايتها بالتفصيل في أول كتاب لها بعنوان «لن يأتي فارس الأحلام»²³ المنشور عام ١٩٩٧. أوضحت ستاني كيف اضطرت لتولي زمام أمور حياتها. رأَت ستاني أن ذلك «كان نعمةً في زِيِّ نعمة ... فعلى الرغم من قلة ما لدي من المال مقارنةً بما كانت عليه الحال قبل أن يُضَيِّعه زوجي في القمار، فإنني أشعر الآن أنني أكثر أمنًا بدرجة كبيرة؛ لأنني أفهم الأمر.»

كانت أول خطوة لستاني هي الاستعانة بمخطِّط مالي، وهو شخص اعتبرته شريكًا لها وليس والدًا أو مُنقذًا. ثم طرحت تساؤلاتٍ وحاورت بعض السيدات الذكيات في إدارة الأموال لعمل مشروع مع تراسي جاري وجمعية «نساء ذكيات»، وهو ما أضاء لها الطريق. «فقد اكتشفتُ أن هؤلاء السيدات لا يدفعهن ما يملكنه من أموال، بل ما يمكن أن يفعلنه بهذا المال.»

اكتشفت ستاني أن السيدات الثريات اللاتي لا يشعرن بالأمن المالي وليست لديهن المعرفة لا يتبرعن بأموالهن. «وهو ما وجدتُ له صدَى عندِي؛ فقد كنت أتبرع بالقدر القليل من المال ولا أخذ الأمور على مَحْمَل الجد حتى بدأتُ أنظم أموري.» وتعزو ستاني إلى جاري فضل تعريفها بأهمية تخطيط العطاء، وهو ما تناولته جاري في كُتُبها.

ستاني أخصائية نفسية متمرسة؛ لذلك كان العمل مع السيدات جزءاً من حياتها، وسرعان ما أصبح رسالتها. لم تُرد أن ترتكب السيدات الأخطاء نفسها التي ارتكبتها. والآن، ومن خلال كتبها وندواتها وموقعها، تساعد ستاني السيدات في تحقيق الاستقلال المالي. «أصبح من الواضح لدي أنني حَظيتُ بأسرةٍ واهتمامٍ لأن هذا هو ما كان مُقدراً لي القيام به؛ فقد أعطاني ذلك حساً بالهدف في الحياة. فالذكاء المالي هو، من وجهة نظري، أن تعيش الحياة بشروطك ووفقاً لقيمك، وعندما تسيطر على مالك فقد ملكت زمام حياتك.»

(٢-٤) الثقة

في الدراسة التي أجرتها جمعية الأمانة عام ٢٠٠٩ بشأن العمل الخيري، صرّح تقريباً نصف عدد السيدات اللاتي أُجريَ عليهن البحث بأنهن اللاتي يُقررن وجهة وحجم تبرعات أسرهن.²⁴ والأكثر دهشةً هو عدد الرجال — ٩٢٪ — الذين أقرّوا أن زوجاتهم هن صاحبات الكلمة فيما يخص وجهة ومقدار ما يتبرعون به. أكّد هذه الدراسة بروس فليسندر، الرئيس المؤسس لشركة بينتز والي فليسندر المتخصصة في الاستشارات الخيرية بمدينة مينيابولس؛ حيث قال: «لقد أجرت شركتنا بحثاً منذ عدة سنوات بشأن الشخص المؤثر في قرار التبرع. وبالنسبة إلى الرجل، فالزوجة هي المؤثر الأول.»²⁵ فما الذي أدّى إلى هذا التغيير من اختيار الرجل وحده الوجهة التي يُنفق فيها المال إلى أن تكون المرأة هي العنصر المؤثر في عملية العطاء، أو أن تكون هي صاحبة القرار الفعلي. أين وكيف حصلت المرأة على هذه الثقة؟ بالرجوع إلى ذات الدراسة لجمعية الأمانة في عام ٢٠٠٩ نجد رئيس الجمعية سارة سي ليبي تقول: «كان للمرأة دائماً يد في عمل أسرتها الخيري. ولكن هذا الدور يتطوّر مع زيادة امتلاك المرأة لثرواتها وتحولها إلى مستفيد من انتقال الثروة، ولأنها تعيش لفترةٍ زمنيةٍ أطول.»²⁶ فالمرأة تكسب قدرًا كبيرًا من المال؛ ومن ثمّ فهي تعتقد أن من حقها أن تُقرّر وجهة إنفاق هذا المال. ولا بد من الإشادة بالرجل أيضاً لثقلته في المرأة في اتخاذ هذه القرارات، أو مساعدتها في اتخاذها.

يعلم المزيد والمزيد من مسؤولي التنمية أنه لا يوجد بوجه عام أي متبرع منفرد من الزوجين. والمسؤولون الأذكاء هم من يعملون مع كلا الزوجين لإتمام الالتزامات الطويلة الأمد.

«كريستين لودويك: رحلة امرأة».²⁷ تعيش كريستين لودويك مع زوجها فيليب في منزل ريفي تاريخي في منطقة ريدجفيلد بولاية كونيتيكت، وهو مجتمع يمتد تاريخه لثلاثمائة سنة في سفوح جبال بيركشاير. تنتمي كريستين إلى أسرة تعمل في مجال ألبن المزارع بولاية ويسكونسن، أما زوجها فيليب فقد تربى هو وإخوته في رعاية أمهم الكادحة بولاية نيويورك.

وبعد التخرُّج في جامعة ويسكونسن-ماديسون، واصلت كريستين دراستها لتحصل على درجة جامعية في أمراض التخاطب من جامعة كونيتيكت، وهناك التقت بفيليب. وعقب التخرُّج في كلية إدارة الأعمال بذات الجامعة التحق فيليب للعمل بقسم المبيعات بشركة آي بي إم، ثم أسس في عام ١٩٨٠ شركة تريد ويل، وهي شركة تعمل في مجال تأجير المُعدَّات التكنولوجية المتقدمة.

حقق فيليب نجاحًا كبيرًا، إلا أنه أوضح أنه وزوجته يعملان كفريقٍ واحد، ويقول: «مهما كان ما حققته من إنجاز، فإن كريستين شريكتي فيه؛ فنحن نعمل معًا». ويقول فيليب إنه يعيش حياة سعيدة، وزوجته هي صديقه الحميمة، والآن لديهما الفرصة للتبرع بجزءٍ من ثروتهما.

إلا أن كريستين لم تكن تشعر بارتياحٍ قط عند اتخاذ القرارات، كما لم تشعر بأن أفكارها لها قيمة كبيرة. من الصعب اليوم أن نُصدق أن المرأة نفسها التي ترأس مجلس العمل الخيري النسائي بمؤسسة جامعة ويسكونسن، وضمن مجلس إدارة المؤسسة، والتي تم تكريمها مرّة تلو الأخرى لعملها الخيري والتطوعي؛ كانت تُفكّر بهذه الطريقة عن نفسها وقدراتها. إنها الآن تنضح بالثقة التي ساعدتها على التفكير والعطاء للقضايا التي تهتم بها، والتي يتعلق الكثير منها بالسيدات والفتيات.

تؤمن كريستين بمساعدة السيدات الأخريات في تحقيق الثقة نفسها التي تتمتع بها اليوم، وذلك بالسيطرة على حياتها وأموالها. وتقول كريستين: «إن تشجيع المرأة على الاستفادة من مواردها المالية من أجل مُثلها العليا هو جزء مهم جدًا لتحقيق توازن استجابة المجتمع للمرأة ليراها شريكًا في المجتمع وليس شيئًا إضافيًا».

يساعد على ذلك أن يكون للمرأة زوج مشجع مثل فيليب، الذي يؤمن حقًا بأن كريستين شريكته ويحثها على كتابة الشيكات ذات المبالغ المالية الكبيرة؛ وهو الأمر الذي لا تزال تعتبره غصّة في حلّقها. لكنها تقول أيضًا إن وجودها بين سيداتٍ أخريات يتحدث عن المال والعمل الخيري كان عاملاً كبيرًا في بناء ثققتها. كما قالت: «إن دعوتي

من قبل مؤسسة جامعة ويسكونسن لحضور مأدبة غداء حيث تناقش السيدات أعمالها الخيرية كان حدثاً جذرياً بالنسبة إليّ. وكلما تحدثت مع السيدات عن المال شعرت بأنني أكثر ثقة.»

ونظراً لجهودها الخيرية والتطوعية حصلت كريستين على جائزة الدكتور كينج ريدجفيلد لخدمة المجتمع، والتي سُمّيت على اسم الدكتور مارتن لوثر كينج الابن. وعند تقديمها في حفل توزيع الجوائز، وُصفت بأن هذا التكريم يأتي لأنها تتمتع بروح الدكتور كينج.²⁸ وهذه الروح تأتي عموماً من الثقة، تلك الثقة التي أصبحت كريستين تمتلك الكثير منها، فضلاً عن رأس مالها الفكري والمالي والاجتماعي والسياسي.

(٣-٤) الشجاعة

حين تتخذ المراة المبادرة للتغير والعمل، ففي معظم الحالات تتصرّف بشجاعة. تكون المشاركة في مهمتها ورسالتها عظيمة للغاية، حتى إن آخر ما يخطر ببالها هو مدى شجاعة عملها. والسيدات اللاتي يملكن زمام أمور حياتهن وأموالهن لديهن الثقة في أن يكنّ شجاعات، وهذه هي آخر المعايير الثلاثة الإضافية.

لقد احتاجت جين أدامز إلى التحلي بالشجاعة كي تؤسس مؤسسة هول هاوس، ولكن تعاطفها مع السيدات والأطفال كان هو القوة المحركة التي جعلتها تدرك أنها ستنجح. وقد وُصفت الشجاعة أيضاً بأنها معرفة أن ما تقوم به صحيح بالبداية؛ فهي ليست اقتناصاً للفرص، وإنما الشعور بالتركيز على الهدف والإقدام.

ولحسن الحظ، لأن معظم السيدات سيدات أعمال، وسيدات الأعمال لا بد أن يتصفن بالشجاعة واقتناص الفرص، فإن هذه الصفات تنتقل من عالم الأعمال والساحة المهنية إلى العمل الخيري.

«شيريل ووماك: تتخيل العالم كما تريد».²⁹ هي الابنة الثالثة من بين أحد عشر طفلاً لمهاجر بنميّ، وقد أسست شركة تأمين لسائقي الشاحنات المستقلين عام ١٩٨٣. وحين باعها عام ٢٠٠٢ كانت عائدات الشركة قد وصلت إلى ١٠٠ مليون دولار سنوياً. كان والدها الراحل الذي اعتاد العمل ثماني عشرة ساعة في اليوم في أحد مصانع الألياف الزجاجية هو مصدر إلهامها؛ فلم يُرْسَخ فيها فقط أخلاقيات العمل القوية، بل ربما الأهم من ذلك أنه أورثها توجهاً كان سبباً في وصفها بأنها لا تجد صعوبة في أن «تتخيل العالم كما تريد».

بعد أن عملت مُدرّسة في إحدى المدارس الابتدائية لمدة عام، وفي شركة تأمينٍ على الشاحنات دون ترقية، قررت عام ١٩٨١ أن تبدأ في تأسيس الجمعية الوطنية لسائقي الشاحنات المستقلين في قبو منزلها. تقول شيريل إنها لم تكن تعرف كيف تقرأ ولو كشف حسابٍ ماليٍّ. وعندما سُئلت عن كيفية تمويل شركتها قالت ساخرة: «بالطبع كان زوجي يُنفق عليّ. لكن في الواقع هذا لم يحدث؛ فقد تركت هذا الزوج. كنت في سبيلي إلى تغيير حياتي بصورة جذرية. ماذا يمكن أن أقول؟ تركت زوجي وارتحلت مع أختي لمدة ثلاثة أشهر حتى وجدت مسكناً. كان دخلي يصل إلى سبعة عشر ألف دولار سنوياً. كنت أخرج في مواعيدٍ غرامية كي أستطيع أن أحصل على وجبتي ... وكان ذلك أمراً طبيعياً في ذلك الوقت. أما إذا طلب الرجال أكثر من الموعد الغرامي فقد كنت أدفع ثمن وجبتي.»

بعد سنتين أسست ووماك شركة في سي دبليو (اختصار لعبارة «نساء ذكيات جدّاً») التي تبيع وثائق التأمين حسب الطلب لسائقي الشاحنات «لأنني استمعت إلى ما اشتكى السائقون بشأنه، فساعدت في حل مشكلاتهم وأسست شيئاً ثم قلت لهم: «ها هو ما طلبتموه.» أحد المنتجات المبتكرة التي طورتها هو أنها وجدت بديلاً لتعويض العمال المتعاقدين المستقلين.

في عام ٢٠٠٢ تبرعت ووماك بمبلغ مليوني دولار لجامعة كنساس لإقامة ملعب كرة بيسبول للنساء. سُمي ملعب أروثشا على اسم والدها، ديموستن أروثشا. وتقول ووماك: «هذا الملعب سيزيد من مستوى الثقة في الرياضيات اللاتي يستخدمنه لأنه سيرفع مستوى المنافسة ويوضح إلى أي مدى يؤمن الآخرون بقدرات المرأة.»

وتقول ووماك إن هدفها هو أن تُلهم السيدات الشابات حول العالم. ولتحقيق هذا الهدف فقد اشترت مؤسسة سيدات الأعمال الرائدات حول العالم، التي تتولى رئاستها الآن، وهي مجموعة دولية تُكرّم سنوياً عددًا من سيدات الأعمال الأكثر ثراءً حول العالم. تُمثّل ووماك الشجاعة المطلوبة للنجاح في اثنتين من الصناعات التي يسيطر عليها الرجال، التأمين والنقل بالشاحنات، وعلى الرغم من أن أسلوبها قد وُصف بالصعب، فقد أثّرت على رعايتها واهتمامها بالإدارة التي اشتملت رعاية أبناء العاملين وتقديم الوجبات المطهّوة للعاملين، وأغلبهم من النساء. إن حياة ووماك، في كلٍّ من مشروعاتها والأعمال الخيرية، تُظهر جراتها في تجربة مساعٍ جديدة وفي جهودها لترسيخ الشجاعة لدى الأخريات كذلك.

(٥) معلومات سريعة

المعايير الستة الأساسية والثلاثة الإضافية تمنحنا لحظة سريعة عن عطاء المرأة، ويمكن استخدامها في الخطب وورش العمل والحلقات النقاشية والمقالات الإخبارية. كل معيارٍ منها على حدة يصف العناصر الأساسية لعطاء المرأة، وكمجموعةٍ تُمثل أداةً قيِّمةً لنشر الاهتمام بعمل المرأة الخيري. يمكن الاستفادة من هذه المعايير التسعة باتخاذ الإجراءات التالية:

- تطوير برامج جديدة وإعادة ابتكار البرامج الموجودة من خلال استخدام القدرات الإبداعية وتنظيم المشروعات عند المرأة.
- الاستفادة من مواهب المرأة.
- إقامة المشروعات التي تخدم السيدات والفتيات.
- توفير الوسائل داخل مؤسستك للمساعدة في حل القضايا المجتمعية. كُن سباقاً في برامجك.
- أن تطلب من المرأة المشاركة والالتزام برسالة المؤسسة قبل أن تطلب منها التبرع.
- توفير وسائل لتواصل السيدات بعضهن مع بعض.
- توفير وسائل لجذب سيدات الأعمال والمؤسَّسات نحو قضيتك.
- دعوة سيدات الأعمال والمؤسَّسات إلى مجموعة نقاشية وسؤالهن عن طرق تشجيع قريناتهن للتبرع للمؤسَّسات غير الربحية.
- أن تطلب من زوجات أعضاء مجلس الإدارة أن يَكُنَّ عضواتٍ بالمجلس.
- تطوير البرامج التي تساعد السيدات على أن يُصبحن قُدوة وموجهاتٍ للشابات.
- العمل مع المؤسَّسات والهيئات الأخرى على أساس التعاون لا المنافسة. الارتقاء معاً.
- إشراك السيدات الناجحات في مجتمعك أو مؤسستك لتكريمهن والاحتفال بهن.
- المرأة التي تملك المال لا تتحكم فيه بالضرورة؛ وهي في حاجةٍ إلى أن تلتقي بالسيدات الأخريات للنقاش حول المال والعمل الخيري وحياتها. وهذا الشكل هو جزء من تثقيف المتبرعات ويمكن توفيره من خلال المؤسسة غير الربحية (انظر الفصل التاسع).

- أن تطلب من سيدة أعمالٍ أو مديرة شركةٍ أن تتولَّى منصب المدير التنفيذي أو مسئول التنمية لمدة يومٍ واحد؛ فقد طُلب من إمبراطورة التجميل بوبي براون أن تتولَّى منصب مديرة مدرسة ابتدائيةٍ في مقاطعة ذا برونكس، فوافقت معتقدةً أنها مجرد تجربةٍ لا أكثر، لكنها أصبحت مهتمةً منذ ذلك الحين. وعن هذا تقول: «لقد وقعتُ في حب المدرسة.»³⁰
- تشجيع المرأة على أن تكون رائدةً من رائدات العمل الخيري، وعلى أن تستثمر في مؤسستك.

الفصل الخامس

مراحل، وأنماط، وأجيال

في الماضي، لم يكن توثيق تجارب المرأة سائداً مثل تجارب الرجل. وحيث إن النساء لم يتولّين في الماضي حُكْمَ دولٍ أو إشعال الحروب، لم يصل إلينا الكثير عن تجاربهن الحياتية، بما في ذلك اهتمامتهن وأعمالهن الخيرية. لحسن الحظ، أصبح من المعروف اليوم أن المرأة تُقدّم عطاءً مميزاً في مجال العمل الخيري، وأصبح من المهم أن نأخذ بعين الاعتبار إمكاناتها، وصفاتها القيادية، وتجاربها الحياتية، وكيفية تأثير كل ما سبق على عطاء المرأة. يتم حالياً توثيق حياة النساء، وفي الغالب يحدث ذلك من خلال أعمالهن الخيرية.

وُصفت مارشا سيرلين، عضوة لجنة الـ ٢٠٠، بأنها «رائدة أعمال الخردة»¹ حيث إنها تمتلك شركة تُسمّى الشركة المتحدة لمعادن الخردة وتعي جيداً مفهوم «أن تضع نفسها موضع شخصٍ آخر». يتحتم على أي موظفٍ تنفيذيٍّ يتعين في شركتها أن يعمل خمسة أسابيع في ساحة الخردة قبل أن يستحقّ مقعداً لديها؛ ما ساعد على أن يكون معدل دوران العمالة لديها أقل من المعدل المتعارف عليه على الصعيد الوطني. أيضاً تسير سيرلين بضع مراتٍ في أنحاء ساحة الخردة، ويمكن تمييزها بسهولة بفضل خوذتها الوردية ووشاح هيرميس المصنوع من الكشمير والحريز، ومعطفها المبطن بالفراء. ترتدي سيرلين زيّ عملٍ خاصاً بها، ولكنها تمرُّ يومياً بكل ما يشهده موظفوها خلال حياتهم.

وينطبق المفهوم نفسه على مَنْ يسعون للحصول على المنح، فإذا استطاعوا أن يجربوا حياة المرأة ليومٍ واحد، فسيساعدهم ذلك على فهم حياتها والعوامل التي ساعدتها على أن تنضم إلى قطاع المانحين، وأن تستمر في تقديم العطاء، في هذا الوقت تحديداً. قد تشمل حياة المرأة اليوم الانفصال عن الزوج، أو أن تصبح زوجةً ثانيةً أو ثالثة، أو أن

تشهد رحيل زوجها عن الحياة. ومن العوامل الأخرى الواضحة الخلفية العائلية، والحالة الاجتماعية، والأبناء، والوظيفة، والعمر. وبالإضافة إلى ذلك، تَمَّعَ بعض العوامل الأخرى الخفية إلى جانب العوامل الواضحة.

وفي هذا الفصل سنحاول استعراض ثلاثة جوانب عامة هي: مراحل المرأة الحياتية، وأنماط الحياة، والأجيال.

(١) مراحل المرأة الحياتية

تَمَّعَ خمسة عوامل مشتركة في حياة المرأة ذات صلة بهذه القضية، وهي:

الرعاية: تختلف المرحلة التي تمر بها المرأة التي تقوم بتنشئة الأطفال عن تلك التي تشهدها المرأة التي بلغ أبنائها بالفعل، والتي قد تتولى بدلاً من ذلك رعاية والديها المسنين. وعلى الرغم من ذلك، تتصف المرأة في مرحلتَي الرعاية بالانشغال. غالبًا ما يكون الأطفال محور اهتمام أمهاتهم، وتستمتع المرأة عمومًا بالحديث عن أبنائها. وعلى الجانب الآخر، الحديث عن الآباء المسنين أو الاهتمام بالزوج المريض ليس بالأمر الممتع (كما أنه لا يحظى بتشجيع اجتماعي). ورغم ذلك، ينبغي الإشارة إلى جميع حالات الرعاية في أي حوارٍ هادف.

استقبال هبات الحياة: ينتمي عدد من الشباب إلى عائلاتٍ ثرية، وقد نشأ في رغدٍ من العيش ويدركن أهمية المال، وعلى درايةٍ كاملةٍ بمعاناة الآخرين بسبب عدم توافر احتياجاتهم الأساسية، وقد غرس فيهن آباؤهن نوعية القِيم التي يستخدمنها الآن لتشكيل المجتمع. هؤلاء السيدات متعطشات للعثور على قضايا نبيلةٍ وتحويل العالم إلى مكانٍ أفضل، فيجربن حلولاً جديدة ويُنشئن أعمالاً ريادية مما ورثته. وحيث إنهن غير راضياتٍ عن الوضع الراهن، فمن الصعب على المنظمات غير الربحية التقليدية اجتذاب هؤلاء السيدات. إنهن يسعين إلى الإصلاح، ويساعدن على تغيير المنظمات غير الربحية فيما يحاولن تغيير العالم.

التوازن: كل سيدةٍ تعمل في وظيفةٍ ولديها أسرة تحاول دائماً تحقيق التوازن بين وقت العمل ووقت عنايتها بمنزلها، والوقت الذي تقضيه مع أسرتها ووقتها الخاص؛ إذا كان هناك أي وقتٍ متبقٍ. تحتاج المرأة إلى الحصول على المعلومات سريعاً، ومن المرجح أن تسعى للحصول عليها من الأصدقاء وأفراد الأسرة. عادةً ما تثق المرأة في أصدقائها؛

فليس هناك ما هو أكثر فاعليّةً من اقتراح إحدى السيدات قضيةً بعينها على واحدةٍ من صديقاتها. ومن المرجح أن تأتي هذه الوسيلة برّدّة فعلٍ أقوى من أي رسالة بريدٍ مباشرةٍ تتلقاها السيدة يومًا ما. وقد وجدت شو-هاردي أن هذه النظرية صحيحة عندما أسست حلقة العطاء في ميشيجان؛ حيث لم يكن عليها حتى أن تدعو الأُخريّات للانضمام إليها؛ فقد يسّرت حماسها وثقة صديقاتها مهمتها إلى أقصى حد، ووافقت الغالبية على الانضمام دون أن يُطلب منهن ذلك.

صُعود السُّلم المهني: إذا كانت المرأة تشغل منصبًا إداريًا في أي شركة، أو مؤسسةٍ غير ربحية، أو تمتلك عملها الخاص، يمثل ظهورها وجذبها للأنظار أمرًا هامًا لنجاحها. وعلى الرغم من أن تلك المرأة لا تزال تستخدم قلبها عندما يتعلق الأمر بالعمل الخيري، فهي تلجأ إلى استخدام عقلها كذلك. تعلم هذه المرأة جيدًا مدى أهمية شبكات التواصل وأن تكون موجودة في موقع الحدث ومع الجماهير؛ ما يعني كونها جزءًا من ثقافة العمل الخيري في مجتمعها. قد تكون تلك المرأة مهتمّةً بتولّي مناصب قيادية، وقد تكون جزءًا من حملةٍ كبرى أو من حملةٍ لجمع التبرعات. لا تساعد جميع هذه المواقف على زيادة ظهورها فحسب، بل وتسلط الضوء على شركتها وأعمالها ومؤسساتها غير الربحية كذلك.

العش الفارغ: عندما يغادر الأبناء المنزل بعد زواجهم، هذا هو الوقت الذي تسعى فيه نساءٌ كثيراتٌ إلى التواصل مع غيرهن، ويُظهرن اهتمامهن بالقضايا على نحوٍ مباشر، كما يصبحن أكثر نشاطًا من الناحية السياسية وأكثر ظهورًا بوجهٍ عام. لم تُعدّ تلك المرأة تخشى مناصرة قضيةٍ ما، وطرح الأسئلة الصعبة، وتولّي مخاطر الأعمال الخيرية. لا ريب أن الاستثمار والحصول على العائد المادي أمر هام، ولكن الأهم من ذلك هو محاولة الحصول على إجابات. في هذه المرحلة من الحياة، تعلم المرأة جيدًا أنه من الوارد ألاّ تنجح جميع الاستثمارات، إلا أنها على استعدادٍ للمجازفة بدعم القضايا التي تعالج مشكلاتٍ اجتماعيةً هامة.

(٢) أنماط الحياة

من المهم معرفة نمط حياة المرأة، وفيما يلي نجد بعض السمات المشتركة لأنماط الحياة ذات الصلة بالعمل الخيري.

المرأة الرياضية: على عكس المرأة في القرن الماضي، أصبحت المرأة اليوم معتادةً على المشاركة في ممارسة الرياضة، بل أصبح ذلك متوقعاً منها. ويحث المجتمع كبار السن من النساء على الاشتراك في الأندية الصحية ولعب التنس والجولف، واتباع نمط حياة رياضي. وعلى الجانب الآخر، اعتاد العديد من الشباب المشاركة في النشاط الرياضي بمرحلة الدراسة الثانوية أو الجامعية. وعلى الرغم من أنهم لم يحافظن على القدرات نفسها، فإنهن ما زلن يدعمن النشاط الرياضي وخاصةً رياضات السيدات. وقد تساهم السيدات الأكبر سنّاً في أنشطة الماراثون، أو مسابقات الثلاثي الحديث، أو مسابقات المشي، أو بطولات التنس، وفِرَق الجولف. وتعي هؤلاء السيدات جيداً فوائد الالتزام الرياضي، ويرغبن في مساعدة الأخريات على اتباع النهج نفسه من خلال دعم البرامج الرياضية في مجتمعاتهن المحلية ومؤسساتهن التعليمية.

المرأة الاجتماعية: كَوْن المرأة عضواً في نادٍ ريفيٍّ راقٍ لا يعني جهلها بالعمل الخيري، ولكن من المهم أن نأخذ في الاعتبار أن نموذج العطاء الذي قد يروق لها سيكون له علاقة بالعمل مع الأخريات، مثل حلقات العطاء والفعاليات الخاصة. عادةً ما تُقبل المرأة على تنظيم الفعاليات في النادي الريفي التابع لها أو منزلها. أما في حالة كونها امرأة غير عاملة، فلا ريب أنها تدعم زوجها على المستوى الاجتماعي؛ فينعكس عملها الخيري عليه بالتبعية.

المرأة المستقلة: غالباً ما لا تشعر المرأة المستقلة بالتوافق مع البيئة المحيطة بها؛ ما يكون في الأغلب الأعم مصدرَ فخرٍ لها. وهي لا تخشى التعبير عن رأيها والمشاركة بفاعلية في الأنشطة ودعم القضايا، حتى إنها قد تذهب إلى ما هو أبعد من ذلك والتظاهر للدفاع عن القضايا التي تتفاعل معها أو ضدها. وتنجح هذه المرأة، على أقل تقدير، في جمع التوقيعات على الطلبات التي تنادي بتغيير القوانين. ولا تستهويها الأنشطة الجماعية إلى حدٍّ كبير، وإن كانت تدعم الدفاع عن القضايا وتستهويها السياسة. ويمكنك أن تجتذب المرأة المستقلة إلى العمل من خلال تقديم قضية تؤيدها داخل المؤسسة، على ألا ينطوي ذلك بالضرورة على عملٍ جماعي.

الناشطة: تُشبه المرأة المستقلة إلى حدٍّ بعيد؛ حيث تدعم الناشطة القضايا التي تنطوي في الغالب على عملٍ اجتماعي وتُعزّز العدالة الاجتماعية. وتهتم هذه المرأة كذلك بالتنوع والبيئة المحيطة، وعادةً ما تكون نشطةً جداً في مجتمعها، أو ربما كانت كذلك في مرحلةٍ ما من مراحل حياتها. تمتاز الناشطة بطبيعتها القيادية، كما تؤدي جيداً

ضمن فريق، وتتسم بالتحفيز، ويمكن الاعتماد عليها لدعم قضية ما على النحو الأمثل. ومن الضروري أن تظل الناشطة مشغولةً طوال الوقت، والمفتاح الرئيسي لمشاركتها هو أن ترى أن ما تفعله له أثر ملموس.

المرأة المستهلكة: حيث إن المرأة المستهلكة غالبًا ما ترتدي وتستخدم أحدث ما تنتجه الماركات التجارية، يجب أن يكون الوصول إليها من خلال ربط المنتج بالقضية. لا يُعزى السبب وراء ذلك في كونها غير مُلمة باحتياجات المجتمع والعالم، إلا أن الاحتكاك بتلك الاحتياجات من خلال التسوق يصنع معها المعجزات. عند النظر إلى عدد يونيو للأعمال الخيرية في مجلة تاون آند كانترى، سنجد أن العديد من الأغراض المعلن عنها يساهم بجزءٍ من عائداته لصالح بعض القضايا، بدءًا من رعاية المشردين ووصولًا إلى رعاية الفنون. وتشمل الأغراض المعروضة للبيع المجوهرات، والأطعمة، والخمور، والملابس. بالنسبة إليها، يمثل التسوق هواية، ومعرفة أن جزءًا من المال الذي تُنفقه سيذهب لصالح عملٍ خيريٍّ قد يكون بمنزلة ذريعةٍ ومحفزٍ لها في الوقت نفسه.

المرأة الروحانية: قد تكون هذه المرأة ملتزمةً للغاية بشعائر دينية، أو امرأة ذات نزعاتٍ روحانية خاصةٍ وفريدةٍ من نوعها. في الأساس، ترغب المرأة الروحانية بشدةٍ في أن تشعر بأنها تؤدي عملًا خيرياً مؤثرًا على الصعيد الشخصي، كما أنها تهتم بمحاولة تحويل الأحوال إلى الأفضل بالنسبة إلى الآخرين وفقًا لعمق التزامها الديني، ولكنها لا تلتزم بالضرورة بتغيير حياة الآخرين. في كثيرٍ من الأحيان، تشعر هذه السيدة بالسعادة بالعمل في مطعمٍ لتقديم الحساء للفقراء، أو في مكانٍ ناءٍ بالعالم كمُبشرة. لكي تصبح هذه السيدة جزءًا من مؤسستك، عليك أن تستشعر في البداية عمق معتقداتها الدينية والروحية.

المرأة الجديرة: حالما تركز هذه السيدة الثرية على قضيةٍ ما تجعل حياتها جديرةً بالاهتمام، تصبح شخصيةً نابضةً بالحياة. قد تُصادف أمرًا يثير اهتمامها أثناء زيارة مدينةٍ أخرى؛ فينتهي بها الأمر برعاية سيداتٍ ممن يزاولن مهنةً حرفية، أو تعثر على قضيةٍ فريدةٍ في الحي الذي تحيا به. في أي موقف، تُشبه تلك النوعية من السيدات إلى حدٍ كبيرٍ السيدات المحسنات اللاتي كُنَّ يزاولن العمل الخيري في الماضي. وكل ما ترغب فيه تلك السيدة هو أن تجد منظمةً غير ربحيةٍ أو برنامجًا ما ليصبح هو شغفها. على المنظمات التي تسعى لمشاركة هذا النوع من السيدات أن تعرف ما يُفكرن به

وتسألهن عن آرائهن، كما ينبغي عليها أن تدرك أن تلك النوعية من السيدات ترغب في أن تكون في موقع الريادة في المجال الذي تدعمه بالتمويل.

(٣) أجيال

أجرت مارجریت ماي دامن، المؤلفة المشاركة لكتاب «المرأة والثروة والعتاء»، ورئيسة ومؤسسة معهد المرأة والثروة في ليك وورث بفلوريدا، العديد من الأبحاث، خاصة في مجال مواليد جيل الطفرة. وتقول مارجریت: «يتميز هذا الجيل بمجموعة من التجارب الحياتية المشتركة التي جرت أحداثها في حقبة تاريخية محددة».² غالباً ما تتشكّل المرأة وفقاً للجيل الذي وُلدت فيه؛ فتجتمع تجارب الطفولة، وعلاقتها بأقرانها، وكل ما تملكه من قيم لتُشكّل تاريخها الثقافي. هناك العديد من الاختلافات المثيرة للاهتمام فيما بين الأجيال؛ ما يؤثر على طريقة عطاء أفرادها.

(١-٣) تحليل الأجيال

قمنا بتطوير مفاهيم الأجيال من خلال عقد مئات المقابلات، ومجموعات التفكير، بالإضافة إلى نتائج الأبحاث الخاصة بكل الجنسين في مجال العمل. وفي عام ٢٠٠٨، نشرت شو-هاردي وكارمن ستيفنز نتائج الأبحاث التي أجرتها على عينة اختارتها بنفسيهما تضم مائتي سيدة من السيدات المشتركات في العمل الخيري.³ شمل هذا البحث في الأساس مواليد جيل الطفرة (مواليد الفترة من ١٩٤٦ إلى ١٩٦٤)، والجيل إكس (مواليد الفترة من ١٩٦٩ إلى ١٩٧٦)، بالإضافة إلى عينة من جيل الذروة (مواليد الفترة من ١٩٢٥ إلى ١٩٤٥).

في الغالب، يسهل معرفة الفرق بين الأجيال من خلال النظر إلى الشخصيات النسائية الشهيرة في كل جيل؛ على سبيل المثال، من خلال النظر إلى الفارق ما بين كل من باربرا بوش (مواليد ١٩٢٥)، ونانسي بيلوسي (مواليد ١٩٤٩)، وميشيل أوباما (مواليد ١٩٦٤)، وتينا فاي (مواليد ١٩٧٠)، وتشيلسي كلينتون (مواليد ١٩٨٠)، ومايلي سايرس (مواليد ١٩٩٢). دون شك، جميعهن من السيدات اللاتي يمتلكن العديد من المزايا الفريدة المشتركة التي تمت مناقشتها في الفصل الرابع، إلا أن ما ينتمين إليه من أجيال غالباً يبدو واضحاً في علاقاتهن الزوجية، ونهج الأبوة، واختيارهن لمهنهن، وبالتأكيد في اختياراتهن في مجال العمل الخيري.

تشير الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين العمر والعتاء، وقد جمعنا أكبر قدر ممكن من المعلومات من مصادرنا الخاصة بالإضافة إلى أبحاثنا في هذا المجال.⁴ ويُسعدنا أن نقول إن معهد الأعمال الخيرية النسائية التابع لمركز الأعمال الخيرية، جامعة إنديانا، وضع العديد من الأبحاث التجريبية على قائمة أعماله، وتطلع للحصول على نتائج تلك الأبحاث. وقد أدرجنا بعض النتائج الأولية التي توصل إليها المركز في هذا الفصل. وفيما يتعلق باستنتاجاتنا: لن تكون النتائج مقتصرة على الأجيال فحسب، بل ستميز بالشمولية كذلك. وبالنسبة إلى كل جيل، سوف تكون هناك دائماً اختلافات واستثناءات.

(٢-٣) المرأة التقليدية

غالبًا ما كانت السيدات اللاتي ينتمين إلى جيل البرنامج التليفزيوني الشهير «الأب يعرف الأفضل»، الذي كان يُعرض في خمسينيات القرن العشرين، من مواليد الفترة ما بين ١٩١٥ حتى ١٩٣٠، يبيقين بالمنزل لرعاية أسرهن بينما يخرج الزوج لممارسة عمله. وقد بدأ أن العديدات منهن كنَّ راضحاتٍ لحُكم أزواجهن، على الرغم من أن العديد منهن أترن على نتاج الأسرة أكثر كثيرًا مما كانت تراه أو تقر به أسرهن.

نَمَّة مفردتان تصفان سيدات هذا الجيل على أفضل نحو، وهما: «الحفظ» و«الحافظات»؛ فقد تأثرت سيدات هذا الجيل بعمق بالكساد الكبير؛ ما أسفر عن خوفهن من فقد أموالهن؛ ومن ثمَّ أصبحن شديدات الحرص اقتصاديًا. كانت سيدات هذا الجيل يشعرن بمسئولية الحفاظ على أموالهن وتوريثها لأطفالهن.

لم تكن معظم سيدات هذا الجيل من السيدات العاملات اللاتي يأتين بدخْل للأسرة، فيما عدا مَنْ التحقن بوظائف خلال فترة الحرب العالمية الثانية، وحتى هؤلاء لم يستمررن في عملهن وعُدنَّ إلى وضعهن السابق كربات بيوتٍ بمجرد عودة أزواجهن بعد الحرب؛ ولهذا السبب، كن يخشئن أن يبدأن من الصفر، ويملن أكثر من سيدات الأجيال السابقة إلى الخوف من أن يتحولن إلى سيداتٍ مُشردات.

في الوقت الراهن، أصبح جزء كبير من السيدات التقليديات من الأرامل أو يتولين رعاية أزواجهن الذين يعانون من أمراض. من غير المحتمل أن تتعامل سيدات هذا الجيل مع أموال أسرهن بوصفها أموالهن الخاصة، إلا إذا شهدن تجربةً حياتيةً مؤثرةً مثل الوفاة أو الطلاق، وفي الغالب سوف يستمر عطاؤهن للقضايا نفسها نتيجة إحساسهن

بالمسئولية تجاه أزواجهن وعائلاتهن. بالإضافة إلى ذلك، لا ترغب سيدات هذا الجيل في الغالب في الحصول على تقديرٍ مقابل ما تمنحه من عطايا، ما لم يكن هذا التقدير باسم عائلتها أو تقديرًا لزوجها؛ لأنهن لا يشعرن بملكيتهن لهذه الأموال. لا ريب أن هناك دائمًا استثناءات لكل قاعدة؛ فعلى الرغم من افتقاد العديد من سيدات هذا الجيل لوجود القدوة في حياتهن، فقد نجحن في رسم طريقهن الخاص لتقديم العطايا والهبات بطريقتهن الخاصة. من الأمثلة المعروفة على السيدات التقليديات، ساندر داي أوكونور، ومارجريت تاتشر، وباربرا والترز، والملكة إليزابيث الثانية، وباربرا بوش، وأدريان ريتش، وجوديث كرانتز، وجوان وودوارد، وبيتي فورد، ومايا أنجلو.

المرأة التقليدية والعمل الخيري

لحسن الحظ، لا تحتاج كل سيدة تقليدية إلى خوض تجربة حياتية لتغيير نهجها في العمل الخيري. على سبيل المثال، ترغب مارجريت لويد في الاستمتاع بحياتها إلى أقصى الحدود، وتقول مارجريت: «أشعر بالدهشة كوني أبلغ من العمر ٨٨ عامًا. يكتفي العديد من السيدات المسنات في مثل عمري في هذه المرحلة من حياتهن بالاستمتاع باحتساء شراب الكوكتيل أو السفر إلى فلوريدا، ولا يُولين الحياة الحقيقية اهتمامًا. أريد أن أستمّر في العمل والتأثير بصرف النظر عن عمري.» وقد تبرعت مارجريت بأكثر من ثمانمائة فدان من الغابات في مقاطعة كيرشو، في ساوث كارولينا، وحوالي مليوني دولار لجامعة كليمسون لتطبيق رؤيتها عن الاستخدام الأمثل للأراضي. وتقول مارجريت: «سوف تصبح مركزًا للاتصال، ومشروعًا تربويًا يناقش قضية الترابط الحيوي، وأشعر بالحماسة الشديدة تجاه هذا المشروع.»⁵ لا ريب أن حماسة مارجريت تنبع من أن الأراضي سوف تُستخدم لتأسيس مركز للتعليم البيئي على مستوى عالمي، ونموذج دولي للتنمية السكانية الخضراء، ولن تصبح مجرد ملعب جولف إضافي.

إشراك المرأة التقليدية في العمل الخيري

يمكن تجربة المناهج التالية:

- «تفهم تردّد السيدة في التبرع بالأموال خلال حياتها، واقتَرَحْ عليها كتابة وصية»: بسبب خوفها من نفاذ أموالها خلال حياتها، تميل سيدات هذا الجيل إلى تحرير

- الوصايا. يجب مساعدتها على التوصل إلى القضايا التي تُثير اهتمامها، ثم وضع برنامج لتنفيذ هذه القضايا من خلال تحرير وصية.
- «أقترحُ عليها تقديم هبة سنوية خلال حياتها»: إذا وافقت المرأة التقليدية على مبدأ تحرير وصية، فاقترح عليها تقديم هبة سنوية بالقيمة نفسها الناتجة عن الوصية. اشرح لها أنها سوف تستمتع بفرحة العطاء خلال حياتها وسوف تكون قادرةً على مشاهدة مآل وصيتها في نهاية المطاف. إذا ذهبت الهبة إلى منحة دراسية، فسوف تحظى بفرصة مقابلة الطلاب الذين حصلوا على المنحة.
 - «حافظ على الاتصال»: أصبح معظم السيدات التقليديات من الأرامل، أو أوشكن أن يصبحن كذلك. على المؤسسة أو المنظمة أو الشخص الذكي الذي عمل مع تلك الفئة من السيدات فيما كان زوجها على قيد الحياة أن يستمر في الاتصال بهن بعد وفاة أزواجهن. بعد وفاة الزوج، يُفقد العديد من الهبات لأن الاتصال مع السيدة كان ضئيلاً أو غير موجودٍ على الإطلاق خلال حياة الزوج.
 - «انصل بأفراد عائلتها»: حيث إن السيدات التقليديات يؤديان دور الحافظات لأموال الأزواج، وتريد أن تضمن لورثتها أكبر قدرٍ من الفائدة، فإن الاتصال بهن أمر ضروري. سيرغب ورثتها في كثيرٍ من الأحيان في حثها على أن تُقدّم شيئاً باسمها كي تشعر بسعادة العطاء وهي لا تزال على قيد الحياة.
 - «تقديرها والامتنان لكل ما حققته خلال حياتها»: على الرغم من أن سيدات هذا الجيل قد لا يذكرن ذلك، إلا أنهن قد شهدن بالتأكيد بعض التمييز ما بين الجنسين خلال حياتهن. إذا كان ذلك ملائماً، يجب إظهار التقدير لمشوار كفاحهن، وعرض سبل تحويلهن إلى قدوة، مع مساعدة من يوددن الاقتداء بثمار تجاربهن.

وتلخص السيدة الأولى السابقة باربرا بوش قيم المرأة التقليدية قائلة: «في نهاية حياتك لن تأسفي أبداً على عدم اجتياز اختبارٍ آخر خلال حياتك، أو عدم الفوز بقضية ما، أو عدم عقد صفقةٍ ما. ما ستندمين عليه حقاً هو الوقت الذي لم تقضيه مع زوجك، أو صديقتك، أو طفلك، أو والدك.» ونظرت أمامها مضيفة: «ومن يدري، فقد يكون في مكانٍ ما هناك وسط هذا الجمهور فتاة ما تتبع خطواتي لتصبح السيدة الأولى وتسكن البيت الأبيض، وأنا أتمنى لها كل التوفيق.»⁶

(٣-٣) نساء وقت الذروة

تقول مارتي بارليتا، وهي مؤلفة كتبٍ وتعمل في مجال التسويق، في كتابها «نساء وقت الذروة»، إنها أطلقت على هؤلاء السيدات هذا الاسم لأنهن في مرحلة الذروة في حياتهن.⁷ هؤلاء السيدات وُلدن بين عامي ١٩٢٥ و ١٩٤٥، وقد اجتاز أولادهن المراحل الجامعية، وربما تقاعدن أو اقتربن من سن التقاعد هن وأزواجهن، وأصبحن متفرغاتٍ للاستمتاع بحياتهن. ويُلقب جيل السيدات هذا كذلك بأنه الجيل الأكثر ثراءً وحيويةً في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية.

قد يكون تأثير الحرب العالمية الثانية على هؤلاء السيدات بمثابة القدوة التي كُنَّ يحتجن إليها، حتى ولو كان هذا التأثير لفترةٍ قصيرةٍ نسبيًا. نشأ هذا الجيل وهو يرى السيدات يغادرن المنزل ويعملن في المصانع الحربية، ومكاتب وزارة الدفاع، وما إلى ذلك، مؤدياتٍ مهمَّ الذكور الذين ذهبوا إلى الحرب. وبالطبع، عندما عاد الذكور إلى أماكن عملهم، عادت النساء أيضًا إلى منازلهن. ومع ذلك، وفّر هذا الموقف الإلهام لمعظم نساء وقت الذروة؛ حيث رأين حدود إمكاناتهن خلال السنوات العشر الأولى من حياتهن؛ فقد شاهدن النساء يعملن خارج المنزل ويرغينُ أسرهن في الوقت نفسه.

كان هذا الجيل هو أول من عايش تجربة تفكك الأسرة بسبب الطلاق، ووجدت نساء كثيرات أنفسهن مجبراتٍ على الالتحاق بالوظائف، سواءً كُنَّ مستعداتٍ أم لا. كان على هؤلاء السيدات أن يتعلمن كيفية إدارة الأموال؛ ومن ثمَّ أصبحن من أوليات السيدات اللاتي يخضن غمار العمل الخيري بأنفسهن.

غالبًا ما تتردد نساء وقت الذروة في الاعتراف بوجود اختلافاتٍ بين الرجال والنساء، بعيدًا عن الاختلافات الجسدية. ولكن مع تقدّمهن في العمر، استطعن أن يتفهمن أنه لا ضيرَ من الاعتراف بحقيقة وجود اختلافاتٍ بين الرجل والمرأة. وتشعر هؤلاء السيدات بالفخر لما حقّقته من الإنجازات في عالمٍ يسيطر عليه الرجال، ويرغبن في مساعدة الشابات الصغيرات على إحراز النجاح.

تدعم نساء وقت الذروة العملية التعليمية؛ وهو ما يرجع إلى كونهن من أوليات من التحقن بالجامعة في عائلاتهن؛ فقد شهدت المرأة بنفسها مزايا التعليم الجامعي، وربما تكون قد التقت بزوجها في مرحلة الجامعة. وربما حصلت على وظيفةٍ في وقتٍ مبكرٍ من حياتها، أو في وقتٍ لاحقٍ بعد أن انتهت من تنشئة أطفالها.

من خلال جهودهن في العمل التطوعي أو في مهنة مدفوعة الأجر، مهدت نساء تلك الحقبة الطريق لعدد كبير من الفرص لبناتهن وحفيداتهن (على الرغم من عدم الاعتراف بمجهوداتهن أو الإشادة بها)، كما يحرصن على التأكد من أن الفرصة متاحة للأجيال المقبلة. وغالبًا ما تُقبل هؤلاء السيدات على تقديم الدعم للمنظمات التي تُقدّم تلك الفرص للنساء الشابات.

وقد غفل العديد من المنظمات غير الربحية عن معظم نساء هذا الجيل، بسبب التسمية السابقة التي أُطلقت عليهن، وهي جيل أيزنهاور أو الجيل «الصامت». ولكن نساء هذا الجيل كُنَّ بعيداتٍ كلَّ البُعد عن الصمت. من شخصيات هذا الجيل على سبيل المثال: جلوريا ستاينم، وديانا سوير، وروث بادر جينسبرج القاضية بالمحكمة العليا الأمريكية، وعضوتا مجلس الشيوخ ديان فينشتاين وباربرا بوكسر، ودونا شالالا، ومارثا ستيوارت، وجولدي هون، وجين فوندا. نجحت هؤلاء السيدات في إعادة تعريف مفهوم المرأة واستعرضن نجاحاتهن في جميع المجالات المالية والسياسية، بالإضافة إلى نجاحاتهن في تنشئة أسرهن.

نساء وقت الذروة والعمل الخيري

عندما يقول الرجل: «سوف أفكر في الأمر». اعلم أن الصفقة لن تتم، أما عندما تقول المرأة: «سوف أفكر في الأمر» فهي تعني ما تقوله حقًا.⁸

أنا كيت هيب، جرينفيل، ساوث كارولينا

أُعدت أنا كيت هيب — إحدى الناشطات في مجال العمل الخيري في جرينفيل، بولاية ساوث كارولينا — الفكر في العمل الخيري الذي تقوم به والمؤسسة الخيرية الصغيرة التابعة لأسرتها. وتقول هيب إن الكساد الاقتصادي في عام ٢٠٠٨ جعلها تفكر مليًا فيما تُقدّمه، وقرّرت أن تبدأ بكتابة القضايا التي تثير اهتمامها بالفعل؛ ونتيجةً لذلك استطاعت أن تخطط جيدًا لعملها الخيري وتركز على اهتماماتها. وتقول هيب: «أشعر بالسعادة كوني أستطيع الآن أن أقدم ما أرغب فعليًا في تقديمه في مجال العمل الخيري». خلال تلك التجربة، اكتشفت هيب أن بعض القضايا التي ساندتها تحولت إلى شغفٍ لدى أبنائها؛ فلم تُعدّ تدعم تلك القضايا، بل ورثتها للجيل التالي. وبعد أن قلصت

مساهمتها وأوقفت العطايا الضئيلة، وجدت هيب ما وصفته بأنه «تطور مثير للاهتمام»، وهو المجالات الثلاثة التي تهتم بها حقًا، وهي: تعليم المرأة، والفنون، والبيئة.

بعد سنواتٍ من العمل في المجالس واللجان، إما لاعتقادها بأنه ينبغي عليها أن تفعل ذلك أو لأنها كانت تنوب عن شخصٍ ما، أو لأنها ببساطةٍ أرادت أن تمد يد العون، تقول هيب إنها تعمل الآن في المجالس التي تعالج أحد المجالات الثلاثة السابقة. ويشمل ذلك الجامعة التي تخرجت فيها، جامعة ماري بولدوين كوليدج في ستانتون، فيرجينيا، حيث كانت عضوةً في المجلس لمدة ٢٥ عامًا وشاركت في رئاسة حملةٍ بلغت قيمتها ٤٢ مليون دولار في عام ١٩٩٠. في ذلك الوقت، منذ ثلاثين عامًا، لم تكن هيب تخاطب الأزواج للحصول على العطايا، وتقول: «كنت أعلم أن علينا التواصل مع الزوجات لا الأزواج.» وتضيف هيب أن شغفها الرئيسي يتعلق بتعليم المرأة؛ حيث تُقدّم لجامعتها أكثر كثيرًا مما يُقدّمه زوجها للجامعة التي تخرّج فيها. في الوقت نفسه تضيف هيب: «لطالما كنا شريكين، وكان كلُّ منا كريمًا تجاه القضايا التي يدعمها الآخر.»

وتضيف قائلة: «على الرغم من أن تفكيري تجاه قضايا المرأة كان عفويًا، فإن معظم ما قدمته من أعمالٍ خيريةٍ كان في هذا المجال.» واستطاعت حدائق بروكجربن في موريلس إنلت، بولاية ساوث كارولينا، أن تُحقّق آمال هيب في المجالات الثلاثة التي تثير اهتمامها (المرأة، والفنون، والبيئة)، وهي عضوة في مجلس إدارتها. إن العديد من المنحوتات الموجودة في الحدائق من أعمال النساء، وتفسر هيب ذلك بقولها: «يستهوِي الجمالُ المرأةَ كما يستهوِيها الإبداع. وإذا ما تناولنا البيئة والفنون، فسنتمكّن في نهاية المطاف من معالجة المكونات الرئيسية التي تهمنا جميعًا في العالم.»

إشراك سيدات وقت الذروة في مجال العمل الخيري

يجب وضع هذه الأفكار في الاعتبار عند التعامل مع سيدات تلك الحقبة:

- «تهتم المرأة من تلك الحقبة بكسر كل ما هو تقليدي في مجال العمل الخيري، سواءً وسائله أو برامجه»: لقد مهدت تلك المرأة الطريق، وما زالت، أمام غيرها من النساء. وتشبه سيدات تلك الفترة سيدات جيل الطفرة أكثر من أمهاتهن اللاتي ينتمين إلى الطراز التقليدي. وقد شهدن التغيرات الجذرية في العالم في فترة طفولتهن الهادئة، وكذلك الفوضى السائدة في الوقت الحاضر. لا تخشى

هؤلاء السيدات من المخاطرة بعض الشيء بعهائهن، كما أنهن يُقدن مشروعات رائدة في العمل الخيري.

- «تُقدّم هؤلاء السيدات الدعم للمؤسسات القائمة بالفعل، ولكنها تفضل البرامج الجديدة والمميزة والتي تعالج مشكلات المجتمع»: تُفضّل المرأة من تلك الحقبة أن تكون على صلة بالقضية المُعنيّة، ويكون العمل الخيري بالنسبة إليها بمثابة حملة لجمع التبرعات، وتحديدًا جمع التبرعات. فكيف من المتوقع أن تؤثر إسهاماتها في المنظمة أو المؤسسة على كيفية حل القضايا الاجتماعية؟
- «ترغب سيدات هذه الحقبة في مساعدة الأجيال التالية من النساء»: أولاً، حدد البرامج الموجودة بالفعل أو القضايا المتعلقة بالنساء والفتيات في مؤسستك، ثم تقدّم إليها لطلب المساعدة. غالبًا ما تكون المرأة غير مُدرّكة للبرامج التي تُقدّمها المؤسسات، مثل رعاية الأطفال داخل الحرم الجامعي. وعلى الرغم من أن الأمر يستغرق الكثير من الوقت والتنسيق بين الموظفين، يجب أن تدرك أنها قد تكون مهتمّة بتوجيه الشباب أو الموظفات داخل المنظمة بنفسها، كما قد تكون على استعدادٍ لطلب المال من صديقاتها، لا سيما إذا كانت مرتبطة بقوة بالمؤسسة غير الربحية.
- «كان هذا الجيل هو الأول من حيث التأثير على عملية اتخاذ القرارات الزوجية»: فبما أن هذه المرأة تؤمن بأهمية صوتها وبأنها تقف على قدم المساواة مع الرجل، ولأنها تُقدّم العطايا بنفسها، تهتم المرأة بالحصول على التقدير لما تُقدّمه من هبات؛ فهي تريد أن تحصل على التقدير الملائم لجهوداتها، وأن يوضع اسمها بالطريقة التي تروق لها. (انظر الفصل السادس لمزيد من المعلومات عن أهمية تقدير الهبات.) من الممكن أن نضع عمل الزوجين في اللجان معًا في الاعتبار.
- «عند دعوة الزوج، وهو مقدم للمنح، يجب دمج هذه المرأة في الحوار، ما لم يُطلب عكس ذلك صراحة»: إذا تجاهلت الزوجة في حوارات العمل الخيري فمن غير المرجح أن تواصل عطاها إذا أصبحت أرملة.
- «اقترح تقديم هبات مُجمّعة»: تُفضل سيدات هذا الجيل تقديم الهبات المجمّعة عوضًا عن القيام بدور «المتبرع الأوحد». وقد يكون من المناسب أن تشترك مع ثلاث أو أربع سيدات أخريات لتقديم المنح.

تقول إليزابيث كادي ستانتون، المنادية بحق المرأة في الاقتراع: «إن ذروة حياة المرأة هي عند بلوغها الخمسين ... عندما تنساب أفكارها ومشاعرها ... في حقل العمل الخيري.»⁹ وبعد مرور قرن من الزمان، لا تزال هذه المقولة تُفسّر نهج هذا النموذج للمرأة؛ فهي تمتك الشجاعة والقيادة والمثابرة والولاء بالإضافة إلى رأس المال، وما زالت تستمتع بجهودها ونجاحاتها، كما تستمرُّ في رغبتها في العطاء.

(٤-٣) سيدات جيل الطفرة

تمثل هذه المجموعة المذهلة من السيدات، مواليد الفترة من ١٩٤٦ حتى ١٩٦٤، الجيل الأكبر والأفضل تعليماً في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية. تعلم هؤلاء السيدات جيداً أنهن يمتلكن مقاليد الأمور؛ ومن ثمَّ فهن جديرات بالاستماع إليهن. لا تكتفي هؤلاء السيدات بتبوء مناصب المديرين والمديرين التنفيذيين في الشركات الرائدة، بل أظهرت دراسة أجراها توماس ستانلي، الحاصل على شهادة الدكتوراه ومؤلف كتاب «المليونيرة القاطنة في المنزل المجاور»، أن هناك حوالي ٣٧ أو ٣٨ مليون سيدة في هذا الجيل، ٩ ملايين منهن سيدات أعمال يمتلكن رأس مالٍ صافياً مستقلاً يصل إلى أكثر من مليون دولار.¹⁰

وقد أثر التليفزيون كثيراً على تلك الطائفة من النساء في مرحلة نضجهن: حرب فيتنام، والاحتجاجات أثناء الحرب، واغتيال كينيدي ومارتن لوثر كينج، وحركة الحقوق المدنية؛ ونتيجةً لكل ما سبق، اتسمت نساء هذا الجيل بالمثالية؛ ومن ثمَّ طالبن بالتغيير. في الواقع، لم تكتفِ هؤلاء السيدات بالتغيير الذي حدث حتى الآن في العالم، ولحُسن حظنا، يتمثل محور اهتمام هذا الجيل بالقضايا الهامة مثل الاستقلال الاقتصادي للمرأة، والبيئة، والعدالة الاجتماعية. ويمكن القول بأن سيدات جيل الطفرة يعلمن جيداً أنهن مرتبطات بالقضايا العظيمة؛ ومن ثمَّ يطالبن بالاهتمام.

وفقاً لبحثٍ أجرته ميليسا براون، من مركز الأعمال الخيرية بجامعة إنديانا، تُقدِّم سيدات جيل الطفرة أكثر من رجال الجيل نفسه، وهي خاصية ينفرد بها هذا الجيل. وأظهرت أبحاث براون كذلك أن سيدات جيل الطفرة هن الأكثر سخاءً بين الأجيال، كما أن كبار السن من سيدات هذا الجيل أكثر استجابةً من الرجال للرسالة التي تحثُّ على تحمُّل المسؤولية تجاه مساعدة من هم بحاجة للمساعدة.¹¹ وتقول أندريا كامينسكي، المدير التنفيذي لتحالف جامعة ويسكونسن للناخبات، إن نساء هذا الجيل يشعرون

بالريية تجاه السلطة ولا يُقدَّم أبداً العطاء بدافع الولاء؛ فالحفاظ على الوضع الراهن لا يُمثِّل أي أهمية بالنسبة إليهن. في الواقع، يميل العديد منهن إلى إسقاط الأنظمة بدلاً من الحفاظ عليها؛ فهن جزء من الاضطرابات الاجتماعية التي شهدتها ستينيات القرن العشرين.¹²

وعلى الرغم من أن اهتمامهن ينصبُّ على حل القضايا الكبرى في عالمنا اليوم، لا يمكن القول بأن اهتمام سيدات جيل الطفرة لا ينصبُّ على دعم القضايا التقليدية التي يتوجه إليها عطاء المرأة مثل التعليم والفنون. إلا أن عطاء سيدات جيل الطفرة يختلف نوعاً ما عن عطاء الجيلين السابقين. على سبيل المثال: من المرجَّح أن يُظهرن دعمهن لمعرض يُصوِّر نساءً ملوناتٍ أكثر من دعمهن لمعرض يصور زوجات رؤساء سابقين. تطالب سيدات جيل الطفرة كذلك بأن يكون لهن حق المُساءلة بشأن الأموال التي يتبرعن بها؛ فهن ينظرن إلى عطائهن بوصفه استثماراً، ويرغبن في التأكد من أن أموالهن تُصَرَّف بحكمةٍ وتودُّي إلى إحداث تأثير.

ترغب سيدات هذا الجيل المستقل في المشاركة في عملية صناعة القرار، ودائماً ما يتساءلن عن السبب، وكذا عن كيفية تحسين الأداء. تتولى سيدات هذا الجيل إعادة كتابة قواعد العمل الخيري، كما يتحكمن في مقاليد الأمور داخل الأسرة. ولا تخشى هؤلاء السيدات من استخدام القواعد الجديدة أو التأثير على أقربائهن من السيدات. وتستطيع هؤلاء السيدات أن يشاركن في رفع الوعي وإحداث تغييراتٍ جذريةٍ على العمل الخيري في محيطهن. تقول مارجريت ماي دامن، مديرة ثروات المرأة وخبيرة سيدات جيل الطفرة ومؤلفة كتاب «المرأة والثروة والعطاء»، إن سيدات جيل الطفرة «يستطعن التأثير على قرارات خطط عطاء السيدات المُسنَّات، كما أن بإمكانهن أن يُرسِنَّ قواعد ثقافة العمل الخيري للشابات.»¹³

فيما تميل السيدات التقليديات وسيدات جيل الذروة إلى التعاون مع أزواجهن لأداء العمل الخيري، بدأت سيدات جيل الطفرة نهج العطاء بعيداً عن أزواجهن. تُبدي هؤلاء السيدات استعدادهن لتقديم العطاء للمؤسسات الضخمة، ولكن باحتماليةٍ أقلَّ مقارنةً بالنساء التقليديات. ولا تجد هؤلاء السيدات غضاضةً في الحصول على التقدير العلني إذا كان يخدم صالح المنظمة. ومثل جميع النساء، ترغب سيدات هذا الجيل في المشاركة الفعلية قبل تقديم العطاء.

لا يصعب العثور على سيدات جيل الطفرة؛ حيث يعملن في مجالس المدن، ولجان المقاطعات، والمكاتب الحكومية والوطنية، وتستعدُّ هذه الفئة من السيدات للترشح لمناصب

أعلى. وحيث إن سيدات جيل الطفرة تخرَّجْنَ في كليات الحقوق بأعداد قياسية، أصبحن يشغلن مقاعدَ قضائيةً في المجالس المحلية ومجالس الدولة وعلى المستوى الوطني، كما أنهن في مقدمة الصفوف في مجال العمل الخيري. ومن أبرز سيدات هذا الجيل هيلين لاكلي هانت، وسوزان أليس بافت، وتراسي جاري، وميليندا جيتس، وشيلا جونسون.

العمل الخيري لسيدات جيل الطفرة

أجد نفسي مضطرة للتعبير عن قِيَمِي من خلال العمل الخيري.¹⁴

شيريل روزن ويستون، ماديسون، ويسكونسن

كانت شيريل روزن ويستون طفلةً مثاليةً من مواليد ستينيات القرن العشرين. وُلدت شيريل في شيكاغو، وعملت كاتبةً محكمةٍ لصالح الشركة التي كانت تُمثِّلُ أبي هوفمان وجيري روبن خلال نظر قضية «شيكاغو سيفن». حصلتُ شيريل على تجربةٍ حياتيةٍ شخصيةٍ أكثر من قريناتها، إلا أن هذه التجربة كانت تُمثِّلُ ما يعرفه الكثير من أبناء جيلها؛ ألا وهو أن هناك العديد من القضايا الطويلة المدى التي تحتاج إلى إيجاد حلول، ومن الممكن إحداث التغيير بسهولة، وبوسعنا أن نُحقِّق ذلك. وتقول شيريل: «كانت حركة الحقوق المدنية تُجري حولنا على قدمٍ وساق، ولم يكن من الممكن أن تكون غير مُدرِّكٍ للظلم الاجتماعي الواضح، خاصةً عندما تحيا في مدينةٍ كبيرةٍ مثل شيكاغو. أعتقد أننا شعرنا خلال الستينيات بالإحباط والعجز؛ فلقد شاهدنا اغتيال جون وبوبي كينيدي ومارتن لوثر كينج، ورأينا الناس يُقتلون في فيتنام على شاشات التليفزيون ليلاً. وكان من الطبيعي أن يبدأ الشباب في التساؤل عما يمكنهم أن يفعلوه.»

كان التحوُّل من العجز إلى القدرة على إحداث التغيير سريعاً للغاية بالنسبة إلى العديد من مواليد الستينيات، وكانت ويستون إحداهن؛ إذ تقول: «علِّمْتَنِي فترة الستينيات أننا يجب أن نتولى مسؤولية مجتمعنا، سواءً على الصعيد العالمي أو في الحي المجاور وحسب. وإذا كنا نمتلك إمكانية تقديم المساعدة المادية، فعلينا أن نفعل ذلك.» ويمثِّل العمل الخيري بالنسبة إلى ويستون عاملاً مهماً لأنها تؤمن بإمكانية استخدام العمل الخيري لإحداث التغييرات، سواءً كان التغيير عبر اتحاد الحريات المدنية ودفاعه المستمر عن حقوق الإنسان، أو اتحاد ماديسون اليهودي وبرامج الإغاثة الدولية والخدمات

الاجتماعية التي يراها، أو جامعة ويسكونسن-ماديسون؛ حيث حصلت على شهادتها في القانون.

تعمل ويستون أستاذة بكلية الحقوق، كما تتولّى منصب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لأكبر شركة تمتلكها سيدة في ويسكونسن، وهي شركة دوجلاس ستيوارت؛ أكبر موزّع لمنتجات الكمبيوتر المستخدمة في مجال التعليم. حصلت ستيوارت على الشركة في إطار تسوية الطلاق من زوجها الذي كان يدير أعمال عائلته خلال فترة زواجهما. وبما أن ويستون تولّت منصب نائب الرئيس والمستشار العام للشركة، فقد كانت على دراية بكل شيء. وفي عام ٢٠٠٧، وصلت مبيعات شركة دوجلاس ستيوارت إلى ٣٠٠ مليون دولار، وأصبح يعمل لديها ١٥٠ موظفًا، كما قامت بافتتاح شركة تابعة لها في أوروبا. وتقول ويستون إنها ترغب في تشجيع موظفيها على العمل الخيري؛ حيث تُقدّم تبرعاتٍ مساويةً تمامًا لأي تبرعاتٍ يقدمونها إلى المنظمات غير الربحية. يُدار البرنامج في صورة حملة من حملات منظمة «يوناييتد واي»؛ وقد وضعت ويستون حدًا للميزانية بالفعل، ولكنها تزعم أنها لم تصل إليه قط.

وعلى الرغم من أهمية العمل الخيري بالنسبة إلى ويستون، فإنها لا تقوم به دون محاسبة. دائمًا ما تؤكد ويستون على أنها تحسّل أي منظمةٍ مسئوليةً ما تم تقديمه من مساعدات خيرية. وتقول ويستون: «أرغب دائمًا في التأكد من أن المنظمة تُدار مثل الشركة، وأعلم جيدًا كيف تُدار الشركات.»

وتضيف قائلة: «شهدتُ خلال حياتي جميع أشكال التحوّلات والانعطافات، وانتهى بي الأمر بمواردٍ ماليةٍ أكثر مما كنت أظن أنني سأحصل عليه في أي وقتٍ مضى. لا شك أنني شهدتُ خلال حياتي زيادةً تركيز الأفراد على الأشياء المادية. وإذ نواجه تحديات الاستدامة، مثل انعدام الأمن الغذائي وتغيّر المناخ، غالبًا ما يتساءل الناس إن كان الحصول على احتياجاتهم الأساسية هو ما يجب القيام به. لا أشعر بالارتياح في تكديس الأموال، ودائمًا ما أجد نفسي مضطرة للتعبير عن قيمي من خلال العمل الخيري.»

إشراك سيدات جيل الطفرة في العمل الخيري

يتعيّن وضع هذه الأفكار في الاعتبار عند التواصل مع إحدى سيدات جيل الطفرة:

- «غالبًا ما تكون أسر سيدات جيل الطفرة قد وصلت إلى مرحلة النضج؛ ولذلك فهذا هو الوقت الملائم»: فهذه المرأة على استعدادٍ للالتزام بقيمتها ورؤيتها

لتصبح أحد أفراد العمل الخيري المخلصين. اقضِ بعض الوقت في مجموعات المناقشة واستمعْ إلى هذا الجيل من السيدات محاولاً استكشاف شعورهن تجاه مؤسستك، ولمساعدتهن على استكشاف قِيمهن الشخصية الخاصة ورؤيتهن. (هناك مقترحات خاصة بعقد مجموعات المناقشة وطرح الأسئلة في قسم الموارد بنهاية الكتاب.) ولأن التعاون أمرٌ مهمٌ لهن، أكّد لهن أنهن شركاء في المنظمة، ووفّر لهن وسيلةً للمشاركة.

- «تستحق سيدات جيل الطفرة الاحترام لمعرفتهن قيمة المال، خاصةً بعد تجاوز أطفالهن مرحلةً معينة، أو لو كان أطفالهن في مرحلة الدراسة الجامعية»: غالباً ما تكون هؤلاء السيدات على درايةٍ بالأموال المالية ويمكنهن أن يقرأن كشوف الميزانية. تنظر هؤلاء السيدات إلى المؤسسة بوصفها استثماراً؛ ومن ثمّ فهن يرغبن في الحصول على عائدٍ من هذا الاستثمار ويُردنَ التأكد من أن استثماراتهن تُدار على النحو الأمثل. يجب معاملة هذه النوعية من السيدات بثقةٍ واحترامٍ مع تقديم معلوماتٍ مفصلةٍ عن ميزانية المنظمة وتفصيلها المالية. احرص دائماً على إعلام المرأة بأحدث نتائج ما قدّمته من عملٍ خيريٍّ للمنظمة. تَعلمُ تلك الفئة من السيدات، وخاصةً من يعملن خارج المنزل، أهمية جمع التبرعات لمنظمةٍ يؤمنون بعملها. كل ما ينبغي عمله هو عرض التحدي عليهن، ثم استرخ واستمتع بمهاراتهن ونجاحهن.

- «تفكر سيدات جيل الطفرة في الإرث الذي سيتركه»: فهنّ يشعرن بالامتنان لما قدّمته لهن أمهاتهن ويرغبن في التأكد من أن قِيمهن سوف تُمرّر إلى الأجيال التالية. ترغب سيدات هذا الجيل في أن يتجاوزن عطاؤهن فترة حياتهن. يمكن التفكير في البرامج المستمرة على مدى عددٍ من الأجيال، وتحديدًا بالنسبة إلى السيدات الأصغر سنّاً المنتميات إلى أسر سيدات جيل الطفرة، سواءً كنّ من بناتهن أو حفيداتهن أو بنات أخواتهن.

- «استطاعت سيدات جيل الطفرة أن تتولّى مهامّ متعددةً في حياتهن المهنية والمنزلية، ويفكرن على نحوٍ شامل»: ترغب تلك الفئة من السيدات في الوقوف على كافة تفاصيل البرامج ورؤية الصورة كاملة.

- «ما زالت سيدات جيل الطفرة يُتَقَنَّ إلى التغيير»: احرص على تهيئة الفرصة لها لتؤدي ما هو أكثر من المساعدة في حل مشكلة. ترغب هؤلاء السيدات في أن تُحدِث أعمالهن الخيرية تغييراً ملحوظاً وتأتي بنتائج إيجابية مؤثرة.
- «تهتمُّ هؤلاء السيدات دائماً بالعمل الاجتماعي»: فهن يستخدمن الإنترنت بنهَم، وهذا وفرَّ لهن سُبُل التواصل مع أصدقائهن في مرحلة الدراسة الثانوية والجامعية. استخدم شبكة الإنترنت لمساعدة المانحات على التواصل، وعند اجتماعهن للمرة الأولى في مجموعات النقاش، قدّم لهن موقعا إلكترونياً لضمان مواصلة محادثاتهم. احرص على تقديم فرص للتواصل عبر شبكة الإنترنت وتكوين صداقات (انظر الفصل السادس عن التطوير والفصل الثامن عن البرامج).

لخصت هيلاري كلينتون فرص وواجبات هذا الجيل قائلة: «دائماً ما تكون تحديات التغيير صعبة، ومن المهم البدء في مجابهة التحديات التي تواجه الأمة وإدراك أن كلاً منا له دور يتطلب التغيير لنصبح بعدها أكثر مسئوليةً ونتمكّن من تغيير مستقبلنا.»¹⁵

(٣-٥) سيدات الجيل إكس

يشير الجيل إكس إلى مرحلة في انخفاض معدلات المواليد بعد طفرة مواليد الحرب العالمية الثانية. جاءت مواليد هذا الجيل في الفترة من ١٩٦٥ حتى ١٩٧٦، ويُعدُّ هذا الجيل أصغر حجماً من الأجيال السابقة واللاحقة له. وُلدت سيدات هذا الجيل ونشأن خلال السنوات الأخيرة من الحرب الباردة، وبلغن أشدهنَّ بعد حرب فيتنام، وشاهدن عاصفة الصحراء على قنوات سي إن إن. لقد ترعرعن في عالمٍ يموج بعدم الاستقرار الاقتصادي والمحلي، وكُنَّ من أوائل «أطفال المفاتيح» الذين كانوا يعودون إلى المنزل بعد انتهاء اليوم الدراسي ليجدوا آباءهم ما زالوا في العمل.

في مقالٍ بعنوان «ما وراء الواجب والالتزام»،¹⁶ حددت شارنا جولدسيكر، خبيرة الأعمال الخيرية، سمات شخصية الجيل إكس كما يلي:

- بما أن الجيل إكس نشأ في عصر الفضائح، وتقليص حجم الشركات، وزيادة معدلات الطلاق ثلاثة أضعاف، فقد تعلموا التشكُّك من كل مؤسسة، سواء الحكومة أو الشركات، وحتى مؤسسة الزواج. ومثل جيل الطفرة، يشعر الجيل

- إكس في كثيرٍ من الأحيان بالتحفيز من خلال قيم إتاحة الفرص والحرية والرحمة؛ أكثر من الواجب والولاء والالتزام.
- بسبب الأعداد الأصغر لهذا الجيل، نادرًا ما يكون هناك أي داعٍ للتنافس على الفرص. قد تحصل بنات هذا الجيل على فرص تَوَلَّى الأدوار القيادية في العشرينيات والثلاثينيات من عمرهن، أو بدء شركاتهن الناشئة الخاصة ومنظماتهن غير الربحية.
 - وعلى الرغم من أن الفكرة النمطية عن نساء الجيل إكس تُشير إليهن بوصفهن «كسولات»، أظهرت التجارب التشغيلية قدرتهن على العمل الدعوب والإبداع والمهارة، عندما يجدن قضيةً تثير اهتمامهن.

كان آباء هذا الجيل أكثر عرضةً للطلاق من الأجيال السابقة، وشهد بعض أبناء هذا الجيل آباءهم يتعرَّضون للتسريح من وظائفهم، واختفى مع الوقت الإحساس بالأمان المرتبط بالحصول على وظيفةٍ مدى الحياة؛ ونتيجةً لذلك، ينزع أبناء هذا الجيل في الغالب إلى الاستقلالية، والتفرد، والإبداع، والاكتفاء الذاتي، كما أنهم يُقدِّرون قيمة الحرية، والمسؤولية، والموازنة بين العمل والحياة الشخصية، إلا أنهم يستمتعون بالمنافسة والتحدِّي كذلك.

العمل الخيري لسيدات الجيل إكس

تُمثِّل سيدات هذا الجيل موجةً جديدةً في مجال العمل الخيري؛ حيث إنهن سيدات ناجحات وصاحبات فكرٍ منفتح. تتميز سيدات هذا الجيل بالتنوع العرقي أكثر من الأجيال الأمريكية السابقة، وفي الغالب يتوافر لديهن القليل من الوقت ويرغبن في قضاء هذا الوقت مع عائلاتهن. وفي استفتاءٍ أجراه صندوق نورثورن تراست¹⁷ عام ٢٠٠٨، تبين أن سيدات هذا الجيل الثريات يُقدِّمن في المتوسط ما يقرب من ضعف الأعمال الخيرية التي قدَّمتها آبائهم. وقد ظهر أنهن أكثر سخاءً فيما يتعلق بوصاياهن وأكثر التزامًا على الصعيدين العالمي والمجتمعي في عطائهن مقارنةً بعطائهن للمؤسسات الكبرى. تمتاز سيدات هذا الجيل بإصرارهن على تكريم أفراد أسرهن وإنشاء إرثٍ دائمٍ لأنفسهن ولأسرهن أكثر من الأجيال السابقة. وقد ساعدت إمكانات سيدات الجيل إكس على العطاء، والحصول على السلطة، بالإضافة إلى حصولهن على أعلى مستويات التعليم، على وضع هذا الجيل في أعلى مراتب السلطة في المجتمعات والمنظمات والمؤسسات.

مقارنة بين الجيل إكس وجيل الطفرة

كما هي الحال بالنسبة إلى سيدات جيل الذروة وجيل الطفرة، من المهم أن تعلم سيدات الجيل إكس أن عملهن الخيري من شأنه أن يُحدث تغييراً نحو الأفضل. وبالرغم من ذلك، تميل سيدات هذا الجيل إلى إمداد العمل الخيري بأموالٍ من دخلهن الشخصي أو من ميراثهن أكثر من العطاء بالمشاركة مع أي فردٍ آخر، سواءً كان زوجاً أو صديقاً. وقد أظهرت الدراسة التي أجرتها شو-هاردي وكارمن ستيفنز عام ٢٠٠٨ تحت اسم «عطاء المرأة: من منظور الأجيال» الفرقَ بين ما تُقدِّمه سيدات الجيل إكس مقارنةً بسيدات جيل الطفرة، كما يلي:

- يتراوح عطاء سيدات جيل الطفرة ما بين ٤ و ٧ ٪ من إجمالي دخلهن، مع استعدادهن للتبرع بنسبةٍ تتراوح بين ١١ و ٢٥ ٪.
- أبدت سيدات الجيل إكس استعدادهن للتبرع بنسبة ١ إلى ٣ ٪ من دخلهن، مع استعدادهن للتبرع بنسبة تتراوح بين ٨ و ١٠ ٪.
- تتوقع سيدات هذا الجيل الحصول على ميراث والمشاركة في العمل الخيري من خلال ثروة عائلاتهم ومؤسساتهن، أكثر من سيدات جيل الطفرة.
- أبدت سيدات جيل الطفرة استعدادهن لمتابعة العمل الخيري بالتعاون مع أزواجهن، على عكس سيدات الجيل إكس ممن يُقدِّمن العطاء من دخلهن الشخصي أو من ميراثهن على التعاون مع أزواجهن وشركائهن في العمل الخيري.
- ترغب سيدات الجيل إكس في تقديم العطاء خلال حياتهن؛ وهو ما يختلف عن سيدات جيل الطفرة اللاتي يرغبن في استمرار العمل الخيري فيما بعد حياتهن مع أطفالهن وأحفادهن.
- تشعر سيدات جيل الطفرة بأنهن يحتجن إلى المزيد من الوقت لفهم الأمور المالية، على عكس سيدات الجيل إكس اللاتي أُشرن إلى رغبتهن في تعلُّم المزيد عن الأمور المالية.
- أشارت سيدات الجيل إكس، بدرجةٍ أكبر من جيل الطفرة، إلى أنهن يَمِلْنَ إلى تقديم العطاء في مجال العمل الخيري على مستوى جيلهن (لأشخاص في نفس الفئة العمرية).

- يزداد تقدير سيدات الجيل إكس للوقت أكثر من المال، فيما أبدت سيدات جيل الطفرة استعدادهن لبذل الوقت والمال على حدٍ سواء.
- سيدات جيل الطفرة من المرجح أن يُقدِّمن العطاء للمؤسسات الكبيرة أكثر من سيدات الجيل إكس.
- لا تمنح سيدات جيل الطفرة في تلقِّي التقدير على ما قدَّمنه علناً، بعكس سيدات الجيل إكس؛ فهن على استعدادٍ لتقبُّل التقدير شريطةً أن يكون الاعتراف به لصالح المؤسسة وأن يحصل كل من ساهم في مساعدة المنظمة على التقدير نفسه.
- لا تهتم سيدات الجيل إكس بالحصول على تقريرٍ لمتابعة عطاءتهن، بينما لهذا الأمر أهمية بالنسبة إلى سيدات جيل الطفرة.
- تهتم سيدات الجيل إكس بالمشاركة في مجال العمل الخيري في مجتمعاتهن الدينية أكثر من سيدات جيل الطفرة.

العمل الخيري لسيدات الجيل إكس

ترى تانيا جونز تيريل، الناشطة في مجال العمل الخيري ومديرة عمليات مؤسسة أسوشيتيد بلاك للأعمال الخيرية، بولاية ميريلاند، أن هناك فارقاً بين الجيلين السابقين من حيث كيفية استثمار سيدات الجيل إكس وقتهن وأموالهن. وتقول تانيا: «أعتقد أن سيدات الجيل إكس يرغبن في المشاركة بالموهبة والقوة بطرقٍ تُفضي إلى تحقيق مخرجات. بالنسبة إلى جيلي، يتلخص الأمر في التركيز على العمل الخيري بالنسبة إلى قضايا معينة؛ فنحن نرغب في قضاء الوقت في المؤسسات التي ندعم قضاياها.»¹⁸

تعزو تانيا الفضل إلى والدتها بوصفها مصدر إلهامها في مجال العمل الخيري قائلة: «لم تُقدِّم والدتي الكثير في مجال العمل الخيري فحسب، بل تعتقد أيضاً أن ما تقوم به ليس مميزاً بشكلٍ خاص. يعتمد كل ما تقوم به من عطاءٍ وتطوعٍ على المشاركة ومساعدة الآخرين.» وعلى الرغم من أن تانيا ووالدتها على استعدادٍ للعطاء لأسبابٍ متشابهة، فإن كلاً منهما تتبع نهجاً مختلفاً، تقول تانيا: «أريد أن أقضي وقتي في العمل على القضايا التي أهتم بها بعمقٍ وبطريقةٍ يكون لها تأثير عميق. ما أقوم به على المستوى المهني يؤكد أسباب خوضي مجال العمل الخيري. هناك الكثير من المحتاجين حول العالم، وليس ثمة أي خيارٍ سوى مساعدتهم بطريقةٍ ما.» إذًا، ما هو الفرق؟ ترى

تانياً نفسها ناشطةً في مجال العمل الخيري وتدرِك ما يصاحب هذا العمل من مسئولية وسلطةٍ وفرصة، في حين أن والدتها لا ترى نفسها من المنظور نفسه.

نشأت كانديس دودسون ريد، مؤسّسة برنامج ٢٥٤٥ بمؤسسة كولومبيا بمقاطعة هاوارد بولاية ميريلاند، في أسرةٍ غرست فيها أهمية بذل الوقت والجهد والمال؛ ولهذا السبب، لم تكتفِ بإعطاء المال فحسب، ولكنها تنوي أن تكون نموذجاً يُحتذى به لابنتها وغيرها. ومع ذلك، فوجهة نظرها عن العطاء وطريقة تولّيها لمسار العمل الخيري تختلف بالكلية عن والدتها.

وتوضح دودسون ريد أوجه اختلافها عن الجيل السابق قائلة: «تولّى والداي دعم منظماتٍ وطنيةٍ كبرى تعمل في مجالي الحقوق المدنية والصحة. بالنسبة إلى جيلي، من المهم أن نرى كيفية تغيير أموالنا للوضع الراهن على الصعيد المحلي. لا أعتقد أنني قد أرغب في إعطاء أموالٍ للمنظمات الوطنية؛ لأنني لن أكون مدركةً لكيفية إنفاقها». وأضافت قائلة: «يرغب جيلي في مشاهدة التأثير الذي يمكن أن تُحدثه أموالنا ووقتنا. يتعلق الأمر بالتعليم، والمشاركة، والوعي، والتواصل، وبناء المجتمع بطريقةٍ منطقيةٍ تلائم أنماط حياتنا ومنظورنا»¹⁹

تمتلك شيري ريد جرانت خبرةً مميزةً في مجال العمل الخيري؛ كونها المدير التنفيذي لمؤسسة عائلة ريد في أوبورن هيلز، بولاية ميشيغان. وعلى الرغم من ذلك، لا تكتفي ريد بخبرتها للاسترشاد بها، وإنما يدفع الشغف والاهتمام هذه السيدة المنتمية إلى الجيل إكس وتُدير تلك المؤسسة الأسرية. تقول ريد: «تحتوي حياتي على الكثير من النعم مثل الحب، والصحة، والثروة، وأودُّ أن أتبرّع كي يصبح هذا العالم مكاناً أفضل». وتضيف قائلة: «عندما أُقدّم العطاء أحصل على الكثير في المقابل، وإنه لشيء ملهم أن نفكر فيما يمكن أن يحدث إذا اتبع العديد من الأشخاص هذا المبدأ»²⁰

تمول مؤسسة عائلة ريد برامج تعليمية تُشجّع الأطفال من خلال التدريب العملي على التعليم. وتركز المؤسسة على المنح الدراسية في مجال الهندسة. وحيث إن والد ريد جرانت هو مؤسس هذه المؤسسة، فقد قضت ريد وقتاً طويلاً في توجيه عطاء المؤسسة للجمع بين اهتماماتها وشغف والدها. تؤمن ريد بوجود فجوةٍ بين الجنسين في مجال العمل الخيري، وأن عطاء المرأة يختلف عن عطاء الرجل، وتؤمن ريد كذلك بقوة المرأة بوصفها قائدة، وترى أن لديها قدرة كبيرة على التعاطف والرحمة. وتمثل نقاط القوة المذكورة آنفاً جزءاً كبيراً من دافعها الشخصي لمساعدة الآخرين، كما أنها تُقدّم دليلاً

استرشادياً لإدارة المؤسسة. وتقول ريد: «العديد من قادة العمل الخيري الذين تعاملت معهم كانوا من السيدات. تمتلك هؤلاء السيدات ثرواتهم الخاصة كما يتمتعن بالضمير والأخلاق، وهن شديداً الاهتمام بالتحوّل، والتغيير، والتأثير؛ ونتيجةً لذلك أصبح أكثر ظهوراً على ساحة العمل الخيري.»

يُعرّف موقع قاموس ديكشنري دوت كوم «العمل الخيري» كما يلي: «الجهد أو الرغبة في رفع مستوى رفاهة البشرية عن طريق المساعدات الخيرية أو التبرعات، حب البشرية بوجه عام، الشخص الذي يمارس العمل الخيري.» وتضيف ريد: «تنطبق جميع هذه التعريفات لكلمة العمل الخيري عليّ تماماً، وأعتقد أنني مارست العمل الخيري بالفعل طوال حياتي.»

إشراك سيدات الجيل إكس في العمل الخيري

إليك بعض الإرشادات المفيدة:

- تحتاج سيدات الجيل إكس إلى خيارات ذات مغزى تُلائم حياتهن، وهن بحاجة إلى تحقيق التوازن بحياتهن. ستفكر المؤسسة الذكية في كيفية الوصول إلى سيدات الجيل إكس من خلال ما يهتمن به في حياتهن. حاول التواصل معهن من خلال مجموعات السيدات الموجودة بالفعل، كما يمكنك أن تدعوهن للمشاركة من خلال بعض حلقات الاتصال العادية مثل نادي الكتاب، أو مجموعات الأمهات، أو المجموعات الرياضية. وسيدات الجيل إكس اللاتي يستطعن الاستفادة من وقت الأسرة ووقتهن الشخصي بالإضافة إلى المشاركة المجتمعية والعمل الخيري من المرجح أن يلتزمن بالمشاركة معك في العمل الخيري.
- هذا الجيل هو أول جيلٍ شهد تدخّل الكمبيوتر والتكنولوجيا بعمقٍ في حياته وتكوينه. تستخدم سيدات الجيل إكس وسائل التواصل الاجتماعي بكثافة، ويتوقعن من المنظمات غير الربحية توفير طرق سهلة لتواصل بعضهن مع بعض ومع المنظمات. تستخدم هؤلاء السيدات التكنولوجيا الرقمية على المستوى الشخصي والمهني، كما يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك ولينكد إن للتواصل. ومن شأن المؤسسات الحصيصة أن تساعد هؤلاء السيدات

- على المشاركة في قضايا تهمهن، في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة لهن، أثناء التواصل مع عائلاتهن. وعملهن، وأصدقائهن عَبْرَ هذه الأدوات الجديدة.
- تختلف سيدات هذا الجيل عن الأجيال السابقة في طريقة معالجتها للعمل الخيري؛ حيث ترغب في المشاركة الفعلية. لا تكتفي هؤلاء السيدات بالتطوع مع المنظمات غير الربحية؛ فهن يرغبن في المزيد. يجب أن تضع في الاعتبار توفير فرص القيام بالرحلات التطوعية والتعليمية لتكون وسيلةً للوقوف على احتياجات المؤسسة. ومن الممكن توجيه الدعوة إلى أطفالهن للمشاركة كذلك.
 - هذا الجيل هو الأكثر تنوعاً من سابقه. وفي حين تتوقع السيدات معاملتهن على قدم المساواة وبالتأكيد ليس بوصفهن أقليات، فقد كانت هناك بعض السيدات الملونات اللاتي فضّلن التواصل على شبكات الإنترنت مع أفرادٍ من نفس مجموعتهن العرقية، مثلما كانت الحال مع مؤسسة التغيير في بالتي مور.
 - تهتم سيدات الجيل إكس بالقيادة وفرص التواصل مع شركاء العمل أثناء صعودهن السلم الوظيفي أو أثناء قيامهن بتطوير مشروعاتهن الخاصة. وتبحث سيدات هذا الجيل عن دمج مشاركاتهن المجتمعية مع عطائهن في المجال الخيري، كما تسعى السيدات للربط بين العمل والشبكات في مجاليّ العمل الخيري والمشاركات التطوعية، بالإضافة إلى التواصل مع سائر سيدات هذا الجيل في مجال العمل، والحصول على فرص القيادة والتأثير في إطار العمل.

(٦-٣) سيدات الجيل واي

ليس من الغريب أن يكون عطاء سيدات الجيل واي (مواليد الفترة ما بين ١٩٨١ و١٩٩٩) أقل من عطاء سائر الأجيال؛ فهذا الجيل هو الأصغر سنّاً ولا يمتلك الموارد المادية التي توافرت للأجيال السابقة.

وفقاً للأبحاث،²¹ تستمر سيدات هذا الجيل في العمل طوال حياتهن حتى بعد تكوينهن أسرة. وعلى الرغم من ذلك، تتوق سيدات هذا الجيل إلى الوصول إلى التوازن في جوانب حياتهن، والتركيز على تحقيق التوازن بين حياتهن المهنية وعائلاتهن، وتحقيق إنجازاتٍ على صعيد حياتهن الشخصية. شاهد العديد من سيدات هذا الجيل أداء الأجيال السابقة من الأمهات العاملات، وكُنَّ على يقينٍ بأنهن سيتوصّلن إلى طريقةٍ أفضل لتحقيق التوازن.²² في جميع الأحوال، من المتوقَّع أن تُعيد سيدات هذا الجيل وضع قواعد اللعبة،

والإعراب عن أنهم يرغبون في الحصول على ما هو أكثر من مجرد وظيفة؛ إذ يرغبون في الحصول على مهنةٍ تثير شغفهم.

العمل الخيري لسيدات الجيل واي

تبحث سيدات الجيل واي عن إيجاد معنىٍ لحياتهن، ويكافحن لإيجاد معنىٍ لعطائهن. وتُدخل هؤلاء السيدات العمل الخيري والممارسات الوطنية إلى حياتهن بطرقٍ لم تحلم بها الأجيال السابقة. تقول شارنا جولدسيكر: «ترى سيدات الجيل واي العالم بطريقةٍ مختلفةٍ من خلال تجاربهن الحياتية. تجري الأمور في مجتمعهن بشكلٍ مختلف، وليس بالضرورة من خلال مجموعات كيوانيس ولكن من خلال التكنولوجيا؛ ولهذا السبب هناك شعور مختلف بالترابط».²³

ويسري هذا الشعور المختلف بالترابط عَبرَ كل المجالات من العائلة، والأصدقاء، والزملاء، والرفقاء، والمؤسسات الكبيرة والمحلية. ولا يقتصر المجتمع هنا على المجتمع الجغرافي فحسب، فتستخدم سيدات الجيل واي التكنولوجيا لبناء المجتمعات المتعلقة بالقضايا موضع اهتماماتهن وربطها، خاصةً في مجال العمل الخيري. وتركز سيدات هذا الجيل على القضايا ذات الأهمية، بالنسبة إليهن، مع المشاركة والعطاء في الوقت ذاته باستخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي. ويساعد هذا الشعور الجديد بالترابط على تحقيق رغبة هؤلاء السيدات في تحقيق التوازن.

وبالرغم من البداية المتواضعة لسيدات الجيل واي، إلا أنهم يبدأون بدايةً مبكرةً دون أدنى شك. في آخر عامٍ لها في الجامعة، قرّرت سارة أزوت، إحدى طالبات السنة النهائية بجامعة براون، أنها ترغب في فعل شيءٍ يحمل معنىً لها؛ فقامت بجمع التبرعات من أجل صندوق أكيومن، وهي منظمة ذات أهميةٍ بالنسبة إليها تُركز على توفير المواد والخدمات الضرورية مثل الخدمات الصحية، والماء، والإسكان، بأسعارٍ معقولةٍ من خلال طرقٍ مبتكرةٍ تركز على السوق. تهتم أزوت بالمساحة التي تجمع بين مجالي المال والتنمية، وعندما بحثت عن وسيلةٍ مبتكرةٍ للتواصل مع أبناء جيلها عَبرَ رسالةٍ ذات مغزىٍ وعبر توفير فرصٍ سهلةٍ للتبرع، توجهت إلى تكنولوجيا التواصل الاجتماعي. تقول أزوت: «وسائل التواصل الاجتماعي هي كل ما نحتاج إليه هذه الأيام.» مضيئةً أنها ليست معجبةً بالعمل الخيري التقليدي وأنها لن تُردَّ على أي خطاباتٍ ولن تُرسل أي رسائلٍ لطلب الأموال.²⁴

أرسلت أزوت رسالةً عبر فيرست جيفينج، وفيسبوك، وأصدقائها في الجامعة تبدأ كالتالي: «أحاول أن أجمع مبلغ ١٠٠٠ دولار من أجل صندوق أكيومن خلال ال ٢٤ ساعة القادمة. وأودُّ أن أفعل ذلك عَبْرَ دعوة ١٠٠ فردٍ للتبرُّع بمبلغ ١٠ دولارات. لا أعلم الكثير عن الوضع الاقتصادي، ولكنني أعلم أننا في حالة رُكود. وعلى الرغم من ذلك، لا تزال أسعار الوقود منخفضة، وبإمكاننا تحمُّل المصروفات الدراسية، وما زلنا بصحة جيدة وسعداء. إلا أن هذا ليس هو الحال بالنسبة إلى الجميع.» ولم تكنفِ أزوت بتحقيق هدفها فَحَسْبُ، لكنها فعلت ذلك أيضًا كبدائية حملة لجمع ١٠ آلاف دولار.

تطلق سان فرانسيسكان كريستين والتر على نفسها لقب فاعلة خير. ولكن بالنسبة إليها، يمثل عمل الخير شراكةً أكثر من كونه إحساناً.²⁵ يؤمن هذا الجيل من السيدات بأن العطاء لا يعني مساعدة الآخرين، ولكن بالأحرى التعاون من أجل الوصول إلى عالم أفضل. تقول أزوت إن العمل الخيري يعني الكثير.

والتر هي مؤسّسة حركة فيل جود، وهي مبادرة اجتماعية مبتكرة تخاطب طلبة الجامعة، وتدعوهم للتركيز على قضايا نقص الغذاء العالمي وأن يصبحوا مواطنين عالميين، وقادةً مسئولين اجتماعياً، وروّاد أعمال. وتؤمن والتر بأن جيلها لديه الرغبة في أن يُحوّل ممارسة العمل الخيري إلى أسلوب حياة، وتقول: «أستطيع أن أرى ذلك من الملابس التي نرتديها، والطعام الذي نتناوله، والوظائف التي نعمل بها، وكيفية التعبير عن ترابطنا من خلال الأفكار الرائدة؛ فالأمر يتخطى قضية الخصم الضريبي.»

ترى والتر أن أعضاء منظمة فيل جود مستثمرون، وتمثّل شبكات التواصل الاجتماعي عنصراً مهماً من عناصر عمل المؤسسة. قامت المؤسسة في عامها الأول بجمع مبالغ وصلت إلى ١٠ آلاف دولار عن طريق فيسبوك، كما جاء جزء من التبرعات الكبيرة من أفرادٍ سمعوا عن المؤسسة من خلال الحديث مع الآخرين أو من خلال الجهود المبذولة. وترى والتر أن الآخرين سوف ينخرطون في المؤسسة بالجهود حتى يصبح العمل الخيري أمراً شخصياً، ويُعبّر عن رؤيتهم، ويتحوّل إلى جزءٍ لا يتجزأ من حياتهم. ولتحقيق هذه الغاية، تقول والتر إن شبكات التواصل الاجتماعي توفر تكاملاً لطيفاً بين عالم الإنترنت والعالم الخارجي، كما توفر وسيلةً لتكوين مجتمعٍ متواصلٍ عبر الإنترنت وخارجه.

وتؤمن والتر، كونها من سيدات الجيل واي الناشطات في العمل الخيري، بأن وجود العلاقات والمشاعر المترابطة أمرٌ مهمٌّ للسيدات ومتأصلٌ بهن، وأنه كان حافزاً لها

ولمارستها الخيرية. وتضيف قائلة: «لقد أدخلت التغيرات الاجتماعية من خلال الترابط في حياتي، وقد أمدتني التجربة بالقوة في حياتي. إنها تجربة متكاملة للغاية بالنسبة إليّ.»

تبدو جذور العمل الخيري بالنسبة إلى ميليسا مادزيل، من نيويورك، واضحة عندما ترجع بذاكرتها إلى الورا لتتذكر جدها الذي اعتاد أن يضع في يدها بعض الأموال لتتبرع بها للكنيسة؛ حيث كان يهدف إلى تعليمها في سن مبكرة أن أي شخص يمكنه أن يحدث تغييراً ويُعطي الآخرين، مهما كان صغير السن أو يمتلك القليل من الأموال.

لا ترى مادزيل نفسها من ناشطات العمل الخيري بالصورة التقليدية، ولكنها تشير إلى أنها تعطي من وقتها ومالها قدر ما تستطيع. تُقدّم مادزيل معظم تبرعاتها عبر الإنترنت، الذي يُعدُّ في نظرها أهم صور التكنولوجيا في جهود العطاء. تقول مادزيل: «من السهل معرفة القضايا التي تتجاوز حدود منطقتكم ومساندتها، ويرجع الفضل في ذلك إلى التكنولوجيا الحديثة والعولة.»²⁶

تعتقد مادزيل أن التجربة الشخصية هي أفضل طريقة لإشراك المانحات من الجيل واي. تقول مادزيل: «فرص التطوع، على الرغم من صعوبة تنسيقها في المنظمات غير الربحية، تُقدّم للمانحين المحتملين تجربة شخصية سوف تصاحبهم خلال مراحل اتخاذ قرارات تخص عملهم الخيري. ويتطلب ذلك أن تستخدم المنظمات غير الربحية طرقاً مبدعة ومدروسة بعناية لتنفيذ تلك البرامج مع الجهات المانحة.»

إشراك سيدات جيل الطفرة واي في العمل الخيري

إليك بعض الأفكار الجديدة التي تصلح نقطة انطلاق:

- «تسعى سيدات الجيل واي إلى تحقيق التوازن في جميع جوانب حياتهن»: وتحظى المنظمات بفرصة النظر إلى هؤلاء السيدات من منظورٍ جديدٍ وإيجاد وسائل مجدية وجذابة لإشراكهن وفقاً لشروطهن وبطرق تتوافق مع رغبتهن في تحقيق التوازن بين أسرهن ووظائفهن والتزاماتهن المجتمعية.
- «لا تُجدي بعض الرسائل التقليدية التي تستخدمها المنظمات غير الربحية نفعاً مع سيدات الجيل واي»: فهذا الجيل لا يجد الرسائل التي تشير إلى أن العمل الخيري يعود بالنفع على المجتمع، واستبدال أو استكمال دور الحكومة التمويلي،

والمساعدة على توفير الاحتياجات الأساسية؛ مثيرةً للاهتمام. على العكس، يتردد صدى بعض الكلمات مثل التأثير والمرح طويلاً في أذان أفراد هذا الجيل. وعلى الرغم من أن هذه الكلمات تعكس مفاهيم مختلفة، فإنها تصف مزايا العمل الخيري التي تتوافق مع رغبات سيدات هذا الجيل في تحقيق التوازن والوصول إلى معنى حياتهن.

• «قد تكون موارد المتبرعات من سيدات هذا الجيل غير مستغلة»: تشير الأبحاث إلى أن هذه هي المشكلة؛ فالعديد من سيدات الجيل واي قادرات على العطاء ومستعدات لتقديمه، إلا أن المنظمات غير الربحية لم تحاول التواصل معهن نظراً لانخفاض سقف توقعاتهم فيما يتعلق بقدرات تلك الفئة. وعلى تلك المنظمات أن تنظر إلى المستقبل وتدعو هؤلاء السيدات للمشاركة في العمل الخيري الآن. تبحث سيدات هذا الجيل عن سُبُلٍ للعطاء، وحتى لو كانت مشاركتهن محدودة في الوقت الحالي، ستكون بدايةً رائعةً للعلاقات المستقبلية الطويلة الأجل.

• «تهتم سيدات هذا الجيل بالتغيير الاجتماعي ويرغبن في المشاركة في جهود العطاء»: وتتميز هؤلاء السيدات بالقدرة على قيادة المشروعات، والشغف، والاستعداد لإحداث تغييرات اجتماعية في جميع المجالات بما في ذلك رؤية سيدة أمريكية تتولّى سُدّة الحكم في البلاد. ويمكن أن تدعم رغبتهن في العطاء أحلامهن وتطلعاتهن، وسوف يأتي التغيير من خلال استثماراتهم الخيرية في مجال التغيير الاجتماعي. سوف تأخذ مشاركة سيدات هذا الجيل وشغفهم بريادة المشروعات العمل الخيري إلى مستوى جديد.

• «تشعر سيدات هذا الجيل بالراحة عند استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة»: فالتكنولوجيا وشبكات التواصل الاجتماعي تُشكّل جزءاً من حياتهن، ويجب هذا ذلك في الاعتبار عند التعامل معهن.

ويشرح موقع على الإنترنت يُدعى «تكنولوجيا المنظمات غير الربحية، النسخة الثانية: دليل وسائل التواصل الاجتماعي للمنظمات غير الربحية» (<http://nonprofitorgs.wordpress.com/>) بعض الخصائص الأساسية المميزة لسيدات الجيل واي اللاتي يملنّ إلى استخدام تكنولوجيا وطرق إشراكهن.²⁷ ولا تكفي سيدات الجيل واي بالبحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت، بل يسعين للمشاركة بأرائهن وخبراتهم وأفكارهن

من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، مثل المدونات، وفيسبوك، وتويتر. لخدمة أغراض العمل الخيري، كانت شبكات الويب، النسخة الأولى، موجهة لمن لا تتجاوز أنشطتهم القراءة على شبكة الإنترنت، أما النسخة الثانية من الويب، فمخصصة لمن يقرءون ويكتبون ويشاركون من خلال شبكات الإنترنت. يمثل العطاء عبر شبكات النسخة الثانية من الويب وسيلةً مرحهً اعتمدها أفراد الجيل واي. وتواصل المؤسسات غير الربحية تعزيز وتحديد المشاركات والمتبرعات عبر شبكات الويب، النسخة الأولى، ولكن يجب أن نعترف أن هناك جيلاً جديداً من المتبرعات مختلفاً تماماً عن سابقه؛ ولذا يجب أن يكون نهج التواصل معهم وإلهامهم وطريقة شكرهم مختلفة ومميزة أيضاً.

- بمجرد أن تبدأ سيدات الجيل واي في ممارسة العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يكون من الصعب أن يُعدنَ إلى النسخة الأولى من الويب.
- لا ترغب المانحات اللاتي يستخدمن النسخة الثانية من الويب في الحصول على دعاية مطبوعة، بل يرغبن في الحفاظ على الموارد؛ ومن ثم لا يرغبن في الحصول على خطاب شكر مطبوعٍ مقابل التبرع عبر شبكات التواصل الاجتماعي بقيمة ١٠ دولارات؛ فقد نضجت سيدات هذا الجيل في زمن يسوده الاهتمام بالاستقرار والتوفير؛ ما يؤثر على طريقة عطائهن والطريقة التي يرغبن في التواصل بها. إلا أنهن يرغبن في سماع عبارات الشكر والمديح، وحال التبرع في المنتديات العامة يرغبن أيضاً في أن تُوجّه إليهن عبارات الشكر.
- في الغالب، تُقدّم هؤلاء المتبرعات عنوان بريدهن الإلكتروني فقط، ولا يرغبن في تسجيل عنوانهن البريدي. تحتاج المؤسسات غير الربحية إلى التركيز على التواصل عبر وسائل الاتصال الإلكترونية، مثل النشرات الإلكترونية؛ فقد تكون هذه هي الطريقة الوحيدة للتواصل ورعاية المانحات على النسخة الثانية من الويب خارج مواقع التواصل الاجتماعي.
- تقدم سيدات هذا الجيل التبرعات بمبالغ متواضعة، بل وفي كثير من الأحيان يُقدّمن تبرعاتهن إلى العديد من المنظمات غير الربحية التي لم يعرفنها إلا عبر شبكات التواصل الاجتماعي. إذا لم تكن تلك المنظمات غير الربحية موجودة على تلك المواقع الإلكترونية فلن تصل إلى نساء هذا الجيل.

لا تتباطأ في التواصل مع بنات هذا الجيل. تقول كريستين والتر: «تبحث سيدات جيل الطفرة واي عن طرقٍ للمشاركة في العمل الخيري بفاعلية.»

(٤) معلومات سريعة

نعتقد أن الجانب الأكثر إثارة للاهتمام في مجال العمل الخيري النسائي هو الاختلافات بين الأجيال. تميل السيدات إلى تعريف أنفسهن من خلال الجيل الذي ينتمين إليه. في العروض التقديمية ومجموعات النقاش وورش العمل التي عقدناها على مدى العشرين عامًا الماضية، أثرت قضية اختلاف الأجيال على السيدات أكثر من أي قضية أخرى. عندما ترى المرأة نفسها في إطار جيلٍ بعينه، يزداد فهمها لمكانتها وماهيتها وكيفية ربط تلك المعرفة بالعمل الخيري.

وعلى الرغم من أن هناك العديد من أوجه التشابه في مجال العمل الخيري، غالبًا ما ترتبط بالمعايير الستة والمعايير الثلاثة الإضافية التي تُعبر عن دافع المرأة للعطاء (انظر الفصل الرابع)، تشعل هذه الاختلافات شرارة الفكر وتبدأ الحوار بين النساء، خاصة في قضايا الإشادة بالمتبرعات وتبرع الأزواج.

نستمتع برؤية اللمة التي تُضيء عيون السيدات في امتنانٍ ووعيٍ حال عرض قضية اختلاف الأجيال أو رفع وعي المتبرعات كما هو مبين بالفصل الثامن. يمكننا أن نستمع إلى صوت عقلها إذ تفكر قائلة: «أخيرًا، حُزتُ الاهتمام الواجب بوصفي إنسانةً جديرةً بالتقدير تختلف عن الرجال، ليس هذا فحسب، بل ومختلفة عن السيدات الأخريات كذلك. نكتسب أهميتنا من اعتماد الآخرين علينا لتقديم رأس المال اللازم، واللاحق بركب العمل الخيري، والمساعدة في تغيير العالم ليصبح مكانًا أفضل.»

الجزء الثالث

التواصل مع النصف الآخر

الفصل السادس

مستقبل المؤسسات غير الربحية: التنمية مع مراعاة الفوارق بين الجنسين

حرّي بنا أن نتأكد من أن قيادة الخريجين لدينا تعكس التركيبة السكانية لهيكل الخريجين. ويجب ألا نقلل من أهمية هذا الشأن؛ فنحن على وشك إطلاق أعظم مواردنا — التغيير الأكبر في التعليم العالي — منذ العصور الوسطى. وينبغي أن نمتلك البراعة للتعامل مع هذه التغيرات. ويتسم هذا الأمر بالصعوبة عندما تكون استجابة الجامعات بطيئة؛ فنحن دائماً في سباق مع الزمن. وقد آن لنا أن نستيقظ ونعيد التفكير في طريقة إدارتنا لشئوننا.¹

أبريل هاريس، جامعة ألاباما-هانتسفيل

تُمثل المرأة في الوقت الحالي ٥٠٪ على الأقل من جمهور غالبية المؤسسات غير الربحية. ومن المتوقع أن تصبح المرأة هي الجمهور المهيمن في بعض المؤسسات في المستقبل؛ نظراً للعدد الكبير من الطالبات اللاتي يحصلن على تعليم عالٍ. وسواءً تولى إدارة عمليات التنمية متطوعون أو محترفون، يجب أن تراعى الفوارق بين الجنسين لضمان دعم المرأة. لا ريب أن النساء مختلفات فيما بينهن، غير أن هذه الخطوات بمنزلة مبادئ أساسية جيدة للتنمية تنطبق على النساء، وربما تُحقّق نجاحاً مع الرجال كذلك.

وسوف نغطي هنا مبادئ مراعاة الفوارق بين الجنسين في عملية التنمية، ثم نركز على كيفية النجاح مع النساء اللاتي يُقدّمن أنواعاً مختلفة من المنح. وقد شرعت المتطوعات ومسؤولات التنمية في تطبيق مبادئ تنمية العمل الخيري لدى المرأة، في حين يُطبّق المتطوعون ومسؤولو التنمية من الرجال الآن مفاهيمهم الخاصة فيما يتعلق بمجال

العمل الخيري؛ ولهذا السبب، أجرينا مقابلاتٍ مع كلِّ مع الرجال والنساء في هذا الفصل. لقد دخل موضوع العمل الخيري النسائي في مسار الفكر الخيري على مدار السنوات القليلة الماضية بصفةٍ خاصة، بعد أن ظهرت نتائج النظريات المتعلقة بهذا الشأن.

(١) من أين نبدأ

بعد أن وصلت في قراءة هذا الكتاب إلى هذا الحد، قد تكون الآن مستعداً لبدء برنامج، أو على الأقل إلقاء نظرة ثاقبة على ما هو مطلوب لجذب مزيدٍ من المتبرعات. فمن الواضح أن المرأة لديها الإمكانيات والرغبة في العطاء، ولكن من أين نبدأ؟

(١-١) إنشاء مجموعة ملتزمة بأداء رسالة

أولاً: سوف تحتاج إلى مجموعةٍ من النساء اللواتي بالرسالة (والرجال الداعمين) تُكرِّس نفسها على مدى فترةٍ زمنيةٍ تتراوح بين ثلاث وخمس سنوات على الأقل لإحداث تغييرٍ في المنظمة؛ حيث يحتاج الكثير من هياكل عمليات التنمية شهوراً أو أعواماً للتنفيذ. والصفات الأساسية لضمان استمرار التغييرات التي ستقوم بإجرائها هي الصبر، والمثابرة، والشغف بالموضوع محور الاهتمام.

ومتى تم اختيار هؤلاء الأفراد الذين أظهروا اهتماماً وتفانياً (أو قاموا هم بترشيح أنفسهم)، يتعين القيام بمراجعةٍ لأعمال المؤسسة. وبصرف النظر عن حجم عملية التنمية التي تقوم بها، تتضمن كافة أشكال جمع التبرعات نفس العناصر الأساسية التي تحتاج إلى تصويبٍ عندما يتعلق الأمر بالنجاح في الوصول إلى المرأة.

(٢-١) إجراء تحليل إحصائي لمفردات برنامج التنمية

كم تبلغ أعداد المتبرعين من النساء والرجال؟ ما مقدار المال الذي يدفعونه وعلى أي مستوى؟ يجب إجراء هذه الإحصاءات على مختلف مستويات العطاء وعلى مدار عمر قاعدة البيانات الخاصة، أو على الأقل بالنسبة إلى السنوات الخمس السابقة.

ستبدأ اتجاهات معينة في الظهور. فعلى سبيل المثال، قد تكتشف أن النساء يُقدِّمن العطاء عند أعلى وأقل مستويات العطاء وينسب أكبر أو مكافئة لما يُقدِّمه الرجال. كان هذا هو الاتجاه السائد في مؤسسة جامعة ويسكونسن على مدى عشرين عاماً. ومع ذلك،

لا تتبرع النساء بنفس المبالغ وبنفس الأعداد مقارنةً بالرجال في نطاق شرائح المبالغ المتوسطة. وتُخبرنا هذه البيانات بالكثير عن العادات المتعلقة بنمط العطاء عند المرأة؛ فالعديد من النساء يندرجن ضمن المتبرعات الدائمات تحت مستوى ١٠٠ دولار، ثم يُقدِّمن منحةً كبيرةً في فتراتٍ تاليةٍ من حياتهن، أو من خلال خطط توزيع ممتلكاتهن. قد تكون إحصاءات العطاء لديك مختلفة، ولكنها ستعطي مفاتيح عن الموضوع حيث تحتاج التأكيد على الأنماط الحالية للعطاء أو تعزيزها وتوسيعها. على سبيل المثال، يُشدّد برنامج العمل الخيري النسائي في مؤسسة جامعة ويسكونسن على إعلان النساء عن المنح التي يعتزمن تقديمها أثناء فترة حياتهن، بدلاً من تشجيع المنافسة مع الرجال فيما يخص التبرع عند المستويات المتوسطة. ويمكننا تشجيع المرأة على العطاء أثناء حياتها، ولكنها إذا اطمأنت أكثر إلى تقديم بعض المنح الكبيرة أثناء حياتها، تاركةً منحتها النهائية لخطّة توزيع الممتلكات، يتعيّن عليك الانطلاق من هذه العادات في العطاء وتنميتها لصالح المنظمة.

(٣-١) تطوير خطة مبدئية

في وثيقة التخطيط، ينبغي تحديد قدرات النساء، والأنماط الحالية لعطائهن، وتحليل الأسباب التي تقف وراء اعتقادك بأن التغيير سوف يؤثر بصورةٍ إيجابيةٍ على نتائج حملات جمع التبرعات.

ينبغي أن تُعبر وثيقة التخطيط المبدئي عن افتراضك حول مواطن العقبات التي تُواجه النساء عند التبرع لمنظمتك. سأل نفسك: ما هي العقبات المعروفة التي تصادفها النساء عند تقديم العطاء لمنظمتك، وكيف يمكن أن تتغلب عليها؟ كيف تُحدّد موضع هذه المشكلات؟ انظر إلى دورة التنمية وحدّد كيف تجعل طريقة التشغيل مقبولةً لدى النساء عند كل مرحلةٍ من الدورة، وهذه المراحل هي: التعريف، والتشجيع، والطلب، والامتنان، والإدارة المسؤولة. ولتيسير اكتشاف الوسائل المناسبة التي يمكن لمنظمتك من خلالها أن تعمل على تحسين العمليات المهنية، يجب جمع المعلومات من السيدات مباشرةً.

تحتاج كذلك إلى إجراء مراجعةٍ داخليةٍ لكل خطوةٍ من خطوات عملية التنمية، ولك الحرية في جمع المعلومات من المتبرعات قبل المراجعة أو بعدها؛ غير أن البحث على أرض الواقع مع متبرعاتٍ فعليّاتٍ للمنظمة من شأنه أن يدعم عملية التغيير التي تدعو لها

على نحو أكثر فاعلية ودقة. علاوةً على ذلك، تُعدُّ عملية جمع المعلومات خطوةً ممتازةً لتشجيع النساء على التبرع.

(٢) مبادئ مراعاة الفوارق بين الجنسين في عملية التنمية

تسري مبادئ مراعاة الفوارق بين الجنسين في كل مرحلةٍ من مراحل عملية التنمية: التعريف، والتشجيع، والطلب، والامتنان، والإدارة المسؤولة. ولا يُعدُّ هذا القسم مقدمةً تمهيديةً عن التنمية، بل هو بالأحرى ملخّص لما يجب انتهاجه مع المراة بصورةٍ مختلفة.

(١-٢) التعريف بواسطة طاقم العمل

مع تطور إدارات البحث المتعلقة بالعملاء المحتملين، وكذا المقاييس المهنية التي صممتها المنظمات ذات العضوية، مثل اتحاد الباحثين الواعدين من أجل التقدُّم، أصبحت المناهج والأنظمة أكثر إدراكًا للفروق بين الجنسين. حتى في المنظمات الصغيرة التي لا يوجد بها باحثون، ترك اتحاد الباحثين الواعدين من أجل التقدُّم أثرًا كبيرًا في هذا المجال عن طريق تأسيس مجموعاتٍ للمهارات المهنية، وقوائم بأخلاقيات المهنة، ومناهج تدريب أساسية، وأنماط أخرى من برامج التنمية المهنية من أجل الارتقاء بوسائل الباحثين المعاصرين في التفكير في أعضاء المنظمة وإشراكهم في الأنشطة.

ما هي هذه المقاييس والممارسات؟ تقول إليزابيث كرابتري، رئيس اتحاد الباحثين الواعدين من أجل التقدُّم ومدير التنمية المستقبلية بجامعة براون، إنه سواءً قمت بتحديد الفرص الواعدة بنفسك أو اعتمدت على إدارة البحث، فإنه يتعيَّن اتِّباع بعض الإجراءات الأساسية لإشراك المراة.²

بصفةٍ خاصة، عند إجراء بحثٍ حول امرأةٍ متزوجةٍ أو مرتبطة بعلاقةٍ ما، ينبغي التأكُّد من إجراء بحثٍ على الزوج أو الشريك؛ ففيما يتعلق بالمتزوجين، لم يُعدَّ من المقبول التركيز على الخلفية التَّجارية، والثروة، والاهتمامات الخيرية للرجل الذي (يُفترض أن) يرأس البيت فَحَسْبُ. واليوم، في كثيرٍ من الحالات، تتولَّى المراة شؤون البيت، أو تشغل وظيفة مربحة مثل الرجل، بالإضافة إلى ممتلكاتٍ منفصلة ومشاركة، واهتماماتٍ خيرية مستقلة. بالإضافة إلى ذلك، فإن الشركات المتميزة في مجال استشراف المستقبل والتنقيب عن البيانات سوف تكشف عن معلوماتها حول دور الرجل والمراة في البيت. لقد تم

تحديد المزيد من المتبرعات نتيجةً لمثل هذه التطبيقات البحثية التي أظهرت أن رغبة المرأة في التبرع في المجالين السياسي والخيري، بالإضافة إلى كونها مديرة، وعضو مجلس إدارة، وقائدة للعمل التطوعي، ولها ممتلكاتها الخاصة.

كما يجب التأكد من أن نظام قاعدة البيانات مصمّم لجمع المعلومات عن الحسابات المشتركة أو الأسر بطريقةٍ ملائمةٍ ومتوازنةٍ وربطها ورفع تقارير بها؛ ما من شأنه أن يساعد جامعي التبرعات على تذكّر أهمية واهتمامات شريكي البيت عندما يُعدّون العُدّة لزيارتها. وتقول كرابرتي: «حتى في الأسر التي يكون فيها الرجل هو المصدر الأساسي للرزق وصاحب الممتلكات، تؤدي المرأة عادةً دورًا مشاركًا في أي قرارات تتعلق بالعمل الخيري. وفي كثيرٍ من الحالات، تقود المرأة المساعي الخيرية.»

ووفقًا لروبرت شارب، مستشار المنح المخططة، يُعدّ عدد الأطفال إحدى العلاقات المؤثرة الكبرى فيما يتعلق بالعتاء.³ عندما تتساوى الضوابط الأخرى، تزداد قدرة الأسرة على المساهمة كلما انخفض عدد الأطفال؛ فالأفراد الذين ليس لديهم أطفال أكثر قابليةً لتقديم منحٍ من ممتلكاتهم. ومع ذلك، ينطبق هذا المبدأ أكثر على المتبرعين في نطاق التبرع المتوسط والمنخفض مقارنةً بالأسر الشديدة الثراء؛ فكلما زاد ثراء الأسرة، زادت احتمالات قدرة الآباء والأمهات على الاحتفاظ بالمبلغ الذي يؤدّون تركه لأولادهم، بينما يوجّهون أي زيادةٍ للأغراض الخيرية.

(٢-٢) التعريف بواسطة المتطوعين

ابحث عن وسائل غير رسمية وشخصية للحصول على معلومات من المتطوعين حول المتبرعات المحتملات. اطلب منهم مراجعة قائمة الداعمات المحتملات وتقديم معلومات عن قدرتهن ورغبتهن في العطاء. غالبًا ما يتم التعرف على النساء اللاتي لا يعملن خارج البيت فقط من خلال شبكات التطوع غير الرسمية. ومن السبل التي تتسم بالود والحفاظ على السرية عقد جلسات شخصية فردية مع المتطوعين للوقوف على معلوماتهم فيما يخص الداعمات المحتملات.

(٣-٢) التحية: شكاوى المرأة الأكثر تكرارًا

من أكبر المشكلات التي تواجهها المرأة هي طريقة مخاطبتها؛ ففي بداية استخدام الحاسب الآلي في تسجيل البيانات، كان يتم تطبيق قواعد عتيقة فيما يتعلق بالمرأة. ومع الوصول إلى ثمانينيات القرن العشرين، كانت بعض النساء المتقدمات في السن ما زلن يرغبن في مخاطبتهن بالسيدة جون جونز بدلاً من سالي جونز، على سبيل المثال، فكانت الرسالة غالبًا ما تبدأ على النحو التالي: السيد والسيدة جونز الأعزاء.

إلا أن الزمن تغير، وأصبحت معظم النساء لا يُفضّلن استخدام لقب السيدة فحسب، بل ويُفضّلن كتابة أسمائهن — مثل جون وسالي جونز — على ظرف الخطاب وأعلى الخطاب نفسه كذلك.

ولم يتم حسم التحديات الحديثة بشأن مخاطبة النساء عن طريق رسائل البريد الآلية؛ لذا يجب على الأخصائيين من البشر أن يتخلصوا من الانحياز إلى الجنس في قواعد البيانات التي يستخدمونها. لقد أحجم الكثير من النساء عن الاستجابة للمنظمات لأن التحية لم تكن بالشكل الذي يُردّنه؛ فالمرأة أكثر حساسية لهذه المسألة مما قد نظن. ينبغي إعداد منظومتك في ضوء هذه الملاحظات، وإذا أُتيحت لك فرصة القيام بدراسة استقصائية عن المتبرعات، فلا ريب أن موضوع التحية جدير بأن يُدرج بها.

ثمّة قضية أخرى تتلخّص في أنه عندما تقوم المرأة بتقديم منحة، يكون هناك اتجاه لربط الزوج بالمنحة. وعندما يقوم الرجل بتقديم منحة، ففي الغالب لا يكون هناك اتجاه لربطها بشريكته. وفي حالة ما إذا أقدم كلاهما على تقديم منحة، فقد لا يربط طاقم العمل بين السجّلين؛ ما قد يتسبب في تشوّه الإحصائيات. يعود نسبة الفضل بشأن تقديم المنحة لشخص أو لآخر إلى التفضيلات الشخصية، وقد يتجه التحيز التقليدي إلى اختيار الرجل. قد تجعل هذه المشكلات، المتعلقة بنسبة الفضل والتسجيل، من الصعب إجراء قياس صحيح لعطاء المرأة أو نجاح برامج العمل الخيري النسائي.

وقد ظهرت الحاجة إلى تغيير هذه الأشكال من التحيز مع أولئك النسوة اللاتي وصلن إلى سنّ الرشد في منتصف ثمانينيات القرن العشرين. هل يعكس نظام الحاسب الآلي لديك حقيقة هذه الأولويات عند المرأة؟ سل المرأة عما إذا كانت ترغب في أن يُنسب إليها الفضل بالاشتراك مع الرجل. فالنساء — خاصة أولئك اللاتي ينتمين إلى جيل مواليد الطفرة أو الأصغر سنًا — قد يرغبن في أن يتم تقديرهن بصفة فردية وعدم توجيه ثناء مشترك عن كل منحة يقدمنها.

(٣) تشجيع اهتمامات المرأة

نبدأ بفحص اتصالاتك عن كتب، ثم تغطية مراحل الطلب، والامتنان، والإدارة المسئولة.

(١-٣) الاتصالات

إحدى الوسائل الضرورية لجذب اهتمام المرأة هي سبل الاتصال، سواءً الورقية المكتوبة، أو من خلال شبكة الإنترنت، أو عن طريق البريد الإلكتروني. يجب إجراء دراسة تحليلية لمحتوى إصداراتك. تصفح نشرتك الأساسية واحصر عدد المقالات التي كُتبت عن الرجل والمرأة خلال السنوات الثلاث الماضية، واحصر عدد الصور التي توضح المرأة وهي تؤدي دورًا قياديًا؛ فالمرأة تحب الوجوه البشرية، والعلاقات الشخصية، والاتصالات. وكما تقول نانسي ميد: «أريد أن أرى الوجه البشري الذي تؤثر عليه منحتي»⁴.
إن استخدام اللغة من المفاتيح الأساسية لجذب اهتمام المرأة، وكذا طريقة الطلب. تجنّب مصطلحات البيع في كافة اتصالاتك، سواءً كانت مطبوعة أو شفوية، حتى داخل المنظمة. يجب التأكد من إمكانية اطلاع المتبرعة على جميع اتصالاتك الداخلية.

تحليل المحتوى بما يحقق الفائدة

غيرت منظمة لوثر للخدمات الاجتماعية في ويسكونسن وشمالًا ميشيجان تمامًا من برنامج الاتصال الخاص بها؛ ففي أحد المؤتمرات التي نظّمها اتحاد لوثر لمديري التنمية التنفيذيين في أواخر التسعينيات، ترأست تايلور لجنة الخبراء المعنية بمبادئ الحصول على منح من النساء، وطلبت من ثلاث منظماتٍ تحليلَ محتوى إصداراتها على مدار السنوات الثلاث الماضية لتحديد التالي: عدد الصور الشخصية التي أظهرت النساء بصورةٍ فردية، وعدد النساء اللاتي تناولتهن المقالات.

كان أحد أعضاء اللجنة هو ديفيد لارسون، مدير التنمية في منظمة لوثر للخدمات العامة حينذاك، ويشغل الآن منصب الرئيس والمدير التنفيذي. وقد صُدم بنتائج تحليل محتوى إصدارات المنظمة⁵؛ فمعظم صفحات النشرة أبرزت المدير التنفيذي الرجل في لقطاتٍ بعيدةٍ مع مجموعاتٍ أو أفراد. وكان عدد النساء صغيرًا، خاصةً إذا وضعنا في الاعتبار النسبة المئوية الكبيرة للنساء المتبرعات. بالإضافة إلى ذلك، كانت المرأة الموضوع الرئيسي لعددٍ قليلٍ من المقالات.

قام لارسون بتحويل النشرة إلى مجلة ذات أربعة ألوان تحوي صورًا ضخمة لوجوه الأشخاص الذين قدّموا يد العون للآخرين، فضلًا عن وضع صور كبيرة ومقالات عن المتبرعات في كل عدد. ومنذ تطبيق هذا التغيير، شهدت المنظمة زيادة ثابتة في المنح وأعداد المتبرعات.

يقول لارسون: «إن تمرين تحليل المحتوى الذي قمت به بوصفه جزءًا من عمل لجنة الخبراء في المؤتمر لم يفتح أعيننا للحاجة إلى تحسين التواصل مع المراة فحسب، بل أدّى إلى إعادة هيكلة عملية التنمية بأكملها، والإعلام، والعلاقات بالكنيسة، والعلاقات الحكومية كذلك. فيما مضى، كانت هذه المجالات صوامع منعزلة، ولكن من خلال تحليل المحتوى، تفتحت أعيننا على أن رسائلنا قد ضلت طريقها وأنا لم نصل إلى جمهورنا. كما قمنا بإعادة هيكلة العملية لنضع مهام التطوير تحت قيادة نائب رئيس تنفيذي واحد.»

ألقى نظرة متأنية على الاتصالات بمنظمتك. يجب أن تعتمد عملية التنمية على المنظمة لنقل الصورة الصحيحة عن المراة (وكذلك المتبرعون من مختلف الأعمار والمناطق الجغرافية). تصفح تقاريرك السنوية. تأكد عند مقابلتك لأي امرأة أنها تُعامل كشخص مستقل وليس كأحد الزوجين. ربما لا تكون التغييرات التي تُجريها بمنظمتك بنفس جسارة لارسون، غير أنك ستتعلم وتحسّن أسلوب إدارتك للوصول إلى المراة وغيرها من الجماهير. وتعدّ منظمة كير مثالًا رائعًا بدورها للحملات الموجهة إلى المراة؛ حيث أطلقت حملة «أنا قوية» التي تعرض لقطات مقربة لوجوه النساء.⁶

على موقع الإنترنت، من المهم وضع صور الأشخاص وعدم الاكتفاء بصور المباني فحسب لتصل إلى المراة. وفي قسم ملفات المتبرعين، سلط الضوء على الأقليات، والنساء، والمتبرعين من الشباب وكبار السن. كن حساسًا بما يكفي لتجنّب الإشارة إلى المراة بوصفها أحد الزوجين، بل ينبغي عليك الإشارة إلى عدد من نساء بوصفهن أفرادًا مستقلين. ففي نهاية المطاف، المراة بوصفها فردًا مستقلًا أكثر المجموعات سخاءً، غير أننا نغفل عنها في الاتصالات وسائر جوانب عملية التنمية.

وأخيرًا، إليك بعض النصائح من باتريشيا مولين، نائب رئيس مؤسسة جامعة ولاية أوكلاهوما للتنمية: «تحدّث قليلًا عن الاحتياج، وتناوّل الأثر كثيرًا في إصداراتك. انتقل من الحديث مع المتبرعات عن قائمة المنح إلى وضع أفكار وتكوين شراكات مع المؤسسات. راجع انحياز مؤسستك لقيّمها، واستخدم اللغة بطريقة مختلفة.»⁷

عرض نماذج القدوات

عندما تخطط للالتقى معين أو اجتماع عام، ينبغي إدراج المرأة على برنامج العمل. سوف تُحقق استضافة مجموعة متنوعة من المتحدثين اختلافًا حقيقيًا في نظرة الناس إلى منظماتك. وتقول ماريون براون، نائب رئيس مؤسسة جامعة ويسكونسن، إن إظهار المرأة في أدوار عامة يبين أنك تُقدِّرها، وتُقدِّر أموالها، ووقتها.⁸

إن الارتقاء بتاريخ النساء في العمل الخيري بمؤسستك وإطلاع المتبرعات على هذا التاريخ يُمثِّل جزءًا آخر من عملية التشجيع. ويمكن إعداد عروض باستخدام برنامج باور بوينت لإبراز أحداث الماضي واستشراف آفاق المستقبل. اعرض النماذج السابقة للنساء اللاتي أدَّين أدوارًا مهمة في المجتمع في إصداراتك، وعلى موقعك على شبكة الإنترنت، وفي العروض الشفهية. سوف تُظهر قصصهن الميراث المُثْرَف للمرأة في مؤسستك. كذلك سلط الضوء على النساء اللاتي بذلن العطاء خلال أوقات التحديات الاقتصادية والأثر الذي أحدثته منحهن على مؤسستك في الفترات العصيبة، ووضِّح لحظات التحوُّل التي نقلت فيها منحة امرأة المؤسسة نحو اتجاهٍ جديد. وتشير كلير جوديانى، الأستاذة في جامعة نيويورك، والرئيس السابق لكلية كونيتيكت، ومؤلفة كتاب «ريادة الأعمال الاجتماعية في أمريكا: المرأة تؤسس اتحادات أقوى»، إلى أن هذه الأمثلة قائمة بالفعل في انتظار من يكشف النقاب عنها، وأنها إذ نسلط الضوء على الماضي يمكننا أن نستلهم روح المستقبل.⁹

المشاركة التطوعية

تقول باتريشيا جاكسون، نائب رئيس كلية سميث للتنمية: «من الضروري أن يكون لديك مجالس إدارات ولجان نشطة لإشراك المرأة». كما يقول بروس مكلينتوك من شركة مارتز أند لاندني: «يرغب الرجل في المشاركة، أما المرأة فتطالب بها.»¹⁰ أشرك المرأة في الفرص التطوعية والأدوار القيادية.

الفعاليات والتعليم

ترغب المرأة في الارتباط بالقضية والأفراد الذين تعود عليهم مساهمتها بالفائدة، وتعدُّ ندوات وأنشطة ثقافة العمل الخيري بمنزلة أساس أنشطة التشجيع والمشاركة فيما

يتعلق بالعمل الخيري النسائي. ومن أنجح مُلتقيات التشجيع في مدرسة ملائكة المنقذ الإلهي المقدسة الثانوية ملتقى دعوة النساء اللاتي يُقدِّمن مَنحًا بسيطة بصفة منتظمة (من ٢٥٠ دولارًا إلى ١٠٠٠ دولار) الذي يناقش المنح المدرسية. وتوضح تراسي وايسون، نائب رئيس منظمة التطوير المؤسسي بمدرسة البنات، هذا قائلة: «نقوم بدعوة مثل هؤلاء المتبرعات لحضور ملتقى تقديم المنح الدراسية من متبرعاتٍ أخريات. وتتاح للمتبرعات المحتملات فرصة رؤية العلاقة الوطيدة التي تربط الطالب بمُقدِّم التمويل. ترغب معظم النساء في أن يَكُنَّ على مقربةٍ من مُتلقِّي المنحة؛ فهن لا يرغبن في الحديث عن المنحة ذاتها، ولكن يُفضلن الاستماع إلى تجارب [المتلقِّي] بوصفه طالبًا. هل هو معجَّب بالمدرسين؟ ما هو نمط حياته في المدرسة؟ فالمتبرعات بالمنح الدراسية لا يرغبن بالاستماع إلى الثناء على ما يُقدِّمنه من منح؛ بل يُردن أن تكون هناك علاقة بينهن وبين المتلقِّي».¹¹

وتعترف وايسون بأن الملتقى يستهلك الكثير من وقت طاقم العمل، كما أن الحديث مع المتبرعات ليس من المهارات التي يجيدها جميع الطلاب. غير أن هذا الأسلوب يُحقِّق نجاحًا في الانتقال بالمرأة من متبرعةٍ موسميةٍ إلى متبرعةٍ مستثمرة، والرسالة التي نرغب في توصيلها هي الاستثمار في الفرد، من خلال التبرُّع بمنحة دراسية.

ينبغي أن تُشرك فعاليات التشجيع النساء بوصفهن أفرادًا مستقلين، وتوجَّه الدعوة للنساء بصحبة أزواجهن وشركائهن. ويُعرف عن هذه المنظمات حرصها على التأكُّد من دعوة كلِّ من الزوجين. غير أن الأرامل والنساء غير المتزوجات يَغِبْنَ عن المشهد لأنهن قد لا يرغبن في قيادة السيارة بمفردهن في المساء، فينبغي التفكير في وسيلة لتوفير وسيلة مواصلات لهن لحضور الملتقيات بمنظمتك. (انظر الفصل التاسع للاطلاع على الوصف الكامل لبرامج التعليم الخاصة بالمتبرعات.)

جمع المعلومات من النساء

إن الحصول على معلوماتٍ عن النساء المتبرعات أو المتبرعات المحتملات ممن تتعامل معهن يمكن أن يساعدك في تحديد أفضل الطرق للوصول إلى المرأة، ويُعدُّ هذا الأمر كذلك وسيلةً جيدةً لتشجيع الاهتمام لدى المتبرعات في منظمتك. وبإمكانك إجراء دراسةٍ استقصائيةٍ عن المتبرعات.

وإحدى الطرق اليسيرة للحصول على معلومات مباشرة من النساء وكذلك إشراكهن بصورة أفضل هي مجموعات النقاش (انظر المصدر أ). والشكل المثالي هو تشكيل عدة مجموعات في المناطق التي تمتلك تأثيراً فيها أو حيث يوجد معظم العملاء المحتملين. صمم أسئلتك لتتناسب مع ظروفك. هل تبحث عن معلومات أساسية عن كيفية إشراك النساء أو كيفية إشراكهن بطريقة أفضل؟ أدرج أسئلة عن الأسلوب الذي ترغب المرأة في سماعه عندما تخاطبها المنظمة. وإذا رغبت في البدء في برامج للعمل الخيري خاصة بالمرأة، فقم بإدراج أسئلة عن نوعية البرامج التي تفضلها المرأة. وإذا أردت مزيداً من المعلومات عن جهود التنمية المنتظمة، فسأل عن كيفية وصول جهود جمع التبرعات إلى المرأة على نحو أفضل. تُستخدم مجموعات النقاش في كافة مؤسسات التعليم العالي أياً كان حجمها، بدءاً من كلية أوجسبورج وصولاً إلى جامعة كونيتيكت. وقد وجدت المنظمات غير الربحية والمستشفيات أن هذه المجموعات شديدة الفاعلية.

(٢-٣) طلب الالتزام

تعدُّ بليزنت رولاند فروتشي، مؤسّسة محلات «الفتاة الأمريكية» (الملوكة الآن لمحلات ماتيل)، واحدة من رائدات العمل الخيري اليوم. وقد قدّمت منحاً قيّمة للأطفال، وجمعيات الحفاظ على المواقع التاريخية، بالإضافة إلى عددٍ من الجامعات والكليات المختلفة. وتعتمد «الفتاة الأمريكية» كليةً على التسويق في أوساط النساء. عندما تتم استشارة بليزنت بشأن كيفية طلب المنحة من المرأة، توضح بأنه يجب على المرء أن يمد المرأة بكثيرٍ من التفاصيل. وتقتراح أن يتم تصميم كُتيب مصور يصف المشروعات التي تدعمها أو ترعاها المنظمة ليُعرض على النساء. وفي الواقع، توصي بليزنت بتصميم «كُتيب مصور» يحتوي على فرص للمنح لكي يكون جاذباً للنساء.¹²

عند الاتصال بأسرةٍ أو زيارتها لطلب منحة، سواءً من خلال صندوق التبرعات السنوية أو من خلال نظام المنح الكبرى، يتعين عليك أن تطلب ذلك من كلٍّ من الزوجين. ومرةً أخرى، تأكّد من الطريقة التي تريد المرأة أن تُخاطب بها. وإذا قمت بالتواصل مع الزوج (أو الزوجة) في الزيارة الأولى، فاجتهد في الحصول على موعدٍ مع كلا الزوجين في الزيارة الثانية. وإذا قمت بزيارة شخصية لطلب المنحة، فحاول أن يكون ذلك في وجود الشريكين مع توزيع النظرات إليهما على نحوٍ متكافئ. وحسبما يرى بروس فليسندر، المدير المؤسس لشركة بنتز والي فليسندر التي تُقدّم استشاراتٍ حول جمع التبرعات:

«ندرك أن النساء يملن إلى العطاء من أجل تغيير العالم وهن يتطلعن إلى المستقبل، بينما الرجال — خاصة كبار السن منهم — يميلون إلى العطاء للحفاظ على ذكراهم أو مؤسساتهم. وندرك كذلك أن النساء أكثر تركيزاً على البشر مقارنةً بالمؤسسات؛ لذا حاول أن تكون قصتك إنسانية إلى أقصى حد.»¹³ (ارجع إلى الفصل الأول الخاص بالتواصل مع المرأة).

وإذا كنت تحاول الحصول على منحةٍ من خلال شبكة اتصالات المنظمة، فتأكد من أن السجل الخاص بالمتبرعة وزوجها يظهران على شاشة الطالب، أو أن ثمة معلوماتٍ مطبوعةً تمهيداً للمكالمة. وإذا كنت تتصل لصالح كليةٍ معينةٍ وكان الزوجان من خريجي هذه الكلية، فتحدثُ إلى الطرف الذي يُجيب على الهاتف. وعندما تلتبس منحاً عامةً لكليةٍ معينةٍ، فإنه من غير اللائق أن تسأل عن الزوج بينما الزوجة هي التي تجيب على الهاتف. ولا تنس أن النساء غير المتزوجات من بين مُحبي الخير الأكثر سخاءً. وجه طلبك للنساء اللاتي يدعمن منظمتك بصفةٍ دائمةٍ ومستمرة.

(٣-٣) الامتنان والشكر

ناقشنا قبل ذلك التحية الخاصة بالتماس المنحة؛ وتطبق المشكلات نفسها على النساء عندما يحين وقت إظهار الامتنان، ويمكن أن تكون ثمة مشكلات أخرى. ما هي سياسة منظمتك في نسب الفضل إلى صاحبه بشأن المنح؟ يشتكي العديد من النساء من ممارسات المنظمات فيما يتعلق بإظهار الامتنان.

انظر إلى الاسم (الأسماء) المكتوب على الشيك! إحدى السياسات الجيدة هي أن تنسب المنظمة الفضل إلى جميع الأطراف المشتركة في كافة المنح المقدمة للمنظمة بواسطة شيكاتٍ مشتركة. وقد يرغب بعض الرجال أو النساء في الحصول على الفضل كله وتسجيله في السجلات الخاصة بكل طرف، وعليك أن تستعدّ لتقديم الاستثناء لهذه القاعدة، كما يتعيّن تحرير الإيصالات لكل شخصٍ بمفرده. وأفضل السبل هنا هو تحديد مربع في كل بطاقة رد يوضح الطريقة التي تريد المتبرعة أن تُخاطب بها، أو التي ترغب في أن يُنسب إليها الفضل من خلالها.

وفيما يخص الشكر، تُقدّر المرأة بصفةٍ خاصةٍ الممارسات الجيدة لإدارة المنحة. وتعدّ التقارير المقدمة عن استخدام المنح الكبيرة ضروريةً لدى المتبرعات اللاتي يتوقّعن أن تتميز هذه التقارير بالمسئولية والشفافية. ويُعدّ عرض صور الأشخاص الذين حصلوا

على مساعدة من خلال منحة المتبرع وسيلة فعالة في إدارة المنحة، كما أن إرسال خطابات للمتبرعات عن أداء الأموال الموقوفة للمنظمة بالأسواق صعودًا وهبوطًا يُعدُّ من الخطوات الجيدة. وإذا أسست إحدى السيدات صندوقًا للوقف، ينبغي إرسال تقرير سنوي عن استخدامات الصندوق، بالإضافة إلى تقرير عن الاستثمارات.

وتُعتبر الإدارة المسؤولة المباشرة فعالة جدًا بالنسبة إلى كبار المتبرعات؛ إذ ينبغي رفع تقرير لهن شخصيًا، واصطحاب الشخص الملائم من المنظمة مثل رئيس المنظمة، أو رئيس اللجنة، أو العميد، أو عضو من أعضاء هيئة التدريس. إن توجيه دعوة لحضور الملتقى السنوي لمنح الطلاب الدراسية أو أي ملتقى مشابه يكون دائمًا محل تقدير المرأة، وكذلك الرجل. ينبغي تجنب قوائم الشرف المطبوعة التي تحوي أسماء المتبرعات؛ فمعظم المتبرعات من النساء لا يفضلنها، والحال نفسها تنطبق على كثير من الرجال.

أرسل باقة ترحاب، خاصة إلى المتبرعات صاحبات التجربة الأولى. تجنب الاكتفاء بمجرد تسليم إيصالات. أرسل إليهن خطابًا أو اتصل بهن وأبلغهن بكيفية استخدام منحتهن، هذا بالإضافة إلى النشرة بالطبع. ويمكن أن يكون البريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت فعالين للغاية في رفع تقارير للمتبرعات عن تفاصيل المنح. وكلما كنت محددًا، كان ذلك أفضل. وحتى إذا قدّمت المتبرعة منحة عامة لصالح العمليات التي تقوم بها المنظمة، يمكنك موافاة المتبرعة بمعلومات عن كيفية إنفاق هذه الأموال.

(٤-٣) تدريب الطاقم على العمل الخيري النسائي

سوف يُقدّر طاقم العمل الجديد والمتطوعون في برنامج التوجيه وجود قسم خاص بالنساء المعنيات بالعمل الخيري. أدرج «المعايير الستة الأساسية والثلاثة الإضافية» التي تُمثل دوافع العطاء عند المرأة. قدّم معلومات عن حلقة التنمية وكيفية إشراك النساء بصورة جيدة عند كل مرحلة من الحلقة.

سيُساهم طلب مشاركة الزملاء في العروض الخاصة بالعمل الخيري النسائي وتدريب طاقم العمل في تثقيف هؤلاء العاملين وغيرهم فيما يتعلق بهذا الموضوع. فعلى سبيل المثال، طلبت تايلور من الزملاء تقديم عرض بإحدى جلسات تدريب طاقم العمل عن كيفية إشراك المرأة في برنامج التنمية الخاص بهم. كانت هناك زميلة تعمل مديرة للتنمية بكلية إدارة الأعمال، وقد أجرت إحصاءات عن تبرع النساء لكلية إدارة الأعمال ووجدت — لدهشتها الشديدة — أن من بين أكبر عشرين متبرعة عدة أرامل لأشخاص

تخرّجوا في هذه الكلية. وقد أظهر مزيد من الاستقصاء أنه عندما يُتوفى خريج، نكراً كان أم أنثى، فإنه يسقط تلقائياً من قائمة البريد، ولا يتلقى الطرف الذي يظل على قيد الحياة — حتى ولو كان متبرعاً — إصدارات الكلية. وبعد أن قامت المديرية بالتحليل الذاتي لبرنامجها، تأكّدت من أنه قد تم تغيير السياسة؛ بحيث يستمر الزوج أو الزوجة التي لا تزال على قيد الحياة في تلقي مجلة الكلية ورسائلها البريدية. قد تكتشف أن منظمتك في حاجةٍ إلى مستشارين خارجيين متخصصين في العمل الخيري النسائي من أجل القيام بالتدريب. وعلى الرغم من الميزانية المحدودة، فقد يوفر هؤلاء المستشارون عليك أموالاً من خلال مساندة جهود طاقم مجموعات النقاش ونقل الخبرة اللازمة.

(٤) تأمين أنواع مختلفة من المنح

تتألف البنية التقليدية لبرنامج التنمية من ثلاث دعائم، وهي: صندوق التبرعات السنوية، والمنح الكبرى والحملات، والعطاء المخطط. وتعدُّ المنح النهائية فئةً إضافيةً مطروحة للنقاش، وهي ضمن فئة المنح الأضخم التي يقوم المتبرعون بتقديمها، وقد تكون مزيجاً من المنح الكبرى والمخططة.

(٤-١) صندوق التبرعات السنوية: من هنا يبدأ كل شيء

إن الوسائل التقليدية للتواصل مع التبرعات السنوية اليوم هي البريد الإلكتروني، والبريد المباشر، وشبكة اتصالات الصندوق. وتشهد معدلات التبرع عبر الإنترنت تزايداً كبيراً، كما أن استكشاف تطبيقات فيسبوك وتويتر بوصفها وسائل اتصالٍ ما زال جارياً. يأتي إيجاد متبرعات دائمات لصندوق التبرعات السنوية على قمة الأولويات. وجزء من التحدي المتعلق بزيادة عدد هؤلاء المتبرعات يتمثل في انخفاض معدل بقائهن. ويوضح إريك ويبر، كبير مديري التنمية في مؤسسة جامعة ويسكونسن، الأمر قائلاً:

لا تقوم معظم المتبرعات صاحبات التجربة الأولى بالتجديد في العام التالي، ولا يتعدى معدل بقائهن ٣٠ بالمائة. قارن هذه الأعداد الإحصائية السيئة بمعدلات بقاء المتبرعات المستثمرات لخمس سنواتٍ متتاليةٍ فأكثر — الذي يصل إلى أكثر من ٨٥٪. نحتاج إلى العمل باجتهادٍ فيما يتعلق بالإدارة المسؤولة عن المتبرعات

الشابات وصاحبات التجربة الأولى. ومع ذلك، فمن الشائع أن تبالغ المنظمات غير الربحية في التماس المنح بعد المنحة الأولى. وقد نما إلى مسامعي أن بعض المنظمات تقوم بالتماس المنح من المتبرعات صاحبات التجربة الأولى أكثر من ثلاثين مرة في العام. وأستطيع أن أزعم أنه كلما كان عدد الالتماسات أقل، كان ذلك أفضل. فإذا قمت بتقليص عدد الالتماسات عن طريق التركيز على الوقت الذي تُفضّل فيه المتبرعات العطاء وأسلوب تقديم هذا العطاء، فسيمكنك توفير المال وتجنب «إجهاد المتبرعة» الذي يؤدي إلى استنزافها. فبدلاً من المضي في تقديم التماس بعد التماس، ابحث في كيفية التقرب من المتبرعة من خلال الإدارة المسؤولة. هل تتواصل معها في الوقت المناسب؟ هل تبرز أثر المنحة التي تحصل عليها من المتبرعة؟ هل هذه الآثار ملموسة؟¹⁴

نعم، التوقيت هو أهم ما في الأمر. إن أفضل وقتٍ تلتمس فيه المنحة من المتبرعة هو الوقت نفسه تقريباً الذي تبرعت فيه في العام السابق. ومتى كان ذلك ممكناً، فاسأل المتبرعة عن الوقت الذي تُفضّل فيه أن يُطلب فيه الالتماس، وكذا أسلوب الطلب. فإذا سلّمت بقيادتها واحترمت رغباتها، فسيكون هناك احتمال كبير للحصول على مساهمة جديدة.

اطلب منحاً لمشروعات محددة

افحص كافة إجراءات الاتصال والتماس المنح في منطمتك. تأكّد من استخدامك رسائل تُراعي الفوارق بين الجنسين. لا تنظر دائماً إلى السن، ولكن انظر إلى المرحلة الحياتية (الفصل الخامس). ويوصي ويير بتقديم طلبات محددة: «في بداية مرحلة طلب المنحة، أدرج أولويات وأمثلة محددة عن كيفية استخدام الأموال وما سوف تُحقّقه. وبروح الإدارة المسؤولة، اشرح النتائج للمتبرعة مع ربطها بالأولويات المتفق عليها. ادرس أسلوب الاتصال المفضّل لدى المتبرعة والتزم به.»

وتؤكد تراسي وايسون، نائب رئيس مدرسة ملائكة المنقذ الإلهي المقدسة الثانوية للتطوير المؤسسي في ميلووكي، ويسكونسن، مجدداً على فكرة تحديد مشروع صندوق التبرعات السنوية عند طلب المنحة من المرأة:

اكتشفنا أن خريجات الكليات يرغبن في وضع الأمور في نصابها ويقمن بدور مؤثر في حل المشكلات. في بداية مرحلة التشجيع، من الصعب أن تفكر المراة على المستوى الكلي، على مستوى المنح الكبيرة. ومن غير المؤثر أن تثبت رسالة عن تأثير المنح الكبيرة؛ فالمرأة تريد أن تعرف ما إذا كانت المنحة الصغيرة سوف تترك أثراً، كما تريد أن تعرف كيف يمكن أن تؤثر منحها في «سد الثغرات» أو إصلاح موقف معين. قد تدخل في حوار بشأن الأشياء العامة، غير أنك بحاجة إلى إعطاء تفاصيل عن شخص حاصل على منحة دراسية على سبيل المثال. وترغب المراة المتبرعة في الحصول على معلومات عن المتلقي، مثل الأقارب، والأندية التي يرتبط بها، والدورات التي يحضرها. عليك أن تكون صورة في ذهن المتبرعة عن الشخص الذي ستقوم هي بمساعدته.

قم بدراسة استقصائية عن المتبرعات

إن إحدى طرق معرفة دوافع المتبرعات وتنميتها من أجل الحصول على منح سنوية، أو حتى منح كبرى، هي إجراء دراسة استقصائية عن المتبرعات من خلال البريد المباشر، أو الهاتف، أو البريد الإلكتروني. وبإمكانك اكتشاف دوافع المتبرعات للعطاء والتعرف على علاقتهم المباشرة الحالية مع منطمتك. كيف يُردن أن تتصل بهن؟ أشرك المتبرعة في عملية التماس المنح عن طريق سؤالها عن أسلوب الاتصال الذي تفضله بالتحديد: الهاتف، أم الخطابات، أم البريد الإلكتروني، أم المقابلة الشخصية. توقع الحصول على استجابة من ٢٠ إلى ٣٠ بالمائة من المتبرعات. وفي الحقيقة، هناك ارتباط بين المتبرعات اللاتي يستجبن للدراسات الاستقصائية والمتبرعات اللاتي يُقدمن العطاء. ويعلق لورانس هينز، العضو المنتدب في شركة بلاكيود لتحليل الأهداف على ذلك قائلاً: «إحدى ملاحظتنا هي أن المراة أكثر استجابةً لهذه الدراسات الاستقصائية بنسبة اثنين إلى واحد. لماذا؟ تشير الأنماط السلوكية للمراة بوجه عام إلى ميلها إلى التطوع؛ فهن يتطلعن إلى مستوى أعلى من المشاركة مع المؤسسات غير الربحية مقارنةً بالرجال. وهذه النتائج تتوافق مع نتائج العمل التطوعي؛ فالنساء يشاركن بصورة أكبر»¹⁵ وتحافظ المنظمات التي تقوم بدراسات استقصائية منتظمة على العلاقات عقب الالتزام المبدي بالعطاء. وإذا أقدمت منطمتك على دراسة استقصائية عقب المنح الأولية، فمن المحتمل أن تتوسع في التبرعات.

(٢-٤) المنح الكبرى: حوارات والتزامات أكثر عمقاً

يتضمن العمل مع النساء المتبرعات المحتملات بشأن المنح الكبرى بناء علاقة عبر الزمن؛ فمن النادر أن يتم تقديم منحة كبرى لمنظمة دون أن يكون هناك سجل عطاء سابق أو علاقة سابقة بالمؤسسة.

وإحدى النقاط الضرورية في تقديم المنح الكبرى لدى المرأة هي طلب المنحة منها؛ فالمرأة ما زالت تشعر بأن المنحة لا تُطلب منها. من الصعب أحياناً زيارة الزوجين معاً، فعامل كل شخص بوصفه عميلاً منفرداً محتملاً إذا لم تتمكّن من القيام بزيارات مشتركة. على سبيل المثال، قم بزيارة الزوج في مكتبه والزوجة في مكتبها، ويمكن أن تكون الزيارة التالية مساءً بمنزلهما وهما موجودان معاً. ومن خلال قرارات العمل الخيري الكثيرة التي يتم اتخاذها بصفة مشتركة في بيوت الزوجية، ادرس آليات عطاء الزوجين التي تلعب فيها المرأة دوراً كبيراً، وتأكد من مشاركة كل من الشريكين. فالمرأة تريد الانخراط في المنظمة قبل التقدم بمنحة كبرى. قم بتعزيز العمل التطوعي واطلب من المرأة العمل بمجالس الإدارات والحملات.

تتضمن المحادثة الخاصة بالمنحة الكبرى الحوار والاستماع، والاستماع على وجه الخصوص. اهتمّ بأحاسيس المرأة إلى جانب كلماتها. سلّها عن المشكلات المجتمعية التي تعتقد أنها تحتاج إلى حلول أكثر من غيرها. ركّز على عاطفتها وأنصت إلى قيمها. تجنّب أن تطلب منها عقد مقارنة مع منحة شخص آخر أو تسألها أن تضع اسمها على شيء ما. وبدلاً من ذلك، استمع إلى اهتماماتها واربط قيمها برسالة المنظمة. بيّن كيف تشترك مع المنظمة من أجل عالم أفضل.

النساء غير المتزوجات

من أفضل شرائح الجماهير المستهدفة لتقديم المنح الكبيرة النساء غير المتزوجات. وقد أوضحت دراسة أجراها مركز العمل الخيري أن النساء غير المتزوجات أكثر ميلاً إلى التبرع من الرجال غير المتزوجين. ويقول باتريك روني، المدير التنفيذي في مركز العمل الخيري: «تتبرع النساء غير المتزوجات بما يقارب ضعفي ما يتبرع به الرجال». كما أن النساء المتزوجات يتبرعن أكثر من الرجال غير المتزوجين أو المتزوجين.¹⁶ ونظراً لأن النساء غير المتزوجات (خاصةً من ليس لديهن أطفال) يُمتلنّ جمهوراً مرغوباً فيه،

احرص على زيارتهن، حتى ولو كُنَّ لا يشغلن وظائف تنفيذية، وسوف يُقدِّرن علاقتهم مع المؤسسة.

الوقف أثناء المعيشة

فيما يتعلق بالمنح الكبرى، قم بتشجيع العطاء المطلق أو الوقف. والطريقة الأكثر شيوعاً لإنشاء صناديق الوقف هي من خلال الأسهم المرتفعة السعر. ومع ذلك فعندما تنخفض قيمة الأسهم، تصبح المرأة أقل رغبةً في تقديم هذه المنح. اطلب من المتبرعة المحتملة تقديم مبلغٍ من المال يكون بمنزلة دخلٍ لصندوق الوقف. وإذا تعهدت بذلك لمدة ثلاث سنوات، فامنحها الفرصة أن تُسجل اسمها على المنحة الدراسية لفترة السنوات الثلاث. اطلب منها دراسة إدراج أصل الوقف في منحتها المخططة حتى تستمر المنحة الدراسية بعد نهاية حياتها.

يمكن لمفهوم الوقف أثناء المعيشة أن ينطبق على أي مشروعٍ لمؤسسةٍ غير ربحية، وتحديد المشروع هو النقطة الأساسية هنا. ترغب المرأة في معرفة دقائق ما تقوم بتمويله، أي أدق التفاصيل. أعطها الفرصة لتمويل مشروعٍ معين؛ فهي لا تريد التبرع من أجل التقدير العام، وإنما من أجل الرضا الشخصي الذي ينتج عن معاونة فردٍ ما، أو إمداد قريةٍ فقيرةٍ بالمياه النقية، أو توفير فرصةٍ لأسرةٍ لكي تتبنى طفلاً معاقاً. اعرض الكثير من التفاصيل قدر استطاعتك عن أثر المنحة. إنها طريقة ممتازة لإشراك المرأة باهتماماتها وإحساساتها مع المنظمة، بصرف النظر عن ارتفاع أو انخفاض سوق الأسهم.

زيادة التبرعات الكبرى

يمكن زيادة حجم التبرعات الكبرى من خلال التفاعل مع المتبرعات الحاليات. وقد يتضمن هذا التفاعل التجاوب مع الدراسات الاستقصائية، ومنهجية العمل التطوعي، والزيارات الشخصية.

تمثّل الاتجاه السائد على مدى الخمسة عشر عاماً الماضية، في أن النسبة المثوية الأكبر من العملاء المحتملين هي من النساء، وفق ما يرى هينز. وتحصل المؤسسات غير الربحية على معلوماتٍ أفضل تُمكنها من إدراك أن النساء يُشكّلن عملاء محتملين

ممتازين للمنح الكبرى والعطاء المخطط. كما أن النساء عملاء أفضل من الرجال فيما يخص الالتزام بدفعات التبرع السنوية؛ حيث يُفضّل الأمان المصاحب للدفعات السنوية. وتتمثل إحدى القضايا الأكثر أهميةً في تنمية المنح الكبرى في الحفاظ على استمرارية طاقم العمل؛ فالنساء ينخرطن في محادثاتٍ أعمق مع الأشخاص الذين تزداد المعرفة بهم بمرور الزمن. فمن المهم تجنّب تغيير طاقم العمل. وطبقاً لدراسة أجرتها لين هابرت في عام ٢٠٠٩ على خريجي جامعة نوتردام، فإن أحد أسباب تقديم المرأة للمنح هو العلاقة بينها وبين مسئول التنمية.¹⁷ وقد أظهرت دراسة أجراها مركز العمل الخيري برعاية بنك أوف أمريكا في عام ٢٠٠٩، أن أطقم عمل المؤسسات الخيرية تُعدّ من أكثر الخبراء أهميةً في معاونة المتبرعات في اتخاذ قراراتٍ تخص الأنشطة الخيرية.¹⁸

وكذلك يوضح روبرت شارب أنه في الماضي كان جزءٌ كبيرٌ من المنح الكبرى والمخططة يأتي من المثليين والمثليات الذين ليس لديهم أسر. وقد دأب هؤلاء على تكوين علاقاتٍ مع الجمعيات الخيرية لتعويض الأسر التي لفظتهم. ومع تنامي تقبّل المجتمعات للمثليين والمثليات وأطفالهم، قلّ عطاؤهم المقدم للمؤسسات غير الربحية. ومع تزايد درجة قبولهم، بدأ أنهم يحذون حدّواً باقي المجتمع في أنماط العطاء الخاصة بهم.

(٤-٣) الحملات المكثفة لجمع التبرعات: الدفعات الكبيرة

إن حملات جمع التبرعات تُعين المؤسسات غير الربحية على خلق تحركٍ فوريٍّ وقوةٍ دافعةٍ من أجل طلب العطاء. استخدم المبادئ المتميزة الخاصة بإقرار الفروق بين الجنسين للحصول على منحةٍ سنوية، وكبرى، ومخططة. وتتيح الحملات فرصاً رائعة لإشراك المرأة. ونظراً لأن الحملات تتيح فرصةً خاصةً لإشراك المتطوعين، أظهر اهتماماً خاصاً بتوظيف النساء للعمل قائداتٍ للحملات. تُعدّ قيادة الحملات إحدى الوظائف التطوعية ذات الأهمية الكبرى. تقود النساء حملاتٍ صغيرةً تُنظمها المؤسسات غير الربحية، ويتقدّمن ببطءٍ نحو المقدمة في الحملات الكبرى. ويبدو طلب أداء هذه الأدوار من المرأة وتشجيعها على ذلك من الأهمية بمكان لخدمة مستقبل العمل الخيري ودور المرأة في المجتمع؛ حيث إن قيادة الحملات واحدةً من أحدث الخطوات التي قطعتها المرأة فيما يتعلق بالقيادة.

والآن، تقود المراة حملاتٍ في كافة أنحاء البلاد. وإليك بعض الأمثلة على قيادتهن التطوعية البارعة:

- شيريل ألتينكيمر، نائب رئيس جامعة بورديو المساعد للتطوير، استغلت حملة مكثفة لجمع التبرعات للمساعدة في إطلاق اجتماعاتٍ للمتبرعات على مستوى راقٍ في مدنٍ مختارةٍ في أنحاء البلاد.¹⁹ وقد عقّدت الكثير من الاجتماعات مع كبريات المتبرعات، وأتاحت لهن فرصة مقابلة رئيس الجامعة وتواصل بعضهن مع بعض.
- جوي بيكاس، عضو مجلس مدينة سابق وناشطة في مجال العمل الخيري في لوس أنجلوس، كاليفورنيا، تمثل عنصرًا فعالًا في جمع التبرعات لقضايا اليهود. وتقول إن للمراة دورًا بارزًا في قيادة الحملات لصالح معابد اليهود، ووكالات ومؤسسات الخدمة الاجتماعية اليهودية.²⁰
- بيث ماكوج اشتركت في رئاسة آخر حملات جمع التبرعات لصالح جامعة فلوريدا. وقد عملت باربرا مايلز، نائب رئيس جامعة كولومبيا البريطانية للتطوير ومشاركة الخريجين، مع ماكوج أثناء فترة عملها في جامعة فلوريدا. تقول مايلز: «كانت ماكوج خبيرة توظيف أفرادٍ وقائدةً ممتازة. وشغلت منصب كبير المديرين التنفيذيين لدى شركة واكوفيا في فلوريدا؛ ومن ثمّ كانت في منصبٍ متميزٍ ساعدها على الاتصال بالآخرين.»²¹
- في عام ٢٠٠٦، دشنت شبكة صندوق تبرعات المراة حملة ناجحة جدًا لصالح ١٤٥ صندوق تبرعات في أنحاء المعمورة تحت اسم «النساء يُحرّكن الملايين»، وكان هدف الحملة هو التشجيع على التبرّع بمنح قيمتها مليون دولار أو أكثر. وقد انطلقت الحملة بمنح من الأختين هيلين لاکلي هانت وسواني هانت، وقامت بتوظيف قادة من النساء في جميع أنحاء العالم.
- كانت الراحلة مادي ليفيت المراة الوحيدة في أمريكا التي ترأست حملتين متتاليتين لجمع التبرعات بقيمة ١٠٠ مليون دولار أو أكثر خلال عقده واحدٍ من الزمن لصالح كلية أو جامعة أمريكية. بالإضافة إلى ذلك، ساهمت مادي بمبلغ ١٠ ملايين دولار في حملات لصالح جامعة دريك.
- كانت آن إزالي وولف الرئيس المتطوع لحملة مستشفى كولومبس للأطفال، بولاية أوهايو.

(٤-٤) المنح المخططة: الميراث الدائم

يقول روبرت شارب: «عليك أن تتفهّم التعقيدات التي تتصف بها حياة البشر؛ فالعمل الخيري يتعلق بتوجيه الشكر مثلما يتعلق بطلب المنحة. والرجل والمرأة على السواء يتذكّران من يشكرهما بصفةٍ دائمةٍ أثناء فترة حياتهما، كما يتذكّران الجمعية الخيرية التي تُعاملهما معاملة الأسرة الواحدة؛ ومن ثمّ سوف يعاملان الجمعية كفرّ من الأسرة عند تحرير الوصية.»

المتبرعون المجهولون

مع تأسيس جمعيات خيرية جديدة بغية الحصول على تبرعات للاحتياجات الأساسية مثل مؤسسة الولاء للخدمات الخيرية، وبعض المؤسسات المجتمعية، اتجهت النساء إلى إخفاء هوياتهن أكثر من ذي قبل. وفي السنوات الأخيرة، عززت المنح المجهولة الهوية والذائعة الصيت التي تم تقديمها لمؤسسات التعليم العالي، وكانت تقودها النساء في عام ٢٠٠٩، مفهومّ التبرعات المجهولة الهوية. وقد لاحظ شارب انخفاضاً كبيراً في عدد إخطارات الوصايا الخاصة بالإرث إلى الجمعيات الخيرية في عام ٢٠٠٩. وقد انتابه الشك في أن كثيراً من المحجمات عن إرسال الإخطارات نساء مُسنّات ليست لديهن الرغبة في إبلاغ المستفيدين المعنيين العاملين بهذه الجمعيات عن وصيتهن للإرث مخافة استنزاف أصولهن قبل الوفاة وعدم بقاء شيءٍ منها للصدقات. استمرّ في عملك، موجّها اهتمامك لهؤلاء النسوة اللاتي يتبرعن بصورةٍ دائمةٍ لمنظمتك على مدار أعوامٍ عدة. في أغلب الأحيان، تتجّه مثل هذه الشخصيات إلى إدراج منظمتك في وصيتهن.

تنظيم زيارات إلى النساء

تقدّم باتريشيا مولين هذه النصيحة بشأن المرأة والعتاء المخطط:

لا تخش مهاتفة النساء وزيارتهم. اجعل اتصالاتك بالزوجين معاً، وغالباً ما يكون مفيداً اصطحاب مسئول تنمية آخر في هذه الزيارات. وأخيراً، لا تخش طرح موضوع التبرع بالمتلكات ... فكثيراً ما تحجم النساء عن إبلاغك بأي معلوماتٍ عن أرصدتهن؛ فهن لا يرغبن في أن يَكُنَّ تحت المراقبة، بل يَمِلْنَ أكثر

إلى إخفاء هوياتهن. اتبع هذا المنهج بشأن عطائهن: «اهتمّي بنفسك، واهتمّي بمن تحبينهم، ثم اهتمّي بالجمعيات الخيرية التي تُمثل أهمية لك.» تحدّث عن سخائهن تجاه الجمعيات الخيرية الأخرى.

احرص على أن تبرز منشوراتك الخاصة بالعطاء المخطط للنساء غير المتزوجات، وليس فقط المتزوجين من الذكور أو الإناث. اطلب من النساء باستمرارٍ أن يعلنَ عن عطائهن وأن يكنَّ نماذج يُحتذى بها من حيث القيام بالأدوار الاجتماعية. وسوف تشجع هذه النماذج الخاصة بتقديم المنح المخططة الآخرين على المُضي قُدماً. ويقول لورانس هينز إنه يبدو أن المرأة تُفضّل التوصية بالتبرعات من إرثها وكذا اللجوء إلى دفعات التبرع السنوية. ويتفق على أن السنوات المتواصلة من العطاء أفضل مؤثر على المنحة المخططة. يبدأ الكثير من الناس في التخطيط لإرثهم في سنٍّ مبكرة، من الأربعينيات إلى الخمسينيات. عليك أن تجتهد للوصول إلى النساء الأكثر شباباً وبحث مسألة العطاء المخطط معهن. وينطبق ذلك على المؤسسات غير الربحية، الصغيرة والكبيرة على السواء. وتتنطبق الفوارق بين الجنسين على المنظمات بكافة أحجامها. اقترح دائماً مقابلة أطفال المتبرع وأعضاء أسرته، ويسري ذلك على النساء والرجال على حدٍّ سواء. ويُعدُّ هذا الإجراء جزءاً أصيلاً من نشاط المنح المخططة والنهائية.

المتطوعون بوصفهم مانحين متميزين للعطاء المخطط

يرتبط الأشخاص الذين يبدءون العمل التطوعي في الأربعينيات والخمسينيات من عمرهم بسلوك العطاء المخطط. قد يقول الأفراد إنهم يتطوعون لأنهم ليسوا في وضعٍ يسمح لهم بالتبرع بكثيرٍ من المال. ويميل المخلصون من المانحين والأعضاء والمتطوعين إلى تقديم عطاءٍ مخططٍ أو دفعات تبرع سنوية، فهم يرغبون في تقديم شيءٍ متميز للمؤسسة، ولكنهم لا يشعرون بالاطمئنان لكتابة شيك بمبلغ كبير. ويقول هينز إن وصايا الإرث والدفعات السنوية تُعدُّ منحاً يسيرة لهؤلاء المتبرعين. والمرشح المحتمل الأفضل للمنحة الكبرى والمنحة المخططة هو المرأة التي تنخرط في المنظمة أو تتمتع بعلاقةٍ طويلة الأمد معها و/أو تُعدُّ متبرعة دائمة لديها.

٤-٥) المنح النهائية: التخطيط للعمل الخيري

لقد تطورت عملية تخطيط العمل الخيري لتصل إلى مستوى راقٍ يتجاوز مرحلة التنمية وجمع التبرعات. وعند العمل مع النساء والرجال والأسر فيما يتعلق بالمنح الكبرى المخططة - وبصفة خاصة المنحة النهائية - يجب أن يكون هناك حوار مفيد عن قيم الحياة والهوية الذاتية. وترى مولين ضرورة تشجيع مسؤولي التنمية على الاطلاع على «قائمة التبرعات» السابقة. وتقول: «علينا أن نشجع مسؤولي التنمية على تكوين علاقات مع المتبرعة والإنصات إلى قيمها الأساسية. وبعد ذلك، نستطيع أن نُحدد كيفية ارتباط المنظمة وأثرها بالمتبرعة.»

يعمل مسئولو العطاء المخطط، ومسئولو المنح الرئيسية، ومسئولو المنح الكبرى من ذوي الخبرة، مع المتبرعات من أجل الكشف عن أكثر القيم أهمية لدى المرأة، ويبحثون عن أفضل وسيلة لتحقيق حلم المتبرعة المتمثل في إيجاد عالم أفضل. وهذا العمل يصبح بمنزلة «وزارة الأموال» في نظر البعض ممن لديهم عقيدة معينة؛ فهم يقومون باستشارة المتبرعين فيما يديرونه أو فيما يتعلق بأي جانب آخر مهم من جوانب الحياة. أما بالنسبة إلى الآخرين الذين يعملون على هذا المستوى الراقى الخاص بالمنح، فيكون العمل أشبه بوظيفة مستشار مؤتمن أو خبير في الأنشطة الخيرية لدى المتبرعة.

يخشى الكثير من الناس الحديث عن المال. وتُقدّر المتبرعة الخبير المؤتمن الذي يُعبر عن اهتماماتها فيما يتعلق بكافة أعمالها الخيرية. وتنشأ بعض أكثر الأعمال فائدة وتميزاً في مجال التنمية من خلال الحوارات التي تتم بين مسؤولي التنمية والمتبرعات بخصوص رؤيتهم المشتركة لعالم أفضل. فاستمتع بروعة هذا العمل المتميز.

طرح أسئلة عن القيم

يوجّه تشارلز كولير، كبير خبراء العمل الخيري في جامعة هارفرد ومؤلف كتاب «الثروة في الأسر»، سلسلة من الأسئلة للمتبرعين لمعاونتهم على تصوّر المستقبل.²² وتستخدم إلين ريمر، رئيس منظمة مبادرة العمل الخيري، وغيرها من خبراء العمل الخيري، سلسلة مشابهة من الأسئلة لاستخلاص الأفكار من المتبرعات.²³ وتوصي «موارد التطور»، وهي شركة لتنمية التعليم، بتوجيه سؤال واحد للمتبرعات لمساعدتهن على التركيز على الأهداف البعيدة المدى: «ما الشيء الذي تريدان أن تفعليه بأموالك ويُمثل معنىً لديك؟»²⁴

ويساعد كولير المتبرعين في فهم كيفية تأثير العلاقات الأسرية في الماضي على القرارات الحالية المتعلقة بالمال والعمل الخيري والممتلكات. وهو يستخدم «نظرية أسرة باون» ورسوم بيانية خاصة بالأسرة لمساعدة الزوجين على فهم ما هو مهم لهما بوضوح حتى يتمكنا من إجراء حواراتٍ تفصيلية مع أبنائهما البالغين. ويستخدم المستشارون والأطباء النفسيون «نظرية باون» لتحليل ديناميكيات الأسرة.

لهذه الحوارات صداها الإيجابي لدى النساء بصفة خاصة. ويوضح كولير ذلك قائلاً: «غالبًا ما تكون النساء أكثر انخراطاً في الحوارات التي تتناول التخطيط الأسري البعيد المدى بنشاط، وعادةً ما يسارعن إلى التركيز على لبّ القضية. ومن خلال خبرتي، وجدت أن النساء أكثر تفهماً للفوارق الدقيقة في العلاقات الأسرية وتأثيرات تلك العلاقات فيما يتعلق برفاهية الأسرة بوجه عام.»

وتتضمن عملية تخطيط العمل الخيري نقاشاً مطولاً عن قيم الحياة والميراث لدى المتبرعة. اشرح الاهتمامات الخيرية الكلية للمتبرعة في هذا النقاش. في بعض الحالات، قد يُطلب منك الحصول على معلوماتٍ عن سائر المؤسسات غير الربحية، وقد ترغب المتبرعة في إخفاء هويتها عنها. وتعدّ عملية تخطيط العمل الخيري والرسوم البيانية الخاصة بالأسرة مفيدةً في إرشاد المتبرعين الأكثر أهميةً لديك.

تمتع بالثقة عند إجراء حوارٍ موسعٍ مع المتبرعات، وسوف تجد على الأرجح أن لديهن استعدادًا ورغبةً في التحدّث معك.

(٥) معلومات سريعة

تحتاج المؤسسات غير الربحية إلى ضمان مستقبلٍ ماليٍّ راسخ عن طريق زيادة العطاء المقدم من المرأة. وللحصول على مزيدٍ من المنح من المرأة، فإن الخطوة الأولى هي تحليل كل مرحلة في عملية التنمية، ثم تنقيح مجموعة الممارسات والإجراءات المنتهجة على نحوٍ يربطها بالمرأة بصورة أفضل. كما أن المراجعة المؤسسية الدقيقة لعملية التنمية من شأنها أن تكشف النقاب عن مجالاتٍ من شأنها تحسين منهجية مراعاة الفوارق بين الجنسين.

وينبغي تحسين كل جزء من عملية التنمية وربطه بالمرأة بصورة أفضل؛ ومن ثمّ، عليك دراسة الخطوات التالية:

(١) استيعاب ومراجعة أنظمة البيانات: التأكد من مخاطبة المرأة وبحث ظروفها على نحو ملائم.

(٢) تشجيع اهتمامات المرأة:

الاتصال: استخدم وسائل اتصال تُراعي الفوارق بين الجنسين، وأبرز النساء في مواقع القيادة.

المشاركة: حدّد فرص التطوع وأنشطة التشجيع لجذب النساء.

جمع المعلومات: سلّ النساء عن آرائهن من خلال الدراسات الاستقصائية ومجموعات النقاش.

(٣) طلب المنحة: ركّز على الجانب الشخصي لأثر المنحة؛ من الذي يتأثر بها؟ قم بزيارة النساء واطلب دعمهن. أشرك كلا الزوجين في عملية الطلب متى كان ذلك ممكناً.

(٤) الامتنان: تأكّد من أن يُعزى الفضل إلى النساء. أرسل برقيات شكر شخصية.

(٥) الإدارة المسؤولة: زوّد النساء بتقارير مفيدة وأبرزُ لهن نتائج المنح التي قدمنها.

احرص على العمل بكفاءةٍ عند محاولة الحصول على أنواعٍ مختلفة من المنح من النساء: صندوق التبرعات السنوية، والمنح الكبرى، والحملات المكثفة لجمع التبرعات، والمنح النهائية. اعرض على النساء مشروعاتٍ محددةً للتمويل. يظهر أثر عملية تخطيط العمل الخيري، التي تساعد المتبرعين على تحديد قيمهم وآليات الأسرة، بدرجةٍ أكبر عند مخاطبة المرأة.

الفصل السابع

إشراك المرأة في اتخاذ القرار

تفعل المرأة الكثير والكثير كي تصبح المجتمعات أكثر قوة؛ فهي تُجسّد التوازن الدقيق بين القوة والعاطفة، وتناضل من أجل معتقداتها، وهي كائن متعاون بقوةٍ يعرف كيف يضع الأمور في نصابها.¹

«المرأة في العمل الخيري»، شراكة بين منظمة يوناييتد واي بمدينة ميدلاندز ومؤسسة المجتمع بوسط كارولينا في كولومبيا، ساوث كارولينا

أعتقد أن رؤية المرأة للمال والعمل الخيري مهمة للغاية. وقد اكتشفتُ أن القيمة التي تُضيفها المرأة في دعم المنظمة تفوق بكثيرٍ ما تُقدّمه من أموال.²

دون ثورن، رئيس شركة سيلفر بريدج لاستشارات العملاء

في أوائل السبعينيات، تم انتخاب شو-هاردي في مجلس مفوضي مقاطعة ترافيرس الكبرى، الذي كان كل أعضائه تقريباً من الرجال، في مدينة ترافيرس، وهي منطقة زراعية سياحية في شمال غرب ميشيجان. وبسبب جنسها، قام القادة الرجال بالمجلس بتكليفها بتوليّ مسؤوليات لجان الخدمات الاجتماعية والصحة العقلية، وهي المسؤوليات التي كانوا يعتقدون أنها «أقل» من مقامهم من حيث الأهمية. وكانت هذه التكاليفات الأولى الخاصة باللجان، على الرغم من أنها كانت تفرق بين الجنسين، متوافقةً مع اهتماماتها بصفةٍ خاصة، أكثر بكثيرٍ من لجان السلامة والأشغال العامة التي كانت

محل اهتمام الرجال. وقد أدركت أنها قامت بإنجازاتٍ أكثر من الرجال الذين كانوا يخدمون على مضضٍ في لجان «الخدمات الإنسانية».

وعندما تعاونت بعد عامين مع مفوضة من مقاطعةٍ مجاورة (كوني بينسفلد، التي أصبحت فيما بعد نائبةً لحافظات ميشيجان)، ظهر نتاج عملهما بالفعل في قطاعي الرعاية الصحية والخدمات الاجتماعية بفضل اهتمام النساء والتعامل مع هذه القضايا بوصفها قضاياهن الشخصية. وعندما غادرت شو-هاردي المجلس، قال لها النائب العام بالمقاطعة: «الحقيقة أنه يصعبُ على بعض الشيء أن أتصورَ مجلس المفوضين دون وجودك؛ حيث كنتِ تتولّين الجانب الإنساني من الأنشطة.»

لسوء الحظ، في الماضي كانت قلة قليلة من النساء يرغبن في ترشيح أنفسهن ليصبحن الممثل الوحيد للمرأة في مجلسٍ يسيطر عليه الرجال. وقد اكتشفت النساء اللاتي قمن بهذه القفزة أن حضورهن صوريٌّ وليس دليلاً على رغبة المنظمة في السير في اتجاه المساواة بين الجنسين. وقد قاومت نساء أخريات بشدةِ الفكرةَ القائلة بأنهن يفكرن ويتصرفن بطريقةٍ مختلفةٍ عن الرجال، لدرجة أنهن كن يتعرضن للعقاب حين كن يقترحن انضمام المزيد من النساء للمجالس؛ لأن الرجال كانوا يعتبرون هذه المجالس «ملكاً لهم».

في الماضي، لم يكن استبعاد النساء من المجالس واللجان يتم دائماً عن قصدٍ وعمد، بل كان من الأيسر للأفراد بدرجةٍ كبيرةٍ أن ينظروا إلى من يماثلونهم عند دراسة الفرص وتوظيف الأفراد: يماثلونهم من حيث الجنس، والطبقة الاجتماعية، والعرق، والميل الجنسي. وكلما زاد عمل المرأة في المناصب القيادية، صار يُنظر إلى النساء المرشحات بوصفهن «متساويات» في أذهان أعضاء المجلس. وفي الوقت نفسه، ستكون القيادات النسائية قادرةً على إسداء النصح للشابات وتكوين «حلقة صالحة» لجلب أفكارٍ جديدة ومنظورٍ جديد للمشكلات المستعصية.

(١) ما تُضيفه المرأة إلى المجالس

من المسلم به أن النساء يساهمن بالمال، وهو أمر مهم دون شك، ولكنهن يفعلن ما هو أكثر من ذلك بكثير؛ إذ يُقدّمن أساليب جديدة في القيادة، والتفكير، والعطاء، وكذلك العدالة الأصيلة. ولا تمتاز هذه الصفات بالاختلاف فحسب، بل هي ضرورية كذلك.

(١-١) قِيم النساء

يقول ديفيد باش، مؤلف كتاب «النساء الذكيات يختتمن حياتهن ثريات»: «كثير من الناس يديرون حياتهم من منطلق الأهداف، والعلاقات، والالتزامات، وغيرها من الأشياء. والنساء، كما أعلم، أكثر انسجامًا بدرجة كبيرة مع قِيمهن».³

بخلاف الأهداف التي تُترجم في صورة امتلاك شيءٍ ما أو الحصول عليه، تُعنى القيم بتعريف حياة الشخص؛ مَنْ هو وإلى أي موضعٍ ينتمي. ومرارًا وتكرارًا وجدنا أن أكثر القِيم التي تهتم بها المرأة هي المجتمع، والأسرة، والمساواة، وقيمة الفرد، وتوازن القوى، والتواصل مع الآخرين. كما وجدنا بصورةٍ مستمرة أنه عندما تُحدّد المرأة قِيمها، فإنها تربط هذه القيم بالعمل الخيري وتنظر إليها بوصفها وسيلة للمساعدة على حل المشكلات الاجتماعية.

(٢-١) أزواج المتبرعات

حين تأتي النساء للتبرع في أي منظمةٍ فإن أزواجهن يكونون بصحبتهن.

في دراسة شهيرة أُجريت عام ٢٠٠٩، وجدت مؤسسة «الولاء» أن ما يقرب من نصف النساء ذوات الدخل العالية اللاتي خضعن للدراسة هن مَنْ يحدد حجم ووجهة المساهمات الأسرية الخيرية.⁴ وأوضحت مؤسسة «الولاء» كذلك أن ٩٢ بالمائة من الرجال الذين شملتهم الدراسة حددوا اسم الزوجة بوصفه عاملاً مؤثرًا في حجم العطاء والجهة التي تذهب إليها الأموال. ويُعدُّ هذا رقمًا مذهلاً ينبغي على المنظمات والمؤسسات أن تضعه نُصبَ أعينها عند تعيين القيادات. ونستشهد هنا بقول أبيجيل آدمز الشهير لجون: «لا تنس المرأة».⁵ تدرك المرأة الآن أنها سوف تحيا على الأرجح من خمسة إلى سبعة أعوام أكثر من زوجها، وقد تبدأ في اتخاذ هذه القرارات المهمة مبكرًا أثناء حياتها. إليك هذه القصة التي تُسعد القلب وتُغذي العقل عن سحر وتأثير الزوجات.⁶

تخرجت جويس مايلز في كلية علوم المستهلكين والأسر بجامعة بوردو. وعلى الرغم من ذلك، لم تتصل بالجامعة بعد تخرُّجها إلا قليلًا إلى أن نظمت شيريل ألتينكير، مدير التنمية بالكلية حينذاك، «مؤتمر فيلكر السنوي للقيادة» (سُمِّي باسم عميد سابق لكلية علوم المستهلكين والأسر) بهدف إعادة الخريجين إلى الحرم الجامعي مرةً أخرى وتكريم

بعضهم. وقد تلقّت جويس إحدى الجوائز المتميزة المقدّمة للخريجين، كما أُلقت كلمة في الملتقى الذي استمرّ على مدار اليوم بالكامل.

وقد ترك ذلك الوقت الجميل أثرًا طيبًا لديها لدرجة أنها في المؤتمر التالي جاءت بصحبة زوجها، بوب، الذي حصل على درجته العلمية في الهندسة من بورديو. كان بوب يقوم ببعض الأعمال لكلية الهندسة وكان يرى هذه الأعمال مملة. غير أنه بدأ يحافظ على حضور مؤتمرات فيلكر مع جويس. وبعد ذلك طُلب منهما العمل بالمجلس الاستشاري في مركز بورديو للأسر. وكانت تمويل المركز في الأساس خريجة أخرى هي لورين مكورميك، وعلمت جويس بذلك عند حضورها مؤتمر فيلكر الأول لتسلّم جائزتها. وكانت النتيجة النهائية هي صندوق وقف بوب وجويس بييري مايلز برأس مال مليون دولار المخصص لاستخدام المركز والبرامج الأخرى التي تُركز على الأسرة.⁷ كان بوب متحمسًا لتقديم المنحة لأنه قال إنه بعد مُضيّ أكثر من ثلاثين عامًا في مجال الإنشاءات، كان متقبلًا لفكرة دعم مجالٍ يركز على الأسرة. وقال كذلك إن الأشخاص في كلية علوم المستهلك والأسر جعلوه يشعر بأنه جزء من أسرته.

لا شك في أن جويس هي التي اصطحبت بوب معها عند التبرع؛ وقد قاما فعليًا بتقديم خدماتهما في عدة مناصب قيادية بالجامعة.

(٣-١) رءوس الأموال الفكرية

بالإضافة إلى رءوس الأموال النقدية، تساهم المرأة كذلك برءوس أموال فكرية. فالفتيات يحصلن منذ زمن بعيد على تقديراتٍ أفضل من الفتيان في كافة مستويات التعليم، وهن الآن يحصلن على ٥٨ بالمائة من شهادات البكالوريوس في الولايات المتحدة.⁸ وتُبين الدراسات التي قامت بها كلوديا بوتشمان من ولاية أوهايو، وتوماس إيه ديربريت من جامعة كولومبيا، أن سبب هذه الفجوة بين الجنسين هو أن النساء يؤدين بصورة أفضل من الرجال أثناء الكلية؛⁹ فهن لا يكتفين بالحضور، ولكنهن يتألّفن هناك.¹⁰ وتتنبأ إحدى السيدات في دراسة أجرتها مجلة الإدارة، أنه بحلول عام ٢٠٢٠، ستحصل ١٥٦ سيدة على شهادات بكالوريوس في مقابل كل ١٠٠ رجل.¹¹ ولا يقتصر الأمر على زهاب المرأة إلى الكليات بأعدادٍ هائلةٍ فحسب، ولكنهن يستخدمن ما يتلقينّه من تعليم

ومهارات في بيئة العمل. وفي دراسة أصدرها مكتب إحصاءات العمل في عام ٢٠٠٥، تبيّن أن نصف الأفراد العاملين في الوظائف الإدارية والمهنية وما يرتبط بهما كان من السيدات؛ وهي مناصب تحتاج إلى فكر ومهارات في اتخاذ القرار.¹²

قيمة المرأة

تتراوح نسبة النساء اللاتي يعملن في مجالس إدارات المؤسسات غير الربحية الحكومية من ٢٣ إلى ٥١ بالمائة من العدد الإجمالي لأعضاء هذه المجالس، ولكن في الأغلب الأعم تخدم المرأة في مجالس إدارات المنظمات الصغيرة التي تقل ميزانيتها عن ٥٠٠ ألف دولار. ولا يُعبّر هذا الرقم، مع ما يحمله من إمكانيات قيادية، عن إجمالي عدد السكان من النساء، والأهم من ذلك أنه لا يُعبّر عن القيمة التي يمكن أن تضيفها النساء إلى طاولة مجلس الإدارة من حيث الجوانب المالية، والفكرية، والعاطفية.¹³

(٤-١) القيادة المختلفة

توجد شواهد متنامية على أن الأسلوب الإداري النسائي ليس مختلفاً في سوق العمل اليوم فحسب، ولكنه ضروري كذلك.¹⁴

كلير شيبمان وكاتي كاي لمجلة تايم،
بالمشاركة مع شبكة سي إن إن

أثنت مجلة فورتشن على فرانسيز هيسلبين، الحاصلة على ميدالية الحرية الرئاسية، بوصفها أفضل مدير لمؤسسة غير ربحية في أمريكا.¹⁵ وقد اكتسبت هيسلبين شهرتها من خلال استخدامها أسلوب الإدارة الدورية أثناء تولّيها القيادة بوصفها الرئيس التنفيذي لاتحاد كشافة البنات في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة من ١٩٧٦ إلى ١٩٩٠. وتصف سالي هيلجسين في كتابها «الميزة في كونك أنثى»، الإدارة الدائرية بشبكة يقوم فيها القادة بالإدارة عن طريق منح الصلاحيات وليس عن طريق إصدار التعليمات للمستويات الأقل.¹⁶ وتختلف هذه المدرسة الأنثوية عن أسلوب الإدارة من أعلى إلى أسفل الذي يفضل الرجال. وفي كشافة البنات، استبدلت هيسلبين نموذج الإدارة المنبسطة أو «الدورية» بالهيكل التنظيمي القديم. وقد ظهرت آثار التحول الإداري بصورة فورية وعلى المدى البعيد. تقول هيسلبين في هذا الصدد: «لقد حرر النفس البشرية».¹⁷

ثُمَّ أسلوبان آخران للقيادة غالبًا ما تنتهجهما النساء، وهما: طرح الأسئلة والحدز. فالنساء يَمْلَنَ إلى توجيه أسئلة أكثر من الرجال ويتجنبن التفكير داخل مجموعات، وهو الأمر الذي تحدث من خلاله قرارات خاطئة بسبب الضغط الذي تمارسه المجموعة. ويذكر إرفنج إل جانيس، وهو عالم وباحث نفسي في جامعة ييل، أن اتخاذ القرارات داخل المجموعة يحدث عندما يكون ثَمَّة تنوع في المجموعة وتكون المجموعة في معزلٍ عن الآراء الخارجية.¹⁸ ويزيد طرح الأسئلة وعدم الاستسلام للضغط من فرص تقديم البدائل وطرح الأفكار واتخاذ قرارات مُحكَّمة. وتخلص كذلك دراسات جامعة كامبريدج وجامعة بيتسبرج إلى أن النساء أكثر ميلًا إلى التركيز على المدى البعيد والإدارة الحذرة مقارنةً بالرجال.¹⁹

يصف البعض وسائل القيادة هذه بأنها «تحويلية»؛ بمعنى أنها تزيد من المشاركة والتحفيز، كما أنها ملائمة لبيئات العمل الناشئة الأقل التزامًا بالتسلسل الوظيفي. وأيًا كان الاسم، فإن هذا النمط من القيادة هو ما أتت به المرأة عند توليها مناصب قيادية، وهو نمط أكثر احتواءً وانفتاحًا للتغيرات السريعة التي تحدث في عالم اليوم.

(٥-١) الخبرة والرؤية الجديدة

ينبغي أن تكون التجارب الفردية للمرأة بوصفها أمًا وابنة وزوجة وعمة وخالة وجدة جزءًا من كل قرارٍ مهمٍّ يتم اتخاذه في قطاع المؤسسات غير الربحية. غالبًا ما تُقاس الخبرة بعدد السنوات التي قضاها المرء في وظيفة أو مهنة معينة وما تعلمه خلال هذه السنوات. ولكن الخبرة كذلك تعني المعرفة أو العلم المكتسبين خلال حياة الإنسان. وقد علَّقت روث بيدر جينسبرج، القاضية بالمحكمة العليا، على زملائها الرجال بشأن قرارٍ يخص فتاة تبلغ من العمر ثلاثة عشر عامًا تم تفتيشها ذاتيًا: «إنهم لم يشعروا بشعور فتاة ذات ثلاثة عشر ربيعًا لأنهم لم يكونوا في هذا الوضع قط ... لا أعتقد أن زملائي، أو بعضهم، قد فهموا الأمر بصورة جيدة.» لقد شعرت جينسبرج بقوة أن المحكمة في حاجةٍ إلى مزيدٍ من النساء وقالت: «تنتمي المرأة إلى كافة الأماكن التي يتم فيها اتخاذ القرارات.»²⁰

ويذكر باتريك روني، المدير التنفيذي لمركز العمل الخيري، الشيء نفسه من خلال تجاربه: «للنساء منظور مختلف، بوصفهن قادةً منظمات وقادةً لقطاع المؤسسات غير الربحية. أو من بشدة بمقولة «يحيا الاختلاف» فاختلف الأفراد يؤدي إلى اختلاف

إشراك المرأة في اتخاذ القرار

الإنجازات على طاولة الأعمال. فإذا كان لديك فقط رجال مكللون بالشيب في المواقع القيادية، فذلك يُعد جانبًا مهمًا في المجتمع، ولكنه ليس الجانب الأوحد. من المهم أن تُشرك الآخرين في المناقشة، وتمثل المرأة أكثر من نصف السكان، وهي غالبًا من تتخذ القرارات النهائية المتعلقة بالعمل الخيري داخل محيط الأسرة.»²¹

كما يتطرق روني إلى قضية إشراك النساء فيقول: «النساء في العموم لديهن طاقة للحب والرعاية قد تجعلهن أكثر ميلًا إلى العمل الخيري على نحوٍ بديهي.» وهذه الخصائص المتميزة مهمة للغاية للقرارات التي يتم اتخاذها بمجالس الإدارات واللجان.

النساء المرشحات لعضوية مجالس الإدارات واللجان

- النساء اللاتي يملكن شركات خاصة.
- النساء اللاتي لهن دور فعّال في أنشطة الأسرة.
- زوجات أعضاء مجالس الإدارات.
- النساء صاحبات المهن: المحاميات، الطبيبات، المحاسبات.
- النساء العاملات بالشركات.
- النساء في الوظائف الإدارية ومناصب الإدارة العليا.
- النساء أعضاء المنظمات النسائية مثل زونتا، مجالس يونايته واي، لجنة المائتين.
- النساء في صناديق التبرعات وحلقات العطاء.
- النساء في المنظمات الخدمية مثل الروتاري والكيوانيس.
- النساء أعضاء مجالس الإدارات في المنظمات الأخرى.
- النساء أعضاء مجالس الإدارات في الشركات.

(٦-١) مهارات الاتصال الفعال

تذكر لعبة القيل والقال، حيث يهمس أحد الأشخاص بقصة مختصرة للشخص الذي يليه، والذي يكررها بدوره إلى من يليه؟ يحدث هذا على الأقل عدة مرات حتى تصل إلى الشخص الأخير الذي يقوم بسردها للمجموعة بأكملها في العلن. فتأتي الرواية في المرة الأخيرة مختلفة تمامًا عن الرواية الأصلية. ويرجع السبب في هذا في الأغلب إلى أننا

المرأة والعمل الخيري

ورقة عمل ٧-١
مهارات الاتصال الفعال*

تصميم د. ألما بارون

- (١) تُظهِر الأبحاث أن الشخص المستمع يُفكر أسرع من الشخص الذي يتحدث إليه بمعدل أربعة أضعاف. هل تستغل هذا الوقت الزائد في أن تشرّد بأفكارك في اتجاهٍ آخر، بينما تحافظ على المسار العام للحوار؟
 - (٢) هل تنصت بصفةٍ أساسيةٍ للحقائق، أكثر من الأفكار، عندما يتحدث إليك شخصٌ ما؟
 - (٣) هل توجد كلمات، أو عبارات، أو أفكار معينة تجعلك تتعامل على المتحدث بحيث لا تنصت بموضوعيةٍ لما يقوله؟
 - (٤) عندما يعترك الارتباك أو الضيق لما يقوله شخص ما، هل تحاول أن تحسم المسألة في الحال، إما داخل ذهنك، وإما عن طريق مقاطعة المتحدث؟
 - (٥) إذا شعرت بأنك تحتاج إلى وقتٍ وجهدٍ كبيرين لكي تفهم شيئاً ما، فهل تتوقف عن متابعة الحوار حتى تتفادى هذه النقطة؟
 - (٦) هل تتعمّد تحويل أفكارك إلى موضوعاتٍ أخرى عندما تعتقد أنه ليس لدى المتحدث شيء شائقٍ لكي يُدلي به؟
 - (٧) هل تستطيع من خلال مظهر المتحدث وطريقة كلامه أن تُحدّد ما إذا كان لدى المتحدث، رجلاً كان أو امرأة، شيء يستحق الإنصات؟
 - (٨) عندما يتحدث إليك شخص ما، هل تحاول أن تجعل الشخص يعتقد أنك تُبدي اهتماماً بعكس الحقيقة؟
 - (٩) عندما تستمع إلى شخص ما، هل يشرّد ذهنك بسهولةٍ بسبب المشاهد والأصوات الخارجية؟
 - (١٠) إذا أردت أن تتذكر ما يقوله شخص ما، فهل تعتقد أن تدوين ما يقول أثناء حديثه فكرة جيدة؟
- وحسيما تذهب إليه د. بارون، إذا كانت إجاباتك عن كافة الأسئلة «لا»، فأنت الفرد النادر الذي نبحت عنه؛ المستمع المثالي. وكل إجابة «نعم» تعني أنه قد يكون لديك عادة سيئة محدّدة عند الاستماع.

* حقوق النشر © ٢٠١٠ بواسطة مؤسسة جون وايلي آند صنز، جميع الحقوق محفوظة.

جميعاً نستمع بطريقةٍ مختلفة، ولنكن صرحاء؛ فالبعض منا لا يستمع بصورةٍ جيدةٍ على الإطلاق.

عندما كانت د. جيني فوك عميدًا لكلية الهندسة بجامعة ولاية ميشيجان، كانت حديثة العهد بالعمل في التنمية، وكانت تُتابع منحة مقدمة من عميلٍ كبيرٍ محتملٍ بمبلغٍ قد يصل إلى عشرات الملايين من الدولارات، وتقول:

في مقابلتي الأولى مع هذا المتبرع، حضرت مع اثنين من مسؤولي التنمية، أحدهما رجل والآخر امرأة. واقتрحت المرأة التي كانت تشغل منصبًا أعلى أن أنصت تمامًا لما سوف يقوله المتبرع. وبالفعل أخذت أستمع إلى حديث المتبرع بقدر استطاعتي، وأحاول أن أستوعب ما يقوله. وأصارحك القول بأن مسألة التنمية قد استمعت إلى أشياء مختلفةً كليةً عما سمعه الرجل. لقد استمعت إلى تراكيب فعلية، وجمل شرطية، وصيغ أمرية لم يسمعهما الرجل. وقد استمعت إلى صيغة الجمع بينما استمع هو إلى صيغة المفرد. وأذهلني اختلاف الحوار من وجهة نظرها عن وجهة نظر الرجل. وربما كان ذلك هو السبب وراء نجاحنا في طلب موارد مالية من المتبرع.²²

لقد استمعتُ بالفعل.

وكانت الراحلة د. ألما بارون، أستاذة إدارة الأعمال السابق بجامعة ويسكونسن، ماديسون، قد اقترحت ممارسة الاتصال الفعال باستخدام التمرين التالي، ورقة عمل ١-٧.

(٧-١) المناهج الخلاقة

في الوقت الذي تواجه فيه المرأة تحدياتٍ كبيرةً وتأتي بحلولٍ عظيمةٍ وتُقدّم أموالاً كثيرة، ما زال ثَمَّة حاجة إلى نهجٍ خلاقٍ لحل المشكلات.

لقد جرت العادة على استبعاد المرأة من الدخول إلى مجال التعليم والتمثيل في مجالس الإدارات، وكان لزامًا عليها أن تبحث عن أساليبٍ أخرى لتحقيق أهدافها. كان يجب عليها أن تكون خلاقًا في مناهج حل المشكلات؛ وأن تكون مرنة ومتجاوبة مع التغيرات والتأثيرات الخارجية من أجل توصيل رسالتها وتمويل مشروعاتها. ومن رَجَم هذه المناهج جاءت المُلتقيات الخاصة التي وجدت فيها ضالتها، وكذلك الأشكال الصغيرة من جمع التبرعات التي استطاعت المرأة من خلالها أن تبيع بعض السلع مثل الخبز والكتب.

لقد كان العمل الخيري دائماً وسيلةً استطاعت المرأة من خلالها استغلال قدراتها في العمل الريادي لإنشاء منظماتٍ تعود بالخير على المجتمع والدولة والعالم. وقد استخدمت مناهج ذات رؤى متعددة لإقامة جمعياتٍ خيرية، ومواصلة وضع استراتيجيات جديدة لحل المشكلات المزمنة.

(٨-١) الاتجاه إلى التغيير

يتميز إيقاع التغيير في هذه الآونة بالسرعة في كافة المجالات من اقتصاد، وأنظمة حكم، وسياسة، وتجارة، وأعمال خيرية. وتأتي المرأة في مقدمة هذا الزخم. وقد أبرز خبير علوم الإدارة، توم بيترز، القوة الشرائية للمرأة حين كتب في عام ٢٠٠٣ يقول إن ٨٣ بالمائة من كافة القرارات المتعلقة بالاستهلاك في الولايات المتحدة تتخذها المرأة.²³ ومعنى هذا أنه عندما تُقرّر المرأة القيام بعمليات شراءٍ كبيرة أو صغيرة لسلعٍ تقليدية أو عصرية، على البشر في كافة الميادين أن يُنصتوا. وإنه لشيءٌ يسير أن تُنصت لشخص يشاركك في اتخاذ القرار.

فكّر فيما كان سيئول إليه الأمر إذا قامت جنرال موتورز، وكرايسلر، وفورد، بتعيين عددٍ من النساء بقدر عدد الرجال في مجالس الإدارة وفي مناصب الإدارة العليا. نستطيع أن نؤكد لك أن التغيير الملح الذي طال انتظاره، المتمثل في إنتاج سيارة أقل حجماً وأكثر أماناً وكفاءة، كان سيحدث في وقتٍ مبكر للغاية؛ فمعظم النساء لا يفضلن السيارات الضخمة التي تستهلك كمية كبيرة من الوقود، على الرغم من وجود استثناءات؛ فالنساء يرغبن في سيارةٍ صغيرة لأسرهن، ونسمع مراراً وتكراراً السيدات يقلن: «ما أريده هو سيارة تعمل على الدوام ولا تضيف ضغطاً جديدة إلى حياتي». إن الجودة والاعتمادية عامل مهم لدى المرأة.

الحال نفسها تنطبق على مجال العمل الخيري الذي يحدث فيه التغيير بسرعة، وهنا تقود المرأة المسيرة أيضاً. ومن المفيد في هذا الصدد تكوين بعض مجموعات النقاش (انظر المصدر أ) لمعرفة رأى المرأة فيما يخص مسار العمل الخيري في المنظمة. وعندما يتم إشراك المرأة مبكراً في هذه النقاشات، ستكون هناك قيمة مضافة للرجال كذلك. وصناعة السيارات في أمريكا يمكن أن تكون شاهداً على ذلك.

(٩-١) التصور العام للعدالة

إن التصور العام للعمل الخيري هو مرتبط بالفرس. في الوقت الراهن، حيث تمتلئ الصحف بالعناوين الرئيسية المهمة وتزخر بالتفاصيل، يصبح من العسير على المنظمات جذب اهتمام الجماهير، بل وإقناعهم أن هناك قراراتٍ صائبةً يتم اتخاذها؛ فقد أصبح الأشخاص يتخذون قراراتهم دون الحصول على كافة المعلومات الضرورية. كما تُبنى الآراء بصفةٍ أساسية على التصور العام الذي يتضمّن الشكل الذي «تبدو» عليه المنظمة.

يتعين على الجامعات والمنظمات أن تتخذ قراراتٍ صعبةً بشأن مصادر جمع التبرعات، والمنح التي سيتم قبولها، والأشخاص الذين سيطلب منهم تقديم هذه المنح. هل ستشمل حملات جمع التبرعات تمويل المنح الدراسية أو الألعاب الرياضية أو كليهما؟ وهل سيكون جمع التبرعات لرعاية الأطفال في الجامعات جزءاً من هذه الحملات؟ وما هو موضع كليات التعليم والتمريض من جهود جمع التبرعات مقارنةً بكليات الهندسة وإدارة الأعمال؟ وفيما يتعلق بالمتاحف والمسارح، قد تتعلق المسألة بحجم الدخل الذي تُدره الأبنية المستأجرة مقابل الأعمال المنتجة المستقلة، أو إمكانية قبول منحة عندما يكون الغرض الواضح منها هو توفير الموارد اللازمة لاستمرار تعيين أحد أفراد الأسرة ضمن طاقم العمل.

تواجه كل منظمة ومجلس قضايا شائكة. فقط تحدث مع أي شخص يكون قد عايش أزمات منظمة يونائتد واي أو هيئة الصليب الأحمر حول الإشراف الوظيفي، وانحلال مجالس الإدارة، وتصورات عموم الناس. هنا يبرز مبدأ عام: سوف تحل مشكلات كثيرة عندما يكون هناك تنوع في مجالس الإدارة، وأطقم العمل، والإدارة، واللجان. والأهم أن ذلك سوف يكون مفيداً للتصور العام للأداء الحسن وتقبُّل السياسات والتغيرات الجديدة.

(١٠-١) التنوع

للتنوع عدة معانٍ، ولكل شريحة من شرائح المجتمع موضوعاتها المهمة وأفكارها التي من شأنها أن تزيد قدرة المنظمة على الوصول إلى عدد أكبر من الناس، وتوسيع نطاق نشاطها وتحقيق النجاح المنشود.

تحرص المراة على الدوام على وجود تنوع بمجالس الإدارة واللجان التي تخدم بها؛ فهي تساوي بين التنوع والعدالة، ولا يعنيتها عدد المرات التي سمعت فيها هذه العبارة: «لقد بحثنا ولم نعثر على أي شخص.»

تقول أن موسل، نائب رئيس مؤسسة ديليو كيه كيلوج للأعمال الخيرية والتطوعية، إنها عندما كانت رئيسة مؤسسة المراة لمنطقة واشنطن، قامت المؤسسة «بإنشاء نموذج للعمل الخيري حيث تجتمع النساء معاً بوصفهن متبرعاتٍ ومتلقياتٍ للتبرع.»²⁴ وتضمّن جزءٌ كبير من النموذج تدريبَ قائدات المنظمات الشريكة التي قدّمت لها المؤسسة الأموال. وقد قبلت موسل مسؤولية تحديد وتدريب القائدات لإكسابهن الخبرة والثقة اللازمتين للعمل بمجالس الإدارة.

ولا يكفي القيام بمحاولات محدودة لزيادة التنوع؛ بل يحتاج الأمر إلى جهد حقيقي مثل الذي بذلته موسل بغية البحث عن شخصيات مختلفة وتدريبها على مهارات القيادة. وهذا من شأنه أن يساعد المراة على الشعور بمزيد من الاطمئنان وهي تؤدي الأدوار القيادية، ويؤكد لها أن المنظمة تعمل بنصائحها. تقول موسل:

يحتاج الأمر إلى جهدٍ مجتمعيٍّ لتأسيس منظمةٍ جذابة ومتعددة الثقافات بالفعل، وتضم كافة الطبقات والمجتمعات. ولكي تكون مؤسسة المراة لمنطقة واشنطن ذات أهداف ومصداقية في المنطقة، كان علينا التواصل مع النساء الأفريقيات الأمريكيات وتاريخهن الرائع. ومنذ بداية عمل المنظمة، كان لنا الكثير من الحوارات حول كيفية تأسيس منظمة متعددة الأعراق والثقافات بكفاءة.

ولكي تكوني قائدةً ذات هدف، وتُعدي نفسك للتعامل في عالم اليوم والغد، تحتاجين إلى معالجة الانقسامات وجمع شتات الناس عبر المجتمعات والمناطق الجغرافية. كما عليك أن تعلمي بجدٍ للتأكد من أن الجميع ممثلون على طاولة الأعمال [وتقترح موسل مائدة مستديرة حتى يمكن الاستماع إلى جميع الأصوات].

وتتضمّن القيادة كذلك إشراك الجيل القادم؛ فالذين يصوغون الرؤية يختلفون كثيراً عن الذين سيقومون على تنفيذها وتطويرها؛ فالقادة الناجحون هم من يعرفون متى يُسلمون الشعلة لغيرهم.

وتضع ليندا ماكجورن، رئيس مؤسسة جامعة فلوريدا، مبدأً عاماً: «لا يمكنك القيام بأمر لا تعرف عنه أي شيء»²⁵ لا يمكن أن يتمثل هذا التأكيد على زيادة التنوع في واحدةٍ أو اثنتين من النساء الملونات على سبيل الرمز؛ بل يجب أن يكون هناك التزام حقيقي ودائم بزيادة التنوع في مجالس الإدارة، واللجان، ومجالات التبرع.

بعض المفاتيح للمساعدة في إشراك مزيد من النساء في مجالس الإدارة

- احتفظ بقائمةٍ من المرشحات المحتملات. ويتطلب تحديث قوائم الأعضاء المحتملين جهداً كبيراً يتعين أن يقوم به كلٌّ من الجنسين. احرص على أن تكون قوائمك جاهزة عند الطلب.
- تفهّم أن النساء يتنقلن بين العديد من الأدوار أثناء حياتهن، وقد تحتاج إلى تغيير توقعاتك بشأن ما تستطيع النساء من أعضاء مجالس الإدارة أن تنجزه. وتذكّر أنك عندما تقوم بتدعيم بيئةٍ معينةٍ لكي تتلاءم مع الأسر، فإنك تُقدّم فوائدٍ للأعضاء من الرجال في الوقت نفسه.
- حافظ على المنظمة في أفضل حالاتها قدر الإمكان إذا أردت أن تبتذل المرأة وقتها ومالها للمنظمة. سوف تختار المرأة فقط المؤسسات غير الربحية التي تخاطبها بالفعل، والمؤسسات التي تخاطب القضايا والقيم التي تهتم بها.

(١١-١) بناء التوافق الجماعي

من المعروف منذ أمدٍ بعيدٍ أن المرأة هي صانعة السلام ومحققة التوافق الجماعي داخل الأسرة؛ وها هي تنقل هذه المهارة إلى المعترك السياسي وأروقة المجالس. في عام ٢٠٠٨، عندما أصبحت نسبة النساء في مجلس شيوخ ولاية نيو هامبشاير ٥٨٪، قالت رئيس المجلس سيلفيا لارسن إن المرأة هي مُنشئة التوافق الجماعي، ولديها قدرة تامة على إنجاز الأعمال.²⁶ وأضافت أن أداء المهام من خلال فرق العمل أتى ثماره في العام الأول من عمر مجلس شيوخ نيو هامبشاير. وتعتقد لارسن أن الأغلبية تمنح المرأة الفرصة لإظهار قدرتها وأسلوب قيادتها، وهي على يقين أن النتائج سوف تكون إيجابيةً في العامين المقبلين.

ويعود تقدير قيمة التوافق بالفائدة على أي منظمة. وعلى الرغم من أن المرأة كانت في الماضي تلتزم الصمت وعدم المواجهة أحياناً من أجل عدم إثارة الخلاف؛ فقد تكون هذه الصفات مطلوبةً عند محاولة الوصول إلى توافق، ما لم تكن ناتجةً عن أفعال أو

ردود أفعال قمعية. إن التعاون، والتواصل، والعمل الجماعي هي المفاتيح، والمراة تعرف كيفية استخدامها.

(١٢-١) العمل التطوعي

المراة أكثر ميلاً إلى العمل التطوعي من الرجل.²⁷

إن المراة هي شريان الحياة لأي منظمة غير ربحية. سل أي موظف إداري، نكراً كان أو أنثي، كيف ينجز عمله بدون المراة المتطوعة، و يقيناً ستذهك الإجابة؛ لأن المراة عامل حاسم في نجاح المنظمة. وعلى الرغم من أن العمل التطوعي كان أيسر بدرجة كبيرة للمراة عندما كانت لا تعمل خارج المنزل، فإن المراة، وإن كانت أمًا عاملة وذات مهام كثيرة، فإنها ما زالت تجد وقتاً للتطوع. فالمراة تحب العمل الخدمي وبذل الوقت بصرف النظر عن وضعها المالي. وهي ترغب في الانخراط في المنظمات والتواصل معها، وعلى وجه الخصوص تلك التي تتبرع لها المراة بالمال.

لقد اتضح أن العمل التطوعي هو أحد العناصر الرئيسية التي تؤدي إلى زيادة العطاء. وتقول ميشيل مينتر، نائب رئيس مجلس الكليات للتنمية: «النساء ... متطوعات عاطفيات؛ فهن يتطوعن بمعدلات أكبر من الرجال في كل ولاية، و متى التحقن بالعمل، تنشأ علاقات تبادلية قوية بين عملهن ودعمهن المالي.»²⁸

غير أن الانفصام يكمن في أن النسبة الكبيرة الخاصة بتطوع المراة لا يتم ترجمتها إلى عدد كبير من المناصب في القيادة التطوعية للمنظمات. وقد وجد أحد مؤشرات حوكمة المؤسسات غير الربحية في عام ٢٠٠٧ أنه مع نمو المنظمة وتزايد ميزانيتها وقوتها، يقل عدد النساء في المواقع القيادية بمجالس الإدارة.²⁹ تتخذ معظم القرارات الكبرى في قاعة مجلس الإدارة، حيث يقل تأثير المراة، على الرغم من كمية الوقت الذي تنفقه.

نصائح لتصويب الانفصال بين الوقت الذي تنفقه المراة في التطوع، ووجودها في مجالس الإدارة

ابحث عن المنحة المحتملة أكثر من التمسك بشرط أساسي ينص على أنه يجب على الشخص تقديم منحة كبيرة قبل أن يتم اختياره في موقع قيادي. ما زال بعض النساء لا يقتنعن بفكرة حتمية دفع الأموال قبل ممارسة العمل، وغالبًا ما تعتقد المراة أن وقتها أضمن من مالها. وقد يتم تجاهل

إشراك المرأة في اتخاذ القرار

النساء في عملية الترشيح لمجلس الإدارة إذا كانت العملية مرتكزة على نحو صارم على مساهمات مالية كبيرة سابقة.

ومع ذلك، شدّد على أن فكرة القيادة تتضمن المساهمة المالية وكذا التطوع بالوقت. تحدّثت عن زيادة مصداقية المرأة مع تقديمها منحًا سخية (تختلف طبقًا لمواردها المالية) وكيف أن تأثيرها سوف يكون أقوى عندما تتقلد منصبًا قياديًا في مجلس الإدارة، حيث يتم اتخاذ القرارات بشأن القضايا المهمة.

عندما يوجد زوجان محبان للعمل الخيري، قم بدعوة الزوجة إلى مجلس الإدارة. لا شك في أنها قد ساعدت في اتخاذ القرار الخاص باختيار الجهة المستحقة للمساهمة، وربما كانت متخذة القرار بصفة أساسية على الرغم من كون المنحة باسم الزوجين معًا. ويمكن أن يسهم إشراك الزوجين معًا في مجلس الإدارة في تحقيق التنوع، وغالبًا ما يُحدث مزيدًا من الألفة في أروقة المجلس.

قم بابتكار مجالات مفيدة تستطيع المرأة من خلالها التطوع ووضعه قدمها على الطريق نحو المناصب القيادية بمجلس الإدارة؛ فالنساء يستجبن للتوجيه بصورة جيدة، ويمكن لأعضاء مجلس الإدارة من النساء توجيه المتطوعات الجديرات والقديمات. وسوف تساعد هذه الخطة على تقدّم المتطوعات وتزايد الفرص والمهام أمامهن على نحو يقودهن إلى عضوية مجلس الإدارة.

تأكد من وجود التزام قوي من جانب مجلس الإدارة وطاقم العمل بضم المزيد من النساء إلى عضوية مجلس الإدارة؛ وينطبق الشيء نفسه على زيادة التنوع بضم الشباب في المجلس. وينبغي أن يعبر العدد الفعلي عن ما هو أكثر من المشاركة الرمزية، وسوف يتطلب هذا خطة والتزامًا تعزز الاستمرارية. والتدريب هنا قد يكون ضروريًا لطمأنة وإقناع العاملين وأعضاء مجلس الإدارة بأن القدرات الكبيرة للتعطاء توجد حيث يوجد التنوع الكبير في مجلس الإدارة، وقد يتطلب الأمر استراتيجيات مختلفة لوضع الخطة موضع التنفيذ.

(١٣-١) الذكاء المالي

لا يقتصر الأمر على أشكال التربية والرعاية التقليدية التي أتت بها المرأة إلى طاولة مجالس إدارة المؤسسات غير الربحية فحسب، فوفقًا لرأي ميدلين رينجولد، كبيرة مستشاري العمل الخيري بمنظمة جيه بي مورجان تشيس لخدمات العملاء الخاصة: «عندما تنخرط المرأة في المنظمات الخيرية ... تؤثر على صناديق الوقف وتنضم إلى مجلس الإدارة ... فالنساء الآن خريجات كليات إدارة الأعمال ويعرفن كيف يطبقن المبادئ المالية السليمة على مجال العمل الخيري.»³⁰ وتعزز كاتليست، وهي مجموعة مختصة بأبحاث القوى العاملة، هذا الرأي عن طريق دراسة خمسمائة من كبرى الشركات في الولايات

المتحدة، وقد وجدت أن الشركات التي يتكون جُل مجلس إدارتها من النساء تُحقّق أكبر عائد للأسهم، بنسبة ٥٣٪ على أقل تقدير.³¹

(١٤-١) التنشئة والإيثار

تبدو المراة مختلفةً عن الرجل من حيث المزاج العقلي، وبصفةٍ أساسية من حيث رقتها المتناهية وأنانيتها المتضائلة ... فالرجل ... يستمتع بالمنافسة، وهذا يؤدي إلى الطموح الذي ينجرّف بسهولةٍ إلى الأنانية.

تشارلز داروين في كتاب «أصل الإنسان» عام ١٨٧١

تصبغ المراة أي موقفٍ بصبغة التنشئة والإيثار، وفقاً لديبرا ميش، مدير معهد العمل الخيري النسائي بمركز العمل الخيري في جامعة إنديانا: «في هذا الفرع من الثقافة بصفةٍ خاصة، [النساء] هن المربيات المعهود إليهن بتنشئة الأسرة. والإيثار لديهن أكثر رقياً [مقارنةً بالرجال].»³²

ترتبط التنشئة بالإيثار، وكلاهما مهم للمجتمع. وتوضح ميش أن الإيثار نوع من السلوك الاجتماعي الإيجابي ومضاد واضح للأنانية والأثرة، وتضيف أن التنشئة ناتجة عن الأدوار التي تقوم بها المراة طبقاً لثقافتنا؛ فعملية الاندماج المجتمعي للمراة تجعل منها المحتضنة ومقدمة الرعاية الطبيعية في البناء الأسري الاجتماعي.

من الواضح جداً أن الكلمتين متلازمتان في نظر البعض. تقول جوانا إل كروتز، مؤلفة كتاب «المرشد إلى التبرع الذكي»، والكاتبة في العدد السنوي الخاص بالأعمال الخيرية لمجلة المدينة والريف: «إن العطاء هو ما تفعله المراة بطبيعة الحال، فهي تحتضن الأطفال والأقارب والمجمعات. ونحن نعطي كل ما نملك للأصدقاء الذين أعوزتهم الحاجة، ونشارك في مسيرات جمع التبرعات، ونحضر مجالس الكليات، ونتبرع لحملات جمع الملابس. كما أننا نحرر شيكات العطاء على الدوام.»³³ فالتنشئة والإيثار عمل نسائي أصيل.

(١-١٥) الضرائب مقابل الإيثار

لقد أكدت الأبحاث التي قمنا بها ما أشارت إليه دراسات كثيرة سابقة تقول إن: الامتيازات الضريبية ليست السبب وراء عطاء المرأة. في عام ٢٠٠٩، سألنا عددًا من النساء هل كان عطاؤهن الخيري سيتأثر إذا تم إلغاء القوانين الفيدرالية التي تسمح بخصومات ضريبية نظير المنح الخيرية.³⁴ وقد ذكر نحو ٦٧ بالمائة أن عطاءهن سيبقى كما هو. ويجب أن نوضح هنا أن السؤال لم يتضمّن ما إذا كان عطاء النساء سيقبل إذا كان الإعفاء الضريبي أقل، أو بالأحرى هل كان النساء سيواصلن العطاء إذا تم إلغاء الإعفاء برّمته. لا يوجد تعبير أصدق من هذا على أن العمل الخيري النسائي ينطلق من الإيثار لا الانتهازية.

(٢) معلومات سريعة

سوف تستفيد كل المؤسسات غير الربحية من كون المرأة ممثلة في هذه المؤسسات بصوتها وقيمتها وقيادتها. إن الأمر متروك للمؤسسات والمنظمات لكي تستمع إلى النساء اللاتي يُشكّلن أكثر من نصف سكان الولايات المتحدة، ويتحكمن فيما يزيد عن نصف ثروات البلاد، وبوجه عام يمتلكن كافة القيم السامية التي يمكن أن تجعل العالم مكانًا أفضل. إن تنشئة النساء وإعدادهن لتولّي المناصب القيادية ليس شيئًا مستحبًا وينم عن الذكاء فحسب، بل هو حق لهن كذلك. لا تحتاج النساء إلى الحصول على إذن لكي يجلسن على طاولة مجلس الإدارة؛ وإنما يتعين عليهن أن يطلبن القيام بأدوار قيادية، كما ينبغي أن يُطلب منهن التقدم على مواقع القيادة. وسوف يربح الجميع من جلب أفكار ومميزات جديدة إلى قيادة المنظمة؛ من المنظمة ذاتها، إلى مجلس الإدارة، إلى الموازنة، إلى الزملاء من أعضاء مجلس الإدارة والمناطق الجغرافية التي يقومون بخدمتها. تذكّر المميزات المهمة الكثيرة التي تجلبها المرأة لقيادة العمل الخيري، ومنها:

- القيم المهمة.
- الأزواج.
- رءوس الأموال الفكرية.
- الإدارة المغايرة للتسلسل الهرمي.
- الخبرة والرؤية الجديدة.

المرأة والعمل الخيري

- مهارات الاستماع.
- نهج قيادة الأعمال.
- القدرة على إحداث التغيير.
- التصور العام للأداء الحسن.
- التنوع.
- تأسيس التوافق الاجتماعي.
- تاريخ العمل التطوعي.
- الذكاء المالي.
- الرعاية والإيثار.

الفصل الثامن

برامج العمل الخيري النسائي وحلقات العطاء

تنطبق المعلومات الواردة في هذا الفصل على بيئاتٍ متعددة. وعلى الرغم من أن هياكل المنظمات وأهدافها قد تختلف، تنطبق الأسس على الجمعيات المختلفة مثل صناديق جمع التبرعات الخاصة بالمرأة، وجمعيات الخدمة الاجتماعية، والجمعيات الدينية، وكليات البنات، ومنظمات الخدمة النسائية، ومنظمات الرعاية الصحية النسائية، وبرامج الأنشطة الرياضية للمرأة.

(١) برامج العمل الخيري النسائي: طاقة جديدة للمؤسسات غير الربحية

لقد منحني برنامج العمل الخيري النسائي أسلوبًا جديدًا ومثيرًا للتواصل مع الجامعة؛ فباستطاعتي أن أطرح أولوياتي الخاصة بالعمل الخيري على طاولة مجالس الإدارات، وأدرك أنها سوف تُحدِث الفارق، وتحظى بقبول جميع النساء النشطات والمثيرات للإعجاب ممن لهن الميول نفسها. وخلال عدة سنوات قليلة، تحوَّلتُ من امرأة لم تقم بزيارة الحرم الجامعي على مدار ثلاثين عامًا إلى أخرى مستغرقة تمامًا في المهام الخاصة بمجالس الإدارة والعمل الخيري.¹

دوريس ويسبرج، الرئيس الفخري للمجلس النسائي
للعمل الخيري، مؤسسة جامعة ويسكونسن؛ والأستاذ
للعمل الخيري في كلية مدينة نيويورك؛ ومؤسسة قناة الطعام

لقد عززت برامج العمل الخيري النسائي المنظمات في أنحاء البلاد وخارجها. وقد تبلورت هذه البرامج في صورة منظمات معنية بالصحة، والخدمة الاجتماعية، وتطوير المجتمع، والأديان، والأنشطة الرياضية، والتعليم العالي. إن برنامج العمل الخيري النسائي عبارة عن نشاط منظم داخل منظمة أو مؤسسة غير ربحية تعمل للصالح العام. ويركز هذا القسم من الفصل على البرامج التي تمثل جزءاً من المؤسسات غير الربحية التي تهدف إلى خدمة المجتمع بأكمله، وليس النساء فحسب. وسوف نقوم باستعراض مكونات إنشاء برنامج ناجح في بيئة ذات تعليم مختلط مع عرض أمثلة على ذلك. وسوف تكون الأمثلة الأساسية من التعليم العالي، الذي كانت له الريادة في برامج العمل الخيري النسائي.

(١-١) البرامج: واسعة الانتشار وهادفة

أصبحت برامج العمل الخيري النسائي واسعة الانتشار في أنحاء البلاد؛ فعندما تتحدث إلى المتطوعين أو العاملين المنخرطين فيها، تجدهم مفعمين بالحماس ويتناولونها بروح متميزة. ويرى المتطوعون أن هذه البرامج تفتح آفاقاً جديدة أمام المنظمات والمؤسسات التي كانت فيما سبق منغلقة عليهم أو يكتنفها الغموض على أقل تقدير. فمن خلال هذه البرامج، تتعلم المرأة أنها ذات قيمة. ولا يؤثر وجود هذه البرامج إيجابياً على المشاركين فيها فحسب، بل وبيث رسالة مفادها أن المنظمة تقر بدور المرأة وإسهاماتها وأن المرأة محل تقدير كذلك.

تذكر النساء أن برامج المرأة أصبحت مصدرًا حقيقياً للبهجة والتواصل في حياتهن؛ لأنها تركز على المتبرعات وعلى إنشاء علاقة واعية مع المؤسسات على نحو تشعر معه النساء بالاطمئنان. كما أن البرامج تخلق علاقات هادفة فيما بين النساء، يكون العمل الخيري جزءاً منها، حيث تقابل النساء بعضهن بعضاً ويتعلمن أثناء الجلسات التثقيفية من خلال أساليب جديدة ومبدعة.

ويتضح حماس العاملين ونشاط العمل الخيري تمام الوضوح. وقد قالت الناشطة في العمل الخيري جودي جورجيسن من ميلووكي عن لوري راب، وهي الموظفة التي استعانت بها في المجلس النسائي للعمل الخيري بجامعة ويسكونسن: «إنه لشيء مذهل أن يُغيّر فنجان من القهوة وحوار مع شخصٍ آخر حياتك ويضيف بُعداً لم تكوني تعلمين أنك بحاجة إليه! إنني جد ممتنة!»²

لن تجذب برامج العمل الخيري النسائي النساء كافة، ولكنها طريقة أخرى لإشراك النساء في حياة المنظمة. بعض النساء لا يملن إلى الاستماع إلى الخطب التي تُلقى بملتقيات الخريجين الاعتيادية التي تنظمها الكليات والجامعات، ويفضّلن برامج حقيقية موجّهة إلى المرأة.

وتتضمّن برامج العمل الخيري النسائي الناجحة الأهداف الخمسة التالية:

- «العمل الخيري»: زيادة عطاء المرأة في العمل الخيري من حيث الوقت والموهبة والمال.
- «القيادة»: زيادة عدد النساء في مواقع القيادة التطوعية.
- «التعليم»: توفير فرص تعليمية في مجالات العمل الخيري، والشؤون المالية، والمؤسسات غير الربحية، والقضايا الاجتماعية.
- «الصدقة»: توفير بيئة لتكوين الصداقات والتواصل.
- «البهجة»: إيجاد بهجة العطاء.

العمل الخيري

قد تكون زيادة العمل الخيري النسائي لصالح المؤسسة، من حيث الوقت والمال، هي الهدف الداخلي الرئيسي للمؤسسة. عليك أن تكون واضحًا فيما يتعلق بالهدف من البرنامج، وهو زيادة الأعمال الخيرية لصالح المنظمة. عندما تكون كلمة «العطاء» أو «العمل الخيري» متضمّنة في اسم الجمعية، تكون المهمة أكثر وضوحًا، ومن المهم أن تقوم الجمعيات التي لا تُدرج كلمة «عطاء» أو كلمة «العمل الخيري» في لقبها، بتوصيف العمل الخيري كجزء من هدفها في الواجهة الخاصة بها. وإليك بعض أسماء جمعياتٍ كمثالٍ على ذلك: مبادرة القيادة النسائية، حلقة العطاء النسائية، التواصل النسائي، المرأة والعمل الخيري. ونوصي كذلك بإطلاق اسم شامل على برنامجك أو مبادرتك، وليس فقط التركيز على مجموعة الأفراد القيادية لتكون اسمًا. ويتعين على الجمعيات الجديدة التفكير في أسماء من قبيل: منظمة [اسم المنظمة] للمرأة والقيادة، منظمة [اسم المنظمة] للمرأة والعمل الخيري، نساء من أجل [اسم المنظمة].

تفشل برامج المرأة عندما لا تعلن في واجهتها أن التبرع هو الهدف الأساسي للمنظمة. لا تنزلق إلى منعطف إنشاء جمعيات بهدف تكوين علاقات طيبة فقط مع أهل منطقتك

من خلال التعليم. يجب أن يكون العمل الخيري جزءاً أصيلاً وواضحاً في المعادلة؛ فلا أحد يريد أن يُنظر إلى برامج العمل الخيري النسائي على أنها مجال للمناقسة الداخلية أو عناصر إضافية مهمشة. إن برامج العمل النسائية هي أنشطة حيوية تُحقّق إضافة للمنظمات ذات التعليم المختلط التي تقوم بنشر قيمها. سوف تحتاج المتبرعات أحياناً إلى توجيه الطلاب أو أطقم العمل، ونوصي بأداء تلك الأنشطة من خلال اتصالات الخريجين، وليس من خلال برنامج العمل الخيري النسائي.

إن الدائرة الداخلية للقادة هي المجموعة الأولى من النساء المنوطة بها زيادة العطاء، والمجموعة الثانية هي دائرة أكبر من الأعضاء أو المشاركين في البرامج. وينبغي أن يهدف برنامجك إلى زيادة الرقم الإجمالي من التبرعات النسائية للمنظمة. وثمة هدف ثانٍ يتمثل في زيادة عدد النساء اللاتي يتقلدن مناصب قيادية في مجالس الإدارة خارج برامج المرأة. وهدف أخير هو زيادة العدد الكلي للنساء اللاتي يتولّين رئاسة هذه المجالس. ضع وسائل لقياس هذه الأهداف وأطلع الجمهور في الداخل والخارج على هذه الأهداف.

وبإمكان الراغبين في تنفيذ برنامج نسائي داخل مؤسسة تعليم مختلط حضور محاضرات عن التسويق والتنمية بكليات المرأة. تقول باتريشيا جاكسون، نائب رئيس كلية سميث للتنمية عن كليات المرأة: «نفكر كثيراً في طريقة حياة النساء، وندرک أنهن معنيات بالعالم وبما سيتركه من ميراث. ونحاول أن نحقق توازناً بين الحنين إلى كلية سميث وما نحتاجه اليوم. يحصل ستون بالمائة من طلابنا على منح دراسية يحتاجونها بالفعل، والعديد منهم يُمثلون الجيل الأول في الكلية. إن دخول معترك التعليم العالي شيء مهم لنا. وهدفنا هو أن تتحول كلية سميث إلى قضية أكثر من كونها مؤسسة؛ فنحن نركز على الدور المنوط بنا؛ وهو إعداد قيادات نسائية عالمية، من أجل العالم.»³ إن المفهوم الرئيسي في هذا الصدد هو أن المؤسسة بمنزلة قضية تُلقَى بأثرها على العالم. وهذا النهج من شأنه أن يكون مصدر جذب للمرأة.

القيادة

تُمثل تنمية القيادة التطوعية جزءاً كبيراً من برامج العمل الخيري النسائي قاطبة؛ فقد تنتقل عضوات البرنامج النسائي إلى المجالس واللجان الأخرى داخل المنظمة. وقد يكون البرنامج النسائي كذلك مكاناً ملائماً لإشراك النساء اللاتي أنهين الخدمة بمجلس آخر أو لجنة أخرى. وعلى الجماعة النسائية أن تتعرّف على النساء خارج عضويتها لضمهنَّ

إلى مجالس ولجان أخرى. على سبيل المثال، عندما تعقد جامعة ما ملتقى يخص برامج المرأة في إحدى المدن في حضور مرشحة جديدة لعضوية مجلس الكلية، يتعين على طاقم العمل وضع المرأة في دائرة اهتمام زملائها في الكلية. إن أحد الأهداف المشتركة لكافة البرامج النسائية هو زيادة عدد النساء في المواقع القيادية.

قدمت شيريل ألتيكيمر، نائب رئيس جامعة بورديو المساعد للتنمية، تقريراً عن تنمية القيادة النسائية أثناء الحملات المكثفة لجمع التبرعات؛ ففي المدن الكبيرة في أنحاء البلاد، قامت بعقد اجتماعات على مدى خمس سنوات لكبريات المتبرعات من النساء عند مستوى ١٠٠ ألف دولار، وقد عُقدت هذه اللقاءات في المنازل وتضمّنت أحياناً محاضراتٍ عن العطاء المخطط. تحدثت كل سيدة من الحضور عن تأثير جامعة بورديو عليها، وما نوع الميراث الذي تريد أن تتركه، وأي نوع من العمل الخيري تمارسه. وقد حرصت النساء على حضور جميع الملتقيات الخمسة التي تم عقدها لشعورهن بمدى الاستفادة منها.

كان الهدف الداخلي لاجتماعات بورديو هو دعوة النساء المرشحات لتقديم منح بمليون دولار. وذكرت أولتكنيمر: «لم نُغيّر رأينا عن إمكانات المرأة إلا بعد أن تلقينا منحاً بمليون دولار.» وقد رفعت إحدى السيدات تبرعها إلى ٥ ملايين دولار. وقد أسفرت زيارات المتابعة لـ ٢٥٠ امرأة حضرن الاجتماعات في أنحاء البلاد عن الحصول على منح قيمتها ١٥ مليون دولار. كثير من النساء جنّ هذه الملتقيات لكي يصبحن قادة للحملات. وقد نشأ عن نشاط الحملات جماعة نساء من أجل بورديو؛ وهي جماعة واسعة الانتشار على صعيد الجامعات ومعنية بالعمل القيادي.⁴

لعبت ليندا ماكجورن، رئيس مؤسسة جامعة فلوريدا، دوراً فعالاً في تأسيس مؤسسة نساء جامعة فلوريدا؛ وهي مبادرة ملهمة في القيادة والعمل الخيري. وتشعر ماكجورن بالفخر لما أنجزته المبادرة من تعليم: «لقد حصل طاقم العمل لدينا على تدريب لكي يصل إلى النساء، غير أننا ما زلنا في حاجة لتعريف باقي أعضاء الجامعة بأن المرأة لها من الإمكانيات ما يؤهلها للانضمام إلى المجالس والأكاديميات الاستشارية، وعلى الآخرين أن يطلبوا منها ذلك. والمؤشرات تُفصح عن الحقائق؛ فمثلاً نسبة الخريجات من النساء تتعدى ٥٠ بالمائة في العديد من الكليات، ولكن نسبة تمثيلهن بالمجالس لا تقترب من هذا الرقم مطلقاً. والكثير من النساء الخريجات لا يعرفن شيئاً عن المجالس، ولا يُطلب منهن المعرفة.»⁵

كان أحد أهداف مؤسسة جامعة فلوريدا هو تعيين مزيد من النساء في المجالس التطوعية. وفي الوقت الحالي، يضم مجلس إدارة المؤسسة في عضويته ثمانين امرأةً وثلاثة وعشرين رجلاً، وتوضح ماكجورن أنه على الرغم من أن المتوقَّع من أعضاء مجلس الإدارة أن يُقدِّموا منحةً كبيرةً للجامعة، فإن إمكانية العطاء لها نفس أهمية المنحة ذاتها. وهذا يختلف عن الكثير من المؤسسات التي تنتهج سياسة «دفع المال قبل لعب الأدوار». وتُعَدُّ جامعة فلوريدا رائدة الحركة القيادية النسائية لما أقرَّته من حق المرأة في المشاركة قبل تقديم منحٍ كبيرة.

التعليم

تنضم المرأة عامةً إلى البرامج النسائية بغية مساعدة المنظمة ولتحقيق الرضا الذاتي. ويأتي جزء من هذا الرضا من التحفيز الفكري، وهذا التحفيز الفكري يأتي من التعليم. فيجب أن تركز المادة العلمية للبرامج أولاً على الأنشطة الخيرية والجوانب المالية، المتعلقة بهدف الجماعة. ويمكن أن يشتمل التعليم أيضاً على برامج مرتبطة بقضايا تهم المجتمع، خاصةً المتصل منها بعمل المنظمة. وربما تحتوي هذه الموضوعات على تحليل للسياسات، وتاريخ الفنون، والخدمات الاجتماعية للأطفال، والحياة الطلابية، وقضايا المرأة الصحية، والقضايا الروحية والدينية. وأخيراً، ينبغي أن يتضمن التعليم مكونات المنظمة غير الربحية أو مؤسسة التعليم العالي ذاتها. وقد تشمل الأمثلة على ذلك الاستماع إلى رئيس المنظمة بشأن الخطة الاستراتيجية أو الحصول على معلومات من الأفراد داخل المنظمة؛ من طبيب مثير للاهتمام ينقذ حياة إنسان في المستشفى، أو أخصائي اجتماعي في ملجأ للمشردين، أو فنان عظيم من أعضاء الكلية.

وتتضمَّن صيغ التعليم الأخرى القضايا المتعلقة بالقيادة والتطوير والتوجيه الوظيفي، وكذلك الخطوات التي تنتهجها المرأة في رحلة العمل الخيري: المعرفة، والحركة، والقيادة والإرث (انظر الفصل التاسع). ويتعين إدراج هذه الجوانب في كل برنامج تعليمي.

تمثل البرامج التعليمية جزءاً أصيلاً من كل برنامج عمل خيري خاص بالمرأة وهي تأخذ بزمام المبادرة مقارنةً ببرامج ومجالس التنمية الأخرى. ويتمثل الشكل العام للبرامج في مؤتمر سنوي أو ندوة سنوية عن العمل الخيري، والجوانب المالية، والقيادة، والموضوعات ذات الاهتمام التي عادةً ما ترتبط بهدف المنظمة غير الربحية أو المؤسسة

التعليمية. ومن بين العناوين المقترحة لهذه الملتقيات: «قمة القيادات النسائية»، و«منتدى المرأة والعمل الخيري»، و«ندوة المرأة والقيادة».

الصدّاقة

ثَمَّةٌ جانب آخر يُميّز مبادرات العمل الخيري النسائي وهو أن هدفها يتركز في التواصل وتيسير الصداقات. ويُعدُّ تكوين الصداقات الشخصية فيما بين أعضاء برنامج المرأة نتيجة ثانوية للنساء اللاتي يجمعهن عمل واحد؛ ففي خلال فترة تتراوح بين عامين وعشرة أعوام، أو خمسة عشر عامًا، تتحوّل مجموعة من الغرباء إلى أصدقاء. نسمع المرأة في جمعٍ من النساء تقول في بداية تكوين جماعةٍ ما: «إنني مثقلة بالأعمال لدرجة أنه ليس لديّ وقت لتكوين صداقات جديدة.» وبعد مُضيّ عامين نجد هؤلاء النساء أنفسهن يتبادلن الزيارات الاجتماعية الأسرية. معظم النساء يحبن فكرة الالتقاء بنساء جديدات وإمكانية تكوين صداقات. وتوضح ليندا ماكجورن الأمر على النحو التالي: «كثير من صديقاتنا في جامعة فلوريدا تعرّفنا عليهن من خلال ممارسة الرياضة، والآن نتعرّف على نساء منخرطات في أنشطة من مستوى آخر. هذا المستوى الجديد يتضمّن اجتماعات النساء الإقليمية للتواصل مع الجامعة. ونحن نخطط لدعوة العمداء، وهيئة التدريس، والطلاب للقاء بالنساء، بالإضافة إلى أن هذه الملتقيات ستكون فرصة للنساء للاجتماع والتعارف.»

ثَمَّةٌ هدف آخر لبعض الجمعيات، وهو التواصل والدعم الوظيفي، حتى لو لم يكن هذا الأمر يحظى بحقه من التقدير. وتُشدّد برامج التعليم العالي أحيانًا على هذا الجانب في برامجها، مثل جامعة كاليفورنيا الحكومية في فولرتون التي تبني منهجها على مجموعة قيادية من النساء المتميزات في وظائفهن.⁶

وتستضيف كذلك كلية لوثر في ديكورا، بولاية أيوا، ندوة تعليمية سنوية عن العمل الخيري النسائي، بالمشاركة مع أربع منظمات محلية تابعة للكلية. ومن بين ٨٠ إلى ١٠٠ سيدة يشاركن كل عام، كان العديد من السيدات قد حضرن البرنامج في الماضي. وتقول جيني لوفيل، مدير العلاقات التجارية والمؤسسية، إن إحدى ثمار هذه المشاركة المستمرة هي الصداقة والترابط بين النساء المشاركات. وتضيف: «تستمتع النساء من خلال التعلم بعضهن مع بعض، وعندما يمررن بتجربة إيجابية، يقمن بنقل ذلك إلى صديقاتهن ويقمن بدعوتهن للحضور في العام المقبل. وقد كان هذا النوع من التسويق

الشفهي عاملاً أساسياً في تطور البرنامج.⁷ كما تُبين لوفيل أن النساء غالباً ما يُكوّن صداقات من بين الوجوه المألوفة النشطة في هذا البرنامج التعاوني. وعلى الرغم من أنهم قد يرّين بعضهن بعضاً مرات قليلة فقط كل عام، فإنهن يشتركن في الحماس تجاه معرفة المزيد عن العطاء الخيري والإدارة المالية اللازمة لتعظيم الدعم الموجّه لمنظماتهن وقضاياهن المفضلة.

تأخذ الصداقات والتواصل كذلك شكل التوجيه؛ فبعض جمعيات، مثل جمعية تواصل سيدات نوتردام التابعة لمكتب خريجي جامعة نوتردام، تركز على التواصل بين الخريجات بعضهن مع بعض وتوجيه الطالبات. كما أن نوتردام بصدد تأسيس جماعة قيادية من نشطاء العمل الخيري من مكتب التنمية، وستشمل نساءً ساهمن بمبلغ ١٠٠ ألف دولار فأكثر، كما تقول لين هابرت، مدير التنمية الإقليمية، ميدوست، جامعة نوتردام.⁸ يكمل كلا جانبي البرنامج أحدهما الآخر؛ إذ يركز من جانبٍ على تضمين النساء، ومن جانبٍ آخر على المنح الكبرى. إن توجيه الطالبات نشاط مكثف للغاية ويتعين القيام به فقط بواسطة المنظمات التي تحظى بعاملين يكرسون وقتهم لخدمة هذا النشاط.

البهجة

يمكن أن تعمل النساء وطاقم العمل معاً لتصميم برامج هادفة في مجال العطاء للمساهمين. ويجب أن تكون كل منحة من الأهمية والاستحسان بمكانٍ بحيث تؤدي إلى البهجة والرضا جراء الانضمام إلى برامج العمل الخيري النسائي. وقد يكون البرنامج الهادف للعطاء في صورة تعاون المتبرعة مع المنظمة لكي تجعل منحتها ملائمة للمجال الذي تهتم به داخل هذه المنظمة. ومثال ذلك منظمة المرأة والعمل الخيري في جامعة كاليفورنيا، بلوس أنجلوس؛ حيث تشجع أعضائها على التبرع لأي مجال في الجامعة يعكس قيم المرأة. وبعد ذلك تقوم جامعة كاليفورنيا، بلوس أنجلوس، من خلال إصداراتها وموقعها على شبكة الإنترنت، باستعراض كافة طرق تبرع المرأة. وترى المتبرعات أن هذا النمط يعمل بشكل مثالي في المؤسسات التعليمية الكبرى؛ نظراً لأن الصبغة الشخصية والعلاقات تنمو عندما تقوم المتبرعة باختيار مشروع معين والتبرع له.⁹

وفي الكليات الأقل حجماً، قد ترى المنظمات أن المنحة الهادفة تأخذ صورة المنحة الجماعية المنظمة. وهنا تعمل النساء مع المنظمة من أجل التبرع لصالح مشروع تعرفن عليه في صورة مجموعة. وهناك مثال على ذلك في وحدة تواصل المرأة التابعة لمستشفى ووكيشا التذكاري؛ حيث تساهم النساء بمنحة سنوية لصالح قائمة مشروعات مجمعة يقمن بتمويلها ضمن إطار عمل المستشفى. وتقول كريستن فرايبرج، مسئولة التنمية بمستشفى ووكيشا التذكاري، إن المنحة الجماعية توتي ثمارها فيما يتعلق ببرامج المرأة التي تتطلع إلى مزيد من المتبرعين في مجتمع قد لا تربطه علاقات بالمنظمة.¹⁰

وطبقاً للبحث الذي أجراه معهد العمل الخيري النسائي بعنوان «دع العمل الخيري يقوم بدوره: كيف تغير النساء العالم»،¹¹ تقوم مجالس القيادة النسائية التابعة لمنظمة يوناييتد واي بتعزيز مفهوم مفاده أن كل منظمة تابعة ينبغي أن تشتمل على برنامج للمرأة. وذكرت كاي فوكس، رئيس مجلس القيادة النسائية الوطنية التابع لمنظمة يوناييتد واي العالمية: «نعلم جيداً أنه عندما يكون لدى منظمة يوناييتد واي المحلية برنامج للمرأة، فإن إدارة تنمية الموارد تتفوق على النظام بأكمله.»¹² إن البرامج الأكثر نجاحاً هي تلك التي تركز على جمع التبرعات لأغراض خاصة، تسمو على البرامج المعتادة لمنظمة يوناييتد واي وتختلف عنها، ولكن يتم تصميمها بالتعاون مع المنظمة. في ماديسون، ويسكونسن، يجمع مجلس القيادة النسائية لمنظمة يوناييتد واي أموالاً لصالح «مدارس الأمل»، وهي عبارة عن برنامج لمساعدة الأطفال في المدارس العامة من خلال التوجيه وتنمية مهارات القراءة.

وتلعب القيادة التطوعية النسائية كذلك دوراً رئيسياً في إيجاد المتبرعة المبتهجة التي تُبدي حماسها في الاجتماعات والمُلتقيات العامة. وفيما يتعلق بالملتقيات السنوية العامة الكبيرة، يقوم رؤساء العمل التطوعي بضبط الإيقاع وتأسيس الثقة اللازمة للتبرع للمنظمة من خلال البهجة التي ينقلونها للجمهور.

وترى باتريشيا جاكسون أن: «النساء يجدن متعة حقيقية عندما يقدمن منحة كبيرة لمؤسستنا. وتقول كلُّ منهن: «إنني أقدمُّ هذه المنحة لأنني أشعر بالسعادة لقدرتي على فعل ذلك.» وهن يرغبن في أن يكنَّ مثلاً وقدوة في السلوك، مثلهن مثل الأب أو الأم.» وترى كذلك أن التجربة الأولى المفيدة سوف تُمكن النساء من النظر إلى أنفسهن بوصفهن من ناشطات العمل الخيري. وتضيف قائلة: «لن يكون من المستغرب أن تقول المرأة: «إنني ناشطة في مجال العمل الخيري.» وهي تتذكر منحها الكبرى الأولى

والشعور بالبهجة عند العطاء؛ فهي تعيش شعورًا لا يُصدق بالبهجة، إحساسًا لا يُصدق بالتمكين.»

(٢-١) تصميم برنامج للعمل النسائي الخيري

سوف نشرح لبنات البناء اللازمة لتصميم برنامج ناجح بعد قليل. ولكن نحتاج أولاً للحديث عن عناصر الفشل، وهي من البساطة والوضوح بمكان. وقد أوضحت ليزا جونسون وأندريا ليرند ذلك الأمر في كتابهما «لا تفكر بطريقة وريدي»¹³ عندما قالتا إنه لكي تجذب المرأة المستهلكة أو المتبرعة، لا يكفي أن يكون لديك منتج دائم وتصبغه باللون الوردي. ويذكر مايكل سيلفرمان وكيت ساير في مقالهما «اقتصاد المرأة» في عدد سبتمبر ٢٠٠٩ من مجلة هارفرد لشئون التجارة، المثال الخاص بالجهود اليائسة لشركة دِل من أجل التسويق في أوساط النساء؛¹⁴ فقد قامت الشركة بطلاء أجهزة الكمبيوتر التي تنتجها باللون الوردي، وزوّدت موقعها على الإنترنت بوصفات لطهي الطعام ونصائح بشأن السعرات الحرارية. وكانت النتيجة أن شعرت النساء بالنفور. إن محاولات إعداد برامج نسائية للعمل الخيري بنفس عقلية «الطلاء باللون الوردي» عن طريق الترويج لبرنامج تبرعات منتظم تحت اسم «العمل الخيري النسائي» وانتظار أن تتبرع النساء لهذا البرنامج؛ إنما هي محاولات فاشلة تمامًا. إن العمل الخيري النسائي ليس نشاطًا يُفأض من أعلى، بل عليك القيام بالجزء الصعب من العمل والاستماع إلى النساء القائدات والمناصرات اللاتي تحاول أن تستميلهن. يجب أن تكون القيادة لهن وليست لك. وتذكّر أن أحد «المعايير الستة الأساسية والثلاثة الإضافية» الخاصة بالعمل الخيري النسائي هو «الابتكار». فالمرأة تحب المشاركة في تأسيس المنظمة أو المبادرة. نعم، هي تريد الاستجابة لاحتياجات المؤسسة غير الربحية، ولكنها ترغب كذلك في البهجة الناشئة عن صياغة الشكل الذي ستكون عليه هذه الاستجابة. امنحها البهجة وسوف تكون داعمة ومُخلصة لمنظمتك على الدوام.

لاحظ أن طبيعة برنامج العمل الخيري النسائي سوف تعتمد على متطلبات العطاء. وتتراوح المبالغ المطلوبة بدءًا من عدم تقديم أي منحة، مرورًا بمنح سنوية بين ٢٥٠ و٢٥٠٠ دولار، وصولًا إلى منح كبرى بقيمة ٢٥٠٠٠ دولار.¹⁵ وبعض البرامج تطلب منحة سنوية بقيمة ١٠٠٠ دولار لخدمة أهداف الجماعة، ثم منحة كبرى للمجال الذي تختاره المتبرعة من خلال المؤسسة. وتقول تراسي بايلز، مدير منظمة الخدمات الخيرية إنه،

على سبيل المثال، أطلقت منظومة مستشفيات الرحمة في ولايات كانساس، وأركنساس، وأوكلاهوما، خمسة برامج للعمل النسائي الخيري. وتُعد هذه هي أول مجموعة معروفة من البرامج على مستوى عدة مؤسسات، وهي تطلب منحًا سنوية بقيمة ١٠٠٠ دولار.¹⁶ وقبل البدء أو التوسع في برنامج العمل الخيري النسائي، نوصي بالتأكد من توافر العناصر التالية لضمان النجاح:

• «التزام العاملين والإدارة»: يضع فرد أو فردان (أو أكثر) من العاملين تصورًا عن دور برنامج المرأة في المؤسسة مع اتخاذ قرار بتحويل هذا التصور إلى مشروع. أضفتُ بعض المنظمات الطابع الرسمي على «فرقة عمل الأنشطة الخيرية النسائية»، وكلفت عددًا من العاملين بالعمل في هذه الفرقة الداخلية. ويتعيّن على الإدارة التصديق على الجهود المبذولة ودعمها فيما بعدُ بالعاملين والميزانية. وتُعدُّ معظم برامج العمل الخيري النسائي أعمالًا إضافية للمرء الذي يعمل في المنظمة والذي عبّر عن رغبته في العمل مع النساء المتبرعات. ونادرًا ما يُكتب للبرامج البقاء لمجرد عزم أفراد الإدارة على إطلاق البرنامج وتعيين أحد العاملين لهذا الغرض، بل على أعضاء طاقم التنمية أن ينظروا إلى برنامج المرأة بوصفه أولويةً ويعتقدوا أنه خطوة جيدة للمنظمة لكي تزيد من الأنشطة النسائية الخيرية. ونقترح أن يعمل لصالح البرنامج على الأقل اثنان من العاملين جزءًا من الوقت. وهذا أفضل من وجود شخصٍ واحدٍ يعمل بمفرده طوال الوقت. وكلما كان البرنامج جزءًا من مسؤوليات جميع أفراد طاقم التنمية، كان ذلك أفضل.

• «مجموعة رئيسية للقيادة التطوعية النسائية وكبار المتبرعين»: قبل البدء في البرنامج، عليك معرفة المعلومات التي تملكها هذه المجموعة. قم بعملية عصف ذهني مع أفراد المجموعة عن كيفية إشراك النساء في مؤسستك. تعرّف على ردود أفعال الأفراد واطلب منهم ترشيح قادة لتصميم برنامج معين. كل ما تحتاجه هو عدد يتراوح بين أربعة وستة قادة رئيسيين للعمل كمجموعة استشارية أساسية. بعض البرامج تبدأ عندما تطلب النساء المتبرعات إنشاء هذه البرامج، كالتي تمت بجامعة كونيتيكت، غير أن معظمها يبدأ بواسطة فرد أو اثنين من طاقم العمل الواعدين. وفي جامعة أوريغون الحكومية، تتألف لجنة التوجيه من ثلاث عشرة امرأة. ويوجد لدى ولاية أريزونا أعضاء من الجنسين ولجنة تختص بشئون العضوية، والاستثمارات، والتعليم.¹⁷

- «الرؤية والرسالة والأهداف والقيم الواضحة»: تضمن هذه العناصر نجاح البرنامج على المدى البعيد؛ وهذه العناصر جميعًا بمنزلة ممارسات قياسية لأي مركز تنمية. وعلى القادة المتطوعين والعاملين العمل معًا لصياغة الأهداف، ومن المهم التعرف على عدد النساء المتبرعات للمنظمة، وحجم الأموال المتبرع بها، ومستوى التبرع.
- «خطة العمل وأسلوب التقييم»: ليكن لديك خطة عمل وتحليل لمدى ملاءمة البرنامج لعملية التنمية. ويشمل هذا التحليل الداخلي مؤشرات لتقييم مدى التقدم. قد يكون التقييم الصحيح أصعب العناصر في برنامج العمل الخيري النسائي لأنه عادةً ما يكون البرنامج مجرد جزء واحد فقط في العلاقة بين المتبرع والمنظمة. ومع ذلك، فإن هذه المؤشرات فعالة حتى إذا وضعنا في الاعتبار الثقة المشتركة مع الأفراد الآخرين في طاقم العمل. وتتضمن هذه المؤشرات عدد النساء المتبرعات في المواقع القيادية، ومبلغ المساهمة، والعدد الكلي للمنح والمبالغ المقدمة من جميع النساء المتبرعات، وعدد النساء في المناصب القيادية.
- «الثقافة التنظيمية التي تدعم عطاء المرأة»: عليك القيام بمراجعة داخلية كاملة للعمليات، ودور النساء في منظمك، وإمكانية انضمام النساء كأعضاء في المنظمة. يجب أن تحترم إجراءات التشغيل القياسية في المنظمة النساء وآراءهن. ويتناول الفصل السادس المراجعة الداخلية وكيفية إعداد برامج تنمية تلتزم الحياد تجاه الجنسين. وعلى المنظمة منح النساء والأقليات فرصًا في القيادة وضمن أطقم العمل.

(٣-١) استمع وتحذث: التركيز على أفكار المتبرعات

سواءً أكان برنامج العمل الخيري النسائي في مرحلة الانطلاق أم التطوير، فإن الاستماع والحوار مع المتبرعات من الضرورة بمكان. وعندما تعمل النساء المتبرعات مع غيرهن من المتبرعين من أجل إطلاق البرنامج، أو إذا كان انطلاق البرنامج نتيجة شراكة بين طاقم العمل والمتبرعات، فإن المعلومات الواردة من أفراد خارج الدائرة الداخلية للمؤسسين ذوي الرؤى المستقبلية تصبح لازمة لفهم كيفية صياغة البرنامج. كما أن خطوة الحوار تجذب الأعضاء والمتبرعات المحتملات للمشاركة في الجماعة والتواصل مع المنظمة؛ فقط من خلال الاستماع والتحاور.

سوف تساعد المقابلات التي تتم مع كبار قادة الرأي وكبار المتبرعات المحتملات أو الحاليات على تزويد قادة التطوع من النساء وطاقم العمل برودود الأفعال المتعلقة بنوعية البرنامج المزمع تنفيذه. ما هي أهداف برامج العمل الخيري النسائي التي لها صدئ لدى المرأة؟ يتعين على الجماعة مناقشة الحاجة إلى مجموعة خاصة بمتطلبات المنحة، أو منحة سنوية، أو مجموعة للعطاء الجماعي أو مجموعة للمنح الكبرى.

تعدُّ مجموعات الاستماع كذلك وسيلة جيدة للحصول على ردود الأفعال من أجل البدء في برنامج أو تطويره. وقد تكون هذه المجموعات في صورة تجمعات صغيرة من ثلاثة إلى ستة أشخاص بهدف مناقشة ما يمكن إدراجه بالبرنامج. كما تُعدُّ الدراسات الاستقصائية وسيلة ممتازة لجمع المعلومات من المتبرعات.

وتتمثل الطريقة الأكثر نجاحًا لإطلاق برنامج وجذب المشاركات المحتملات في مجموعات النقاش. وسواءً قمت بإعداد مجموعات النقاش بنفسك أو استأجرت جهة خارجية معاونة، فقد ثبت أن مجموعات النقاش وسيلة ممتازة لجمع قدر كبير من المعلومات عن نوعية البرنامج المزمع تنفيذه، في الوقت الذي تُحفز فيه اهتمام المشاركين في البرنامج. ومجموعات النقاش عبارة عن مناقشات رسمية بالإضافة إلى مجموعة من الأسئلة يثيرها كافة المشاركين. ويمكن مقارنة الإجابات فيما بين المجموعات.

استخدم مجموعات النقاش عندما تنوي تصميم برنامج يشمل المنظمة بأكملها أو القيام بنشاط جديد مستقل يتضمَّن مجموعة جديدة من النساء. انظر المصدر «أ» للتوصيف الكامل لمجموعات النقاش والأسئلة.

من النتائج غير المتوقعة لبعض مجموعات النقاش المستوى المرتفع من حماس المشاركات. أما الجانب السلبي فيتمثل في أنك يجب أن تستجيب لبعض الإجراءات التي تقترحها النساء في مجموعات النقاش، وإلا فسوف يُصَبَن بالإحباط، وقد لا يرغبن في الاستمرار في المشاركة. وأحياناً ما تكون تلبية التوقعات أحد التحديات. وقبل البدء في تكوين مجموعات النقاش، ضع في ذهنك عددًا قليلاً من البدائل الأساسية الخاصة بالبرامج حتى تستطيع المنظمة تنفيذ بعض الأفكار التي تثيرها النساء في مجموعات النقاش. وكُنْ على استعدادٍ للعمل بنصيحتهن.

(٤-١) إنشاء جماعة القادة

أحد الأجزاء الأساسية لبرنامج العمل الخيري النسائي هو جماعة القادة من النساء المتطوعات، المنوط بهن بذل جهود في هذا الصدد. ويجب أن تعمل القيادات النسائية في الداخل والخارج معاً من أجل تطوير البرنامج.

وتعمل جماعة القادة على زيادة الوعي وتعميق الرؤية لدى النساء اللاتي تضمنهن منطقة جغرافية واحدة. وتقوم هذه القيادات بدورها بوصفها نماذج للعطاء. تُنشئ بعض الجماعات منحاً تغلب عليها روح التحدي. وقد يعمل أعضاء جماعة القادة في صورة لجنة للبرامج التثقيفية أو قد يقود هؤلاء الأعضاء حلقات عطاء نسائية. وكذلك تقدم المراة القائد العون في إطار دورها بوصفها منسقة إقليمية تقوم بإعداد البرامج وتدعيم التواصل في منطقتها. ومن أمثلة ذلك منظمة يوناييتد واي لمجالس القيادة النسائية الأمريكية، وحلقات تيفاني التابعة للصليب الأحمر، والبرامج الجامعية كتلك التي تُعقد بجامعة ويسكونسن، وبرينستون، وفيرجينيا، وفيرجينيا للتكنولوجيا.¹⁸

ومن الجوانب المهمة للغاية في تنمية القيادة علاقة المتبرعات بالإدارة العليا بالمؤسسة، خاصة العناصر النسائية. وتمثل هذه الشراكة بين القادة أهميةً للمتبرعات كي يدركن أنهن مساهمات حقيقيات في المنظمة. وقد يؤدي هذا التآزر بين القادة من النساء إلى إنتاج مشروعاتٍ إبداعيةٍ تُمولها منح النساء. ومن العلاقات الأكثر أهميةً في برنامج العمل الخيري النسائي بجامعة ويسكونسن العلاقة بين المتبرعات وهيئة التدريس النسائية والإداريين. ويقوم مجلس العمل الخيري النسائي بويسكونسن بتمويل الجوائز والمؤتمرات للارتقاء بالمراة في الحرم الجامعي نتيجةً لهذه العلاقة.

(٥-١) الجمعيات الإقليمية: نشر الكلمة

تمثل الجمعيات الإقليمية نواةً للمنظمات الكبيرة ذات الامتداد الوطني أو الإقليمي. وتُشكل كبريات المتبرعات وكبريات قائدات التطوع لب هذا النشاط. وأوجد التواصل بين منظمتهك وجمهورك من خلال أحد المتحدثين التابعين للمنظمة. ولتكن برامجك مزيجاً من تصميمات مختلفة.

ولإطلاق برنامج يتركز على المنطقة الجغرافية، قم بالتعرّف في المنطقة المعنية على اثنتي عشرة امراة مرشحة لتكون قائدة ومتبرعة بمنح كبرى. هذه الجماعة الأساسية هي

مفتاح النجاح. تتواصل نساء هذه الجماعة بعضهن مع بعضٍ ومع غيرهن من النساء في المناطق التابعة لهن. قم بإشراك هؤلاء السيدات في أنشطة المنظمة، وساعدهن على المزيد من التواصل وتحديد مجال اهتمامهن بالمؤسسة. اعقد أنشطة لتوسيع حلقات التواصل بين مجموعات أكبر من المتبرعات/ المرشحات لتقديم منح كبرى في المناطق الجغرافية. وإذا كانت منظمتك عبارة عن كلية، فقم بدعوة قادة الجماعة الأساسية لحضور الأنشطة بالحرم الجامعي. وفيما يخص المؤسسات الكبيرة التي تتناثر أطقم عاملاتها في مناطق جغرافية متعددة، قم بإشراك أعضاء أطقم العمل الإقليميين في البرنامج المزمع تنفيذه. قد تكون الخطوة الأولى هي إنشاء مجموعة نقاشية كي تتمكن المشاركات المحتملات من تكوين آرائهن بخصوص البرامج المفضلة واتجاهاتهن بشأن العمل الخيري. والطريقة الأكثر شيوعاً هي الربط المستمر بين الجماعة الأساسية وغيرها من خلال أشكال العروض التي تقدمها النساء؛ حيث يقوم أعضاء الجماعة الأساسية بالمعاونة في اختيار المتحدث والمكان، كما يقومون بدعوة الآخرين لحضور هذه الحوارات الفكرية.

في جامعة ويسكونسن، يقوم أعضاء هيئة التدريس والعمداء من النساء بالتحدث عن موضوعاتٍ مطلوبة في حينها. وقد شملت آخر الموضوعات أبحاث الخلايا الجذعية، والديمقراطية في الشرق الأوسط، ونطاق الفنون الثقافية بالجامعة. ويُعدُّ جذب هيئة التدريس النسائية جزءاً من رسالة البرنامج حيث تتواصل النساء المتبرعات معهن، وأحياناً ما يستمر الاتصال فيما بعد الملتقى.

نَمَّة جانب آخر لإبراز دور هيئة التدريس النسائية، وهو معايشة هيئة التدريس لتجارب في التنمية؛ حيث إن ذلك مهم للغاية من أجل الارتقاء بها. وفي الأغلب، لا يتم منح هيئة التدريس مثل هذه الفرص إلا من خلال هذه الوسيلة. أما أشكال البرامج الإقليمية الأخرى فهي عبارة عن مناقشات لمجموعات صغيرة بشأن العمل الخيري. وتُعدُّ اجتماعات الغداء والعشاء مع أعضاء الجماعة الأساسية حاسمة في هذا الصدد.

في المدن ذات الأولوية مثل نيويورك، يمكن أن تنظم الملتقى الخاص بك سنوياً. أما في المدن الأخرى، فيتعيَّن أن يكون الملتقى الذي يمثل وجهة لهيئة التدريس دورياً، مع عقد المزيد من اجتماعات الغداء للجماعة الأساسية، وتوجيه دعوات لحضور الملتقيات الأخرى.

(٦-١) المناطق الجغرافية: إشراك المنظمة بأكملها

من المهم التعرّف على نطاق اهتمام المرأة المتبرعة بوصفها فردًا بالمؤسسة وربطها بالمدرسة، أو الكلية، أو البرنامج الذي قد يؤدي إلى مشاركتها وتقديمها منحة كبرى. وينبغي على فريق العمل التعاون مع زملائهم لجذب النساء المتبرعات لحضور البرامج الخاصة بهن. ويتم إشراك قائدات التطوع بوصفهن قائدات، وكبريات مشرفات، وراعيات. وتشمل الأنشطة توفير قوائم بريدية، ودعوة المتبرعات لحضور المنتقيات، ومتابعة النساء المشاركات، وتقديم المشورة للنساء بشأن التسويق، والتحدّث في البرامج الخاصة؛ على سبيل المثال، المرأة في القيادة التنفيذية للمشروعات التجارية، ووجبات إفطار الأطفال بالمستشفيات، والمحاضرات الخاصة بالدراسات الدولية، وملتقيات كبار الشخصيات للمحاضرات الزائرات، وعلم البيئة البشرية، والتمريض، وملتقيات النساء الفنانات، وتاريخ المرأة، والتعليم، والآداب والعلوم، وصحة المرأة، والأنشطة الرياضية النسائية.

(٧-١) الأهداف الخاصة لجمع التبرعات: لكل امرأة على حدة

تسعى بعض البرامج لتحقيق أهداف محددة تتعلق بجمع التبرعات مثل الدعم الخاص بالمنح الدراسية أو أهداف خاصة تتعلق بالخدمات الاجتماعية. تجمع جامعة مسيسيبي التبرعات من أجل المنح الدراسية. ويسعى مجلس القيادة النسائية التابع لمنظمة يونائتد واي بماديسون لجمع التبرعات لصالح برامج خاصة بالمدارس العامة. وجامعة دريك تجمع التبرعات لخدمة المكتبة. كما يقدم مركز المرأة والعمل الخيري في أوهايو هباتٍ لصالح المنح الدراسية وقروض الطلاب.¹⁹

ولدى برنامج المرأة في القيادة والعمل الخيري بجامعة فيرجينيا كتيب مصوّر على شبكة الإنترنت يضم قائمة مختارة تشتمل على أفكار محددة تطرحها الجامعة بشأن المنح. وقد تغطي المبالغ المقترحة التكلفة الكلية لمبادرة ما، أو تساهم بأفكار بشأن المنح المشتركة. وتشمل الأشكال الأخرى حلقات العطاء لخدمة مشروعات محددة، والتي سنقوم بتناولها بالتفصيل.²⁰

(٢) حلقات العطاء: ذكاء ومتعة وعمل جماعي

على مدار التاريخ، تتجمع النساء معًا — في البيوت والكنائس، وساحات المدن، ومحلات البقالة الصغيرة — من أجل مداواة مجتمعاتهن. ربما ليس من قبيل

المصادفة أن اجتماع السيدات يأخذ شكل حلقة؛ فنحن نقف أو نجلس يدًا بيد وكتفًا بكتف، كلُّ منا مساوية للأخرى ولا ترى فقط أعين من حولها، ولكن ترى الروح التي تكون لها العين بمنزلة نافذة. إنها تلك الحلقة التي نجمع فيها شتات نفوسنا، بعضنا مع بعض، وحكاياتنا، وأهدافنا. إنها تلك الحلقة التي نستمد منها الغذاء والتشجيع والقوة. إنها تلك الحلقة التي فيها نحتفل وننمو.²¹

روزي موليناري، مؤسّسة حلقة دي لوز،
ديفيدسون، نورث كارولينا

أعتقد أن حلقات العطاء مهمة لأنها تُشرك النساء اللاتي لم يسبق لهن المشاركة، فينخرطن على الفور في عملية التبرع.²²

يوجين تمبل، رئيس مؤسسة جامعة إنديانا والمدير
التنفيذي الأسبق لمركز العمل الخيري بجامعة إنديانا

على مدار العقد الماضي، أخذ العمل الخيري صورة جديدة ومثيرة تبنّتها النساء. وعلى نحوٍ متزايد، تتوافد النساء معًا للتبرع بشكلٍ جماعي؛ إذ يتفقدن على القضية، أو المسألة، أو المنظمة التي سيدعمنها وأين تتوجّه المنح. وتأتي حلقات العطاء النسائية في أشكالٍ عديدة، بدءًا من توفير الطعام وانتهاءً بالمنح السنوية التي تبلغ آلاف الدولارات.

بدأ الإعلام في التحدّث عن حلقات العطاء النسائية للمرة الأولى في عام ١٩٩٨ عندما كُتبت مقالات عن كولين ويلوبي ومؤسسة واشنطن للمرأة التي أسستها، في مجلة بيبول.²³ ومنذ تلك اللحظة، زادت حلقات العطاء النسائية بصورة استثنائية لعدة أسباب: زيادة العمل الخيري النسوي؛ وظهور متبرعات جديدات ونساء تزيد أصولهن الاستثمارية عن مليون دولار، وهن اللاتي أردن العثور على طرق جديدة لمكافحة المجتمع الذي يمكن أن يساهمن فيه بصورة فعالة؛ والرغبة المتزايدة من جانب الأفراد في المشاركة الكبيرة في قرارات وملكية المشروعات الخيرية. وكانت النساء مثل ويلوبي، التي بدأت واحتضنت العطاء المشترك وجذبت اهتمام الصحافة، ذوات دور محوري في المعاونة في إرساء هذا الاتجاه.

(٢-١) الوصول إلى نقطة التحول

عندما اُسْتَهْرَ مفهومُ حلقات العطاء، سُرِعَانَ ما وصل إلى اللحظة السحرية التي تبلغ فيها فكرةٌ أو اتجاهٌ متعلق بالسلوك الاجتماعي نقطةَ التحول وتنتشرُ انتشارَ النَّارِ في الهَشِيمِ.²⁴ كانت قدرة النساء على العطاء جزءًا من هذه اللحظة السحرية، غير أن النساء في معظم الأحيان تراودهن فكرة إنشاء منظماتهن الخاصة، ليتبرعن معًا، ويحشدن أموالهن، ويحددن وجهتها. في عام ٢٠٠٠، نشر معهد المرأة للعمل الخيري كتيبًا قصيرًا تحت عنوان «إنشاء حلقة عطاء نسائية»،²⁵ وهو يُعد الكتاب الأساسي في هذا الموضوع، والمعين على إنشاء الكثير من الحلقات الأخرى.

مع ارتفاع العدد من نحو مائة مركز عطاء فقط في عام ٢٠٠٠ إلى ما يزيد عن خمسمائة مركز تمنح ملايين الدولارات سنويًا، بعد ما يقرب من مُضي ثماني سنوات، تحوّلت النساء من لقاءات تبادل الأحاديث وأندية الكتب وحلقات الكنيسة وجمعيات الاستثمار، إلى ميدان العمل الخيري. كان ذلك منطقيًا؛ لأن المرأة تحب القيام بالأشياء بطريقةٍ لا تخضع للتسلسل الهرمي؛ والحلقة هي الشكل الملائم لهذا السلوك. الحلقة ليست مثلًا يعلوه فرد بينما يقبع بقية الأفراد في الجزء الأسفل؛ وهو ليس مربّعًا ذا زوايا حادة منقسمة. بل الحلقة سلسلة لا تنتهي يحظى فيها كل فرد بنفس القدر من الملكية والسلطة.

وتشارك حلقات العطاء في بعض القواسم المشتركة؛ فكل امرأة غالبًا ما تتبرع بالمبلغ نفسه من المال وتشارك في اختيار مركز المنح وتقديم الهبات سنويًا. عادةً ما يكون هناك عدد قليل من الاجتماعات، وقدّر كبير من التواصل الاجتماعي، وقليل من الهيكلية. والفروق ليست كبيرة، على الرغم من أن بعض حلقات العطاء النسائية يكون لديها أوقاف، وتعهّدات لعدة سنوات، وفئات ومبالغ تبرّع مختلفة، وقدّر كبير من الهيكلية. ويبقى المفهوم الدائم هو أن النساء يفعلن الخير معًا في جميع حلقات العطاء.

وقد احتضنت حلقات العطاء النسائية مجموعة «المعايير الستة الأساسية» كلها والخاصة بعطاء المرأة: التغيير والابتكار والالتزام والتواصل والتعاون والاحتفال. وليس ثمة دليل أوضح على تأثير هذه «المعايير الستة» من حلقات العطاء. وبالطبع فإن الحلقات قد ساهمت إلى حدٍ كبيرٍ في «المعايير الثلاثة الإضافية»: التحكم والثقة والشجاعة.

(٢-٢) عبور الحدود: الأجيال الممتدة

إن جماعات متعددة الأجيال والأعراق من النساء تتلاقى معًا وتتخذ قرارات التمويل بشكل جماعي. البعض يتقابل شهرياً في حجرة معيشة، والبعض الآخر يلتقي على غداء أو في أي تجمع اجتماعي آخر. ومعظم النساء يُجرين حوارات مُفعمّة بالحياة بشأن احتياجات مجتمعهن ويعقدن جلساتٍ تثقيفيةً للاطلاع على مجالات اهتمام كلّ منهن. ثم يُقررنَ وجهة استثمار أموالهن.

وقد استخدمت بعض النساء مفاهيم مُستقاةً من ثقافتهن عند تأسيس الجماعة التي يُردنها، وقمن بصياغتها لتكون حلقة عطاء من نوع خاص. وإليك مثالين على ذلك، وهما: حلقة عطاء هالي لي الآسيوية الأمريكية للمرأة، وحلقة عطاء لين ماكنير الأفريقية الأمريكية للمرأة (المذكورة في الفصل العاشر). وقد اختارت هالي لي «الجيّه»، وهو مفهوم مصري اجتماعي مستخدم في جنوب المحيط الهادي؛ أما عضوات حلقة ماكنير فيؤكدن على الميراث الأفريقي لكلّ منهن.

نشأت روزي موليناري في بيئة ثقافية لاتينية، وكانت لديها أفكار متضاربة عن الأنوثة. تُجسّد هذه الثقافة النساء الجميلات بوصفهن عذارى في البيوت ورمزاً للجنس في المجتمع. وقد أنشأت موليناري حلقة العطاء الخاصة بها تحت اسم دي لوز لتقديم منح دراسية للفتيات اللاتينيات في الصف السابع، واللاتي تخرجن في المدرسة الثانوية.

(٣-٢) صناعة ناشطات العمل الخيري

تشتمل معظم حلقات العطاء النسائية على نساء من كافة الأجيال: أمهات، وبنات، وجدات، وأمّهات لأطفال صغار. وقد قالت لنا النساء إنهن مسرورات على نحو استثنائي لكونهن جزءاً من حلقة العطاء؛ لأنهن تعرفن من خلالها على نساء لم يعرفنهن من قبل.²⁶

ليندا ستراب، حلقة عطاء الأمل، ريستون، فيرجينيا

إن أحد الأهداف المدروسة للكثير من حلقات العطاء النسائية هو صناعة ناشطات العمل الخيري النساء، والبعض يطلق على هذا «تنمية النساء بوصفهن ناشطات في العمل الخيري». ويظهر هذا الهدف بجلاء في البيانات الخاصة برسالة المؤسسة ويُعدّ جزءاً

من رؤية المؤسسين. ومن أجل تلك الغاية، فإن الحلقات يغلب عليها الالتزام ليس فقط بجدول أعمالٍ تعليميٍّ بشأن مسائل تقديم المنح، ولكن تلتزم كذلك بجدول آخر مهم لمساعدة العضوات في إدراك قوة العمل الخيري والتمثيل في المواقع القيادية.

تُشرك حلقات العطاء المتبرعات وتشجعهن على أن يصبحن ناشطات في العمل الخيري من خلال وسائل ممتعة وخلاقة؛ الأمر الذي يدل على مرونتها وطبيعتها المتجاوبة. وصناعة ناشطات العمل الخيري هي جزء من رسالة حلقة العطاء النسائية بمقاطعة هوارد في ولاية ميريلاند.²⁷ وإحدى الوسائل لتحقيق هذا هي من خلال «شبكة التجاوب» التي أنشئت استجابةً للعضوات اللاتي يرغبن في مساعدة غيرهن من النساء المُعوزات. وبصفتها صندوقًا تابعًا لمؤسسة كولومبيا، تقوم حلقة العطاء النسائية بمقاطعة هوارد بإرسال رسائل بريد إلكتروني بصفة دورية إلى ما يزيد عن ألف متبرعة بخلاف أفراد آخرين، لطلب مساهمات تفي باحتياجات محددة لنساء تم التعرف عليهن بواسطة وكالات غير ربحية متميزة معنية بخدمة الفتيات والنساء بمقاطعة هوارد. وفي عام ٢٠٠٩، قررت حلقة «نساء موسكو يتبرعن معًا» في موسكو، بإيادها، أن تركز تبرعاتها على المنظمات والمشروعات المجتمعية التي تجاوبت مع احتياجات المجتمع المتفاقمة جراء الانكماش الاقتصادي الأخير باستخدام حلول خلاقة لعلاج المشكلات الصعبة وترسيخ إحساس الانتماء إلى المجتمع.²⁸ وهذا التركيز فتح الباب لأنواع كثيرة من المشروعات، بدءًا من الفنون، إلى الإسكان، إلى الأمن الغذائي، مع استمرار الحلقة في تركيزها على الوفاء بالاحتياجات الملحة واستغلال المال لتحقيق أعظم الآثار الممكنة.

(٢-٤) النساء يتبرعن أكثر

ندرك أن النساء يلتحقن بحلقات العطاء لإحداث فارق في مجتمعاتهن. والآن نعرف أن حلقات العطاء لها تأثيرها الحقيقي على عطاء العضوات ومعارفهن ومشاركتهن المدنية.²⁹

جيسيكا بيرمان، مستشارة حرة وإحدى المحققات الرئيسية لمجموعة مقالات «أثر العطاء المشترك»

ويُشير تقرير حديث أصدرته جامعة نبراسكا في مدينة أوماها بالاشتراك مع منتدى الاتحادات الإقليمية لمقدمي المنح، ومركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، إلى أن المتبرعين

في حلقات العطاء يتبرعون بمقدار أكثر، ويوجهون تبرعاتهم توجيهًا استراتيجيًا، وينخرطون بصورة أكبر في مجتمعاتهم المحلية.³⁰ وعلى الرغم من أن التقرير لم يكن موجّهًا على نحوٍ محددٍ للنساء، وحلقات العطاء النسائية،³¹ فإن معظم أعضاء حلقات العطاء هن من النساء؛ الأمر الذي يجعل النتائج التالية وثيقة الصلة بالموضوع:

- تؤثر حلقات العطاء على الأعضاء من حيث تقديم المزيد من التبرعات الخيرية وتوجيه التبرعات توجيهًا استراتيجيًا.
- ينخرط أعضاء حلقات العطاء في مجتمعاتهم بصورة كبيرة. وتزيد حلقات العطاء من معارف أعضائها عن العمل الخيري، والمؤسسات غير الربحية، واحتياجات المجتمع.
- يتبرع أعضاء حلقات العطاء لعدد أكبر من المنظمات، مقارنةً بغيرهم من المتبرعين.
- يميل أعضاء حلقات العطاء إلى التبرع أكثر للمجالات التي تستقبل تمويلًا أقل من جانب العمل الخيري المنظم، مثل المنظمات التي تقوم على خدمة النساء والفتيات، والجمعيات العرقية والأقليات، وتلك التي تُعنى بالفنون، والثقافة، والتوعية العرقية.
- يمكن أن تمارس حلقات العطاء تأثيرًا أكبر في هذه الأوقات ذات الظروف الاقتصادية الصعبة؛ حيث يمكن للأعضاء جمع تبرعاتهم وتوجيه منح أكبر للمؤسسات غير الربحية على نحو يفوق الجهود الفردية، وهم بذلك يمهّدون الطريق لوسائل مبتكرة في العطاء.

(٢-٥) المؤسسات غير الربحية وحلقات العطاء النسائية

نظرًا لأن حلقات العطاء أصبحت وسيلة واسعة الانتشار على نحو متزايد للمؤسسات غير الربحية بهدف إشراك المتبرعات بطرقٍ ممتعةٍ وخلاقة، فإن معظم هذه المنظمات والمؤسسات والاتحادات يمكن أن تقوم بدور المضيف الفعال. ويوجد عدد من المزايا المحتملة للمؤسسة غير الربحية التي اختارت أن تكون مضيفًا لحققة العطاء، تشمل الرؤية المجتمعية المتنامية، والمتبرعات الجديرات والمتنوعات، والمزيد من إشراك المتبرعات الحاليات، وتصميم برامج لتقديم المنح والأوقاف، وتعميق ثقافة العطاء.

وعن طريق تدشين حلقة عطاء نسائية، فإن المؤسسة غير الربحية لا تقوم فقط بتتقيف النساء في مجال العمل الخيري وتشجيعهن على بذل المزيد، ولكن أيضًا توفر التدريب في مجال القيادة وتفصح الطريق أمام النساء لكي يصبحن متطوعاتٍ لدى المؤسسة وعضواتٍ في مجالس الإدارة في المستقبل.

ومع ذلك، من المهم أن تكون انطلاقة حلقة العطاء من جانب النساء المتطوعات وبدعم من المؤسسة غير الربحية؛ فالنساء يُردنّ الابتكار وليس الإملاء. وأكثر حلقات العطاء نجاحًا هي تلك التي يرأسها متطوعات نشطات ومخلصات ينظر إليهن المجتمع بعين التقدير. ابدأ العمل بعددٍ من النساء يقل عن خمس، وحافظ على دور المنظمة، ودع لجنة التوجيه تطلب من الأصدقاء الانضمام إليها، ثم راقب الحلقة وهي تنمو مع مشاركة أكثر اتساعًا (بالتطوع والتبرعات) في المنظمة.

(٦-٢) حلقات العطاء النسائية والمستقبل

ما مستقبل حلقات العطاء النسائية؟ تقول د. أنجيلا أيكنبيري، الأستاذة بجامعة نبراسكا، ومؤلفة كتاب «حلقات العطاء: العمل الخيري، والاتحاد التطوعي، والديمقراطية»، والمحقق الأساسي الآخر لمجموعة مقالات «أثر العطاء المشترك»: «إن إحدى النتائج التي توصلت إليها الدراسة التي قمنا بها هي أن الأفراد في حلقات العطاء يتبرعون بدرجة أكبر كلما زادت درجة وفترة مشاركتهم في حلقة العطاء. ويبيّن هذا أننا على الأرجح سوف نرى تأثير حلقات العطاء المتنامي في المستقبل.»³²

وللمعلومات والموارد دورها كذلك في مستقبل حلقات العطاء؛ حيث يوجد الآن عدد من المنظمات والشبكات تساعد الحلقات بطرق متنوعة. ومن الأمثلة على ذلك ساندي بيتجر من واشنطن العاصمة؛ فبعد قراءتها عن حلقات العطاء في الواشنطن بوست في عام ٢٠٠٤، أدركت بيتجر أنها قد وجدت بُغيثها، ورأت أنها لكي تُحدث تغييرًا هادفًا على مدار فترة كبيرة من الوقت، فإن عليها أن تبدأ من خلال المنظمات ذات القاعدة الشعبية. وتساءلت: «وأي شيء أفضل من حلقات العطاء لتقوم بهذا الدور.»³³

ولأن رسالة ماجستير بيتجر كانت عن قيادة التغيير الهادف وخلق الاستدامة في المنظمات، فقد بدأت تفكر بجدية في كيفية تطبيق هذا على حلقات العطاء. لقد آمنت أنه عن طريق تدشين جماعة لدعم وتطوير حلقات العطاء، فإنها سوف تكون قادرة على خلق الاستدامة كذلك. ومن هنا كان مولد شبكة حلقات العطاء في عام ٢٠٠٥، وهي شبكة يمتد نشاطها في أنحاء البلاد.

(٣) معلومات سريعة

تُعَدُّ برامج العمل الخيري وسيلة ممتازة للمؤسسات غير الربحية لكي تحصل على دعم إضافي من النساء. كما تُعَدُّ البرامج سُبُلًا واسعة الانتشار لجذب متبرعات جديدات وإعادة إنعاش الداعمات الحاليات. وهذه البرامج شائعة في مجالات التعليم العالي، والرعاية الصحية، ومؤسسات المجتمع.

إن حلقات العطاء لها تأثيرها من خلال البرامج الخاصة التي تقوم بتمويلها، ولكونها عاملاً مساعداً لنمو العمل الخيري بصفة عامة. بالإضافة إلى ذلك، فإنها أثبتت نجاحها بوصفها «حَضَّانات للعمل الخيري» يستعين بها الأفراد الذين يرغبون في استغلال المال من أجل إحداث أثر عظيم، في الوقت الذي يعرفون فيه المزيد عن المجتمع، وعن صناعة المنح، والقضايا ذات الأهمية لديهم. ومن المتوقَّع استمرار اتجاه النمو الحالي، مع وصول الكثير من الوجوه الجديدة إلى طاولة العمل الخيري بمجالس الإدارة.

الفصل التاسع

موروث أم مكتسب: البرامج التثقيفية للمتبرعات

على مدار سنوات عمري كانت تراودني هذه الفكرة: «أريد أن أكون ناشطة في العمل الخيري» كانت هناك أشياء كثيرة تحول بيني وبين ذلك، وأهم شيء هو طريقة تفكيري ... شكرًا لكم على تشجيع النساء على أن يرين أنفسهن «كبارًا».

رسالة من امرأة شاركت في جلسة تثقيفية للمتبرعات، مرفقة بتبرعها السنوي لمعهد المرأة للعمل الخيري

تتنوع نتائج البحث فيما يتعلق بكون العمل الخيري «موروثًا» من الوالدين، ويظهر للعِيان عندما يتأثر المرء بحادث شخصي، أم «مكتسبًا» من خلال البرامج التثقيفية للمتبرعات والمتبرعات. ويبدو أن رحلة المرأة في العمل الخيري يمكن أن تكون مورثة، أو مكتسبة، أو مزيجًا من الاثنين. فعندما تعالج امرأة طفلًا لها من أحد الأمراض بالمستشفى، فهي في الأغلب «تلتقط» العمل الخيري وتجزل العطاء للمستشفى. ومن ناحية أخرى، فإن النساء المنتميات إلى أُسر خَيْرَة، أو اللاتي شاركن في جلسات تثقيفية للمتبرعين، أو اللاتي أصبحن جزءًا من حلقات العطاء، «يكتسبن» العمل الخيري، وكذلك «يلتقطن» الفكرة من الآخرين في محيطهن.

إن العمل الخيري يمكن أن يكون واحدًا من أكثر الأشياء التي تمنح حياتنا قيمةً ومغزًى. غير أن بعض النساء يرتبكن من مناشدات طلب المنح ويقلن إنهن لا يعرفن كيف يُرتبُن أولويات العطاء أو يوجهن العطاء. كما تريد أخريات أن يعكس عملهن

الخيري على نحو جيد قيّمهن ورؤيتهن لعالم أفضل. ومعظم النساء يرغبن في التأكّد من تأمين أطفالهن وأقاربهن عند قيامهن بتوزيع الممتلكات الخاصة بهن. في هذا الفصل سوف نبحث في جميع هذه المسائل ونحن نراجع رحلة المرأة في مجال العمل الخيري. وهذه الرحلة تتم بطريقة متأنية جدًّا من خلال تثقيف المتبرعات. إنها رحلة تفيد بدرجة كبيرة كلّاً من النساء الناشطات والمؤسسات غير الربحية التي يدعمنها.

(١) ما الذي تتناوله البرامج التثقيفية للمتبرعات؟

تُعَدُّ البرامج التثقيفية للمتبرعات الجزء الأكثر إمتاعًا وإبداعًا في مبادرات العمل الخيري النسائي حتى الآن (انظر الفصل الثامن). وبإمكان البرامج التثقيفية للمتبرعات أن تُطوّر العمل الخيري النسائي بدرجة كبيرة في المؤسسات غير الربحية؛ فبعد أن تفرغ النساء من البرامج التثقيفية للمتبرعات، ستكون المنح المقدّمة منهن على الأرجح أكبر حجمًا وأقل تقييدًا.¹

وإذا لم تكن المؤسسات غير الربحية تمتلك مبادراتٍ رسميةً للعمل النسائي الخيري، يمكنها أن ترعى برامج بصفةٍ فرديةٍ أو تنضم لجهاتٍ أخرى في المجتمع من أجل دعم الفرص التثقيفية الإقليمية وعلى مستوى المدن. وقد أثبتت المشروعات المشتركة نجاحها في بناء علاقات تعاونية قوية في المجتمع. لا تخدم البرامج التثقيفية للمتبرعات التعلّم الشخصي فحسب، ولكن تساعد كذلك على كشف النقاب عن فرص العطاء؛ فهي توفر الإطار اللازم لفهم أغراض العمل الخيري.

يمكن إدراج الأُسْر في البرامج التثقيفية للمتبرعات. ومع ذلك، يتعيّن أن يكون هناك في الوقت نفسه برامج منفصلة للنساء لتوفير مكان خاص وآمن لمناقشة كافة آليات العطاء. ومن طبيعة النساء أنهن يفتحن ويناقشن بصورة أكبر في المجموعات النسائية الخالصة.

إن معايشة رحلة العمل الخيري مع نساء أخريات تمنح المتبرعات فرصة التعلّم بعضهن من بعض. ولقد رأينا كثيرًا النظرات الكاشفة في عيون النساء المسنات عندما يسمعن عن التبرعات الصادرة من بيوت النساء الشابات. كان واضحًا أن بعض المحادثات الممتعة التي تتم في بعض بيوت هؤلاء المسنات كانت تدور حول هذا الموضوع. ومثل

هذه اللحظات تجعل جميع النساء يدركن أن باستطاعتهن المشاركة في قرارات العمل الخيري، والتأثير على العمل الخيري، والتبرع من تلقاء أنفسهن. من خلال البرامج التثقيفية للمتبرعات، تعيش النساء متعة العطاء من خلال الاستماع إلى غيرهن من النساء، ويصبحن متحمساتٍ للعمل الخيري ومُقبِلاتٍ عليه وهن يشاركن سرد القصص مع الأخريات. وبمجرد أن تبدأ الجلسات تصبح هذه القصص مصدر إلهام وتحفيز لكل المشاركات. فالبرامج تتيح فرصة لا مثيل لها للتثقيف، والتعلم، والمشاركة، والتواصل. وحينئذٍ تُقدّر النساء أهمية الوقت المخصص للحديث مع قريناتهن عن قيم العمل الخيري، والرؤية، وقيمة الصوت في الأوساط العامة. ولا تركز الجلسات على العمل الخيري فقط، ولكنها تركز كذلك على الموضوعات ذات الصلة مثل القضايا المالية وكيفية تحقيق متعة التبرع أثناء الحياة. ويمكن دمج العروض التي تقدمها هيئة التدريس والعملاء والإداريون والطلاب، في هذه الجلسات؛ بحيث تتكامل رسائل هذه الأطراف مع رسالة المؤسسة. يمكن للبرامج التثقيفية للمتبرعات أن:

- «تساعد على «تمييز» أو «إبراز» منظمتك أو مؤسستك غير الربحية»: إن المنظمات التي تُشرك النساء المتبرعات هي المنظمات التي سيُكتب لها النجاح. وإذا تم تثقيف المتبرعات بصورة جيدة، فسوف تنشر النساء رسالة مفادها أنك تهتم بالمتبرعات، وأن لك وضعاً مميزاً في المجتمع أو أسلوباً متميزاً في تقديم الخدمة.
- «توفر «قيمة مضافة» للمؤسسة»: تُقدّم البرامج التثقيفية للمتبرعات فائدة مزدوجة؛ حيث إن المنظمة تُسدي معروفًا ليس فقط للمتبرعين ولكن لذاتها كذلك. وتزود البرامج التثقيفية للمتبرعات المرأة بفهم لنفسها، وقيمتها، وكيفية انعكاس تلك القيم على عطائها. وهي تتعرّف أكثر على المؤسسة، وتصبح أكثر ميلًا إلى العطاء مع انخراطها في المؤسسة.
- «تخلق علاقاتٍ أعمق مع المتبرعات والأزواج»: فكثير مما يحدث أثناء البرامج التثقيفية للمتبرعات يؤدي إلى أن تمعّن المتبرعة في النظر في حياتها. وهذا يساعد على خلق رباطٍ أوثق بين المتبرعة والمنظمة. بالإضافة إلى ذلك، تُقدّم البرامج التثقيفية للمتبرعات فرصة للنساء من نفس المستوى الأكاديمي للتحدّث بأريحية فيما بينهن وتكوين العلاقات.

- «تُعظَّم الأثر والعطاء»: تقول النساء إنهن يُردنَ المشاركة قبل وبعد تقديم المنح على حدٍ سواء. تتيح البرامج التثقيفية للمتبرعات هذه المشاركة؛ إذ تُظهر الدراسات أن المتطوعات والمنخرطات في المؤسسات غير الربحية يتبرعن أكثر من غيرهن. بل إن المتبرعات يتعرّفن على المؤسسة غير الربحية بصورة أكبر أثناء مُضيهم في رحلة العمل الخيري. إن المتبرعات لديهن القدرة على الربط بين قيمهن ورسالة المنظمة أفضل من غيرهن.
- «توفر فرصاً للمتابعة الفردية»: تخلق البرامج التثقيفية للمتبرعات لدى المؤسسة غير الربحية نوعاً من الألفة مع المتبرعات ومستئولي التنمية؛ حيث إن الجميع شركاء. وهذه المشاركة تؤدي بصورة طبيعية إلى العمل المشترك والاتصال السلس بين النساء المتبرعات ومستئولي التنمية.

قبل الشروع في تقديم البرامج التثقيفية للمتبرعات في المؤتمرات في أنحاء البلاد، تحدثنا إلى الكثير من القادة في الميدان وتعلمنا منهم، ومن بين هؤلاء تراسي جاري، مؤسّسة منظمة وصايا الإرث المُلهمة، وإلين ريمر، رئيس مبادرة العمل الخيري ومديرتها التنفيذية، وعضو مجلس العمل الخيري النسائي. وقد وجدنا أن الكثير من مكاتب التنمية والمؤسسات المالية بدأت تتبنى التقنيات الخاصة بالأموال والعمل الخيري؛ كيفية إنجاز الأشياء. غير أن حركة تثقيف المتبرعات الحديثة، التي تم تطويرها بصورة كبيرة لكي تصل إلى جماهير النساء، بدأت تصبح ذات معنى عندما خاطبت القيم ومصادر الإلهام والتحفيز.

ترغب المتبرعات في تحسين وتغيير المجتمع، ولكن بأسلوب حكيم. وهن يرغبن في التعرّف على أمور تتجاوز آليات العطاء؛ فالنساء يُردنَ أن يفهمن أنفسهن؛ قيمهن وأهدافهن، والقضايا محور اهتمامهن، وأهمية أموالهن. وإنه ليروق للمرأة أن تصبح متبرعاً على علم ومعرفة. وبإمكان كل مؤسسة غير ربحية أن تزيد الدعم المقدم لها، وخاصةً المقدم للعمل الخيري، عن طريق رعاية ندوات العمل الخيري والبرامج التثقيفية الموجهة للمرأة.

إن العمل الخيري هو القرار الاقتصادي التطوعي الذي نتخذه في حياتنا اليومية ويُشكل فرصة لوضع رؤيتنا، وقيمنا، وأموالنا، وأخلاقياتنا في الموضوع الصحيح. والنتيجة المرجوة من البرامج التثقيفية للمتبرعات هي: إيجاد «المكان الصحيح».

(٢) القيم، والرؤية، والتواصل

كثير من النساء يناضلن من أجل الحياة وفقاً لقيمنهن. ويُعدُّ بناء العمل الخيري على هذه القيم عنصرًا مهمًّا في العمل الخيري النسائي؛ فالنساء يدركن أن العمل الخيري المرتكز على القيم يحل المشكلات ويُحدث الفارق في حياة الناس.

وتُقدِّر المرأة التواصل مع الآخرين، وتشعر أنها متصلة بغيرها من النساء عندما ترى أو تسمع عن نماذج معينة من الناشطات في مجال العمل الخيري في مجتمعاتهن — نساء العمل الخيري على مدار التاريخ ونمو حلقات العطاء، وصناديق تبرعات النساء، والمبادرات النسائية، والتحالفات، والحملات. وعندما قامت شو-هاردي بالتحدث أمام ٣٦٠ امرأة بعد إعلان نتائج حملة «النساء يحركن الملايين»،² اعتبرت ذلك الحدث مثالاً رائعًا على الإنجازات النسائية الخيرية. وقد أحدث بيان شو-هاردي عاصفة من التصفيق المدوي والتلقائي. لقد سيطر على الحضور من النساء الحماسة والفخر بسبب نجاح الحملة، وأدركن أنهن يستطعن أيضًا تحقيق الآمال العظام وتجاوزها.

لا ريب أن الاتصال مهم؛ فأثناء حملة «النساء يحركن الملايين»، قامت لاكميلي هانت بدعوة النسوة اللاتي استطعن التبرع بمبلغ مليون دولار لمساعدة الفتيات والنساء إلى منزلها. لم يُطلب من النساء التبرع في الجلسات؛ بل تحدثن بحرية وأريحية وثقة فيما بينهن عن العمل الخيري، ومشاعرهن الشخصية بشأن المال، والمسئوليات والالتزامات التي تحيط بالثروة. وبالطبع اشتملت الحوارات كذلك على قضايا النساء والفتيات، ولكن كانت عملية التثقيف منصبّة بصفة أساسية على العمل الخيري. والبرامج التثقيفية للمتبرعات تأخذ المنحى نفسه: بيئة مريحة، وخصوصية، ومشاركة في الأفكار، ومعلومات ممتعة يقدمها شخص عطوف.

(٣) مراحل الرحلة الخمس

وبعد أن عرفنا المزيد عن البرامج التثقيفية للمتبرعات، نكون قد تعرفنا على المراحل الخمس المختلفة للرحلة:

- التحفيز/الإلهام.
- المعرفة.
- العمل.

- القيادة.
- الميراث.

ونوصي بقوة أن يشتمل كل برنامج تثقيفي للمتبرعين على هذه المراحل، مع إمكانية التأكيد على عنصر أكثر من آخر، ولكن لضمان النجاح الحقيقي يجب إدراج بعض الجوانب الخاصة بكل مرحلة.

(٣-١) المرحلة الأولى من الرحلة: التحفيز/الإلهام

المرحلة الأولى عبارة عن تأمل يعقبه لحظة يتم فيها إطلاق «صيحة الرضا». وتحدث هذه اللحظة عندما تستعرض النساء حياتهن وقيمتهم ويكتشفن العاطفة التي تربطهن بتلك القيم.

في هذه المرحلة لا تعتبر المرأة نفسها ناشطة في العمل الخيري في الأغلب. وكثيراً جداً ما تقفز المنظمات مباشرة إلى المرحلة الثانية الخاصة بالمعرفة دون أن تركز بدرجة كافية على الإلهام، والتحفيز، والاكتشاف. وبدون التأمل والاختيار، فإن برامج المتابعة التثقيفية لا تؤتي ثمارها؛ نظراً لأن الأساس لا يكون راسخاً. وهذا الأساس يتضمّن أن تتعرّف المرأة على قيمها، ورؤيتها، ثم صوتها.

لقد بدأت الشركات المالية في تبني «مرحلة قيم» عند التعامل مع عملائها وخاصةً من النساء. وتعي هذه الشركات أن المرأة تنظر إلى مواردها المالية بطريقة تختلف عن الرجل؛ فلديها من الارتباطات والاستجابات العاطفية ما يلزم اكتشافه عند بداية العلاقة؛ فهي تتحدث عن القيم قبل حديثها عن الأسهم والسندات والخيارات الأخرى.

تكون جلسات المرحلة الأولى في أفضل صورة عندما تقوم امرأة بتنفيذها. وقد وجدت شركة ميريل لينش أن المرأة تستجيب بالشكل الأفضل إلى غيرها من النساء عند الحديث عن المسائل الشخصية؛ ومن ثمّ توظف الشركة عددًا أكبر من المستشارين النساء لخدمة الأعداد المتزايدة من العملاء الإناث.³ وينطبق الشيء نفسه على البرامج المقدّمة للنساء المتبرعات؛ فالنساء أكثر ميلاً إلى الانفتاح عندما تقوم امرأة بإدارة جلسة أو تقديم عرض مقارنةً بالرجل.

ويمكن أن يُطلب من المشاركات استيفاء استطلاع رأي عند وصولهن يضم هذه النوعية من الأسئلة:

- عندما يُلقى الآخرون نظرةً عليك، ما الذي يروّنه في الثواني العشر الأولى؟
- ما هي الفروق بين قِيمهم (الطريقة التي يرونك بها) وقِيمك (الطريقة التي تَرين بها نفسك)؟
- هل قيمك الأسرية الجماعية هي نفس قيمك الشخصية؟
- ما هي القيم الأساسية التي يمتلكها أبناؤك أو الشباب الذين يمثلون أهمية لك؟
- ما هي القيم التي تودين أن تنقلها إليهم؟

تمرين المليون دولار

قامت تايلور بتصميم دليل إرشادي خلال هذه المرحلة أطلقت عليه «تمرين المليون دولار» (ستجده كاملاً في المصدر ب).

يُطلب من النساء أولاً تحديد قِيمهن ثم المشكلات المهمة في المجتمع. ومن خلال طرح قيمهن معاً، و«نقود اللعب» التي يستخدمنها في التمرين، وبالعمل معاً، يساعدن في حل المشكلات وإحداث التغيير المجتمعي. وليس ثَمَّة شك في أن النساء سوف يستخدمن أموالهن بأسلوب جديد بالكامل.

عندما قامت تايلور بتطبيق التمرين في عام ١٩٩٣ في «مؤتمر فيلكر للقيادة» بكلية العلوم الاستهلاكية والأسرية بجامعة بوردو، وهو المؤتمر الافتتاحي، كانت إحدى القضايا التي اختارتها النساء هي تقوية الأُسْر. وفي خلال فترة الاستراحة، قدمت لورين بيركهارت، إحدى خريجي الكلية، نفسها إلى تايلور وزميلتها شيريل ألتينكيمر وقالت إنها تريد أن تُقيم «مركزاً للأُسْر» لتمد صانعي القرار بأحدث الأبحاث عن الأُسْر والأطفال. ثم أذهلت بيركهارت تايلور بقولها: «وسوف أتبرع بالمنحة الأولى؛ مليون دولار!» والسبب: «لأنك أعطيتني الإذن باتباع قلبي.»⁴

وقد مثلت تلك المنحة تحدياً للنساء الأخريات دفعهن لتقديم منح للمركز، وأيضاً تحدياً لبيركهارت ذاتها لتقديم منح إضافية. وكانت قيم بيركهارت بمنزلة الحافز الذي احتاجته لتقديم منحتها، وعن هذا تقول: «عندما يقوم الأفراد بالتبرع بمنحة، فإنهم يُعبّرون عن القيم التي يهتمون بأمرها.»⁵

المرأة والعمل الخيري

إن استضافة ضيف شرف مرموق وملهم في مجال المرأة والعمل الخيري في اجتماع غداء أو عشاء سنوي يُعدُّ أمرًا ملائمًا جدًا لدعم جلسة القيم و«تمرين المليون دولار»، وقد يتم الاعتماد على الاجتماع السنوي بوصفه برنامجًا مستقلًا. ويمكن تنفيذ برنامج القيم المصحوب بالتمرين كل بضع سنوات للنساء الجديديات على المنظمة. وإليك بعض النقاط المقترحة لعرض مدته ثلاثون دقيقة:

- تاريخ العمل الخيري النسائي، ليتيح الفرصة للنساء كي يشاركن في الفخر بإنجازات الماضي، على الرغم من عدم الاعتراف بها في أغلب الأحيان.
- المعايير الستة الأساسية والثلاثة الإضافية في مجال العمل الخيري.
- أهمية العمل الخيري النسائي في عالم اليوم.
- نماذج القدوة والقادة الكبار في مجال العمل الخيري النسائي.
- رحلة العمل الخيري الخاصة بضييفة الشرف.
- العوامل التي تحكم عطاء المرأة، ومن بينها الحواجز والأجيال.
- الوسائل التي تتبرع من خلالها المرأة اليوم، وتشمل حلقات العطاء، وتبرعات الزوجين، والعمل الخيري الأسري، وصناديق تبرعات المرأة، ومبادرات العمل الخيري في مجال التعليم العالي.
- توضيح كم أن المرأة محظوظة اليوم لأنها تعيش حياتها على هذا النسق وتستمتع بخيارات الحياة التي لم تستمتع بها المرأة في أي فترة من فترات التاريخ.

وفي مثل هذه العروض، غالبًا ما نستشهد بمقولة ترتبط بالمرأة أشد الارتباط:

تعيش المرأة الأمريكية حياة أفضل وأصح من تلك التي عاشتها أي امرأة قبلها ... في أي مكان ... وفي أي زمان. نحن جيل النسوة الذي انتظره العالم، وعلينا أن نفعل ما هو أكثر من مجرد الاستمتاع بالحياة الكريمة كي نُعوّض ما عانته الأجيال السابقة ونجعل حياتنا كما نحب أن نراها.⁶

د. كلير جوديانى، الأستاذ بجامعة نيويورك، ومؤلفة

كتابي «الخير العميم» و«ريادة الأعمال الاجتماعية»

في أمريكا: المرأة تؤسس اتحادات أقوى»

«قوة حافظة النقود»

نُظِّمَت ملتقيات خاصة كثيرة حول موضوع «قوة حافظة النقود». ويبدو أن الملتقيات، رغم أنها مستهلكة للوقت أحياناً، تُشبع رغبة المرأة في الكثير مما تتطلع إليه: التواصل، والتعاون، والابتهاج. وقد نظمت النساء في رابطة معهد إنقاذ الطفل في مدينة أوماها ملتقىً نجح في جمع الكثير من الأموال، بل أوجد الكثير من المتعة مما دفعنا إلى التأكد من إدراجها في هذا الكتاب (انظر المصدر هـ).

(٢-٣) المرحلة الثانية من الرحلة: المعرفة

تكون المرأة في هذه المرحلة متحمسةً ومستعدةً للتفكير في أن تصبح ناشطةً في العمل الخيري، أو على الأقل التفكير في التبرع بمعدل أكثر من ذي قبل. وتقوم المشاركات بتحليل القضايا الشخصية والقضايا المرتبطة بتأثير الثروة على حياتهن، كما يقمن بتثقيف أنفسهن بشأن قيمتهن المالية. ونظرًا لأن موضوع المال يمكن أن يتضمن مسائل شخصية جدًا ويتسبب في عدم اطمئنان بعض الأفراد، فمن المهم أن تقوم امرأة بإدارة الجلسات؛ حيث إنها ستضمن ارتياح النساء بعضهن لبعض وعدم خوفهن من توجيه الأسئلة مع الحفاظ على الخصوصية. وتتمثل ثمرة هذه المرحلة في أن النساء يتعلمن كيفية التبرع بالمال من أجل دعم قيمهن، والبدء في تصميم خطة للتعطاء، والتعرف على بُغيتهن من المؤسسة غير الربحية. وفي نهاية الجلسات، ينظر النساء إلى أنفسهن بوصفهن ناشطاتٍ في العمل الخيري.

تقول دون ثورن، المديرية بشركة سيلفر بريدج للاستشارات، إن شغفها الحقيقي هو التثقيف المالي للمرأة.⁷ فقد درست السلوك والاستثمار المالي للمرأة في كلية إدارة الأعمال بجامعة هارفرد. ونتيجةً لأبحاثها، قامت بتأسيس سلسلة «رأي المرأة» التابعة لشركة سيلفر بريدج، التي تجمع النساء معًا من أجل تثقيف أنفسهن بصورة أكبر في مجالات الاستثمار، والعمل الخيري، ومجموعة من الموضوعات الأخرى في إدارة الثروة.

وقد وجدت ثورن أن المرأة في حاجةٍ إلى تعلم كيفية إدارة الأموال. وهي تلجأ إلى أبيها وإخوانها وأصدقائها؛ لطلب النصيحة، وتقول إنها لا تثق في المستشارين في واقع الأمر. تقول ثورن: «لا تحتاج المرأة والرجل إلى منتجات وخدمات مختلفة، غير أن النساء يملن إلى التأكيد على السهل الممتنع. وهن يرغبن في التعاون، ولا يُردنَّ التعلُّم من الخبراء فقط،

ولكن يُردنّ التعلم فيما بينهن. فالنساء يتعلمن بعضهن من بعض ويتشاركن الخبرات، فيما يتعلق مثلاً بتربية الأطفال، ومتابعة الوالدين في دار رعاية المسنين، وتجربة الترمّل. كما تدعم أبحاث ثورن كذلك فكرة أن المرأة تريد أن تكون ممتلكاتها وأنشطتها الخيرية متوافقةً مع قيمها الشخصية.

وطبقاً لليندا ديسكانو، رئيسة شركة «المرأة وشركاؤها» التابعة لشركة سيتي والمسئول الأول عن العمليات بها، فإن النساء انتقلن من مرحلة المشتري الأول في الأسرة إلى مرحلة المسئول المالي الأول (المدير المالي).⁸ وهي تقول إن النساء الآن يخططن لتعليم أبنائهن، ولحياتهن بعد التقاعد، وللعمل الخيري. وتضيف: «النساء يُعرّفن أنفسهن على أنهن مديرات تنفيذيات ونماذج للقوة الصالحة. وهن يضطلعن بدور كبير جداً ويصنغن القيم المالية لأسرهن، وإحدى هذه القيم هي العطاء. وهن يبحثن في كيفية جعل استثماراتهن متوافقةً مع عملهن الخيري، وكيفية التحول إلى ناشطات في العمل الخيري على نحو استراتيجي، وكيفية إشراك أبنائهن. وتوفر شركة «المرأة وشركاؤها» مكاناً آمناً للنساء لكي يتحدثن عن الموارد المالية في الوقت الذي يتم فيه الاعتراف بقوتهن الاقتصادية». ويصف برنامج شركة «المرأة وشركاؤها» نفسه بأنه مكان تتلاقى فيه الحكمة، والثروة، والنساء، وهذا هو تماماً المناخ المهم للتشجيع أثناء الجلسات.

وفيما يلي خمس جلسات مقترحة لمساعدة المرأة على الشعور بمزيد من الثقة فيما يخص الشئون المالية؛ الأولى تساعد المرأة على النظر في مشاعرها تجاه المال، والثانية مصممة للحديث عن العمل الخيري، والثالثة تبرز ما هو مفترض أن تجده المرأة في المؤسسة غير الربحية، والرابعة تُركز على وضع خطة للعطاء، والأخيرة تتناول أنواع العطاء. تعتمد الجلسات بعضها على بعض وتفترض أن المرأة شاركت في مناقشات القيم والعمل الخيري بدايةً من المرحلة الأولى.

وسنحصل على أفضل النتائج من خلال إدارة ورش العمل بواسطة إحدى النساء اللاتي حضرن التدريب من قبل، أو أحد مسئولِي التنمية المحترفين المنتقى بعناية. ومن المهم ألا يشعر الحضور بأن المؤسسة غير الربحية تضغط على النساء من أجل التبرع. والنتيجة المثلى هي أن ينتهي الأمر بالنساء بدعم المؤسسة غير الربحية من تلقاء أنفسهن.

الجلسة الأولى: «محور الحديث كله: المال وأنا»

يمكن أن يصل العدد الفعلي للمشاركات في هذه الجلسة إلى أربعين امرأة. وينبغي أن تبدأ بفترة للتعارف لمدة نصف ساعة يتبعها عرض لمدة تتراوح بين خمس عشرة وعشرين دقيقة بواسطة إحدى الزميلات لشرح دور المال في حياتها. والبدء بقصة شخصية من شأنه أن يُشعر المشاركات بالراحة ويجعلهن منفتحات لجلسة الانطلاق.

ونظرًا لأن موضوع المال قد يكون شخصيًا إلى حد كبير، تجد النساء في استطلاع الرأي وسيلة جيدة للمشاركة بأفكارهن على نحو مريح. ويمكن الاطلاع على الأسئلة المقترحة في المصدر «ج». وبعد أن تقضي النساء بعض الوقت في الإجابة عن الأسئلة بصورة شخصية، يمكن إجراء مناقشة لتبسيط الأمور لمدة ساعة، بحيث تجلس أربع إلى ست نساء على كل طاولة. وبعد نهاية فترة الساعة، يمكن أن تعرض كل مجموعة ما خلصت إليه من نتائج عقب المناقشة إذا كان ذلك ملائمًا.

تُتبع هذه الجلسة باستراحة غداء أو تناول بعض النيذ والخبز. وهذا سوف يمنح النساء فرصة للتعارف (وهو عنصر مهم جدًا في العمل الخيري النسائي) ويعينهن على استكمال مناقشاتهم.

الجلسة الثانية: «تجارب في مجال العمل الخيري»

يمكن أن تستوعب هذه الجلسة أربعين امرأة بسهولة، وينبغي أن تسبقها فترة للتعارف. أتبع هذا بلجنة لتبسيط الأمور بحضور ثلاث نساء لمناقشة أنشطتهن الخيرية الشخصية. ومن المفترض أن تتطرق أسئلة اللجنة إلى النقاط التالية:

- (١) لماذا العمل الخيري مهم في حياتك؟
- (٢) من أين تعلمت العمل الخيري؟
- (٣) ما هي المؤسسات غير الربحية المفضلة لديك؟ ولماذا تتبرعين لها؟
- (٤) صفي البهجة التي تتحصلين عليها من العطاء؟
- (٥) كيف يتم اتخاذ قرارات العطاء في أسرتك؟

يتعين أن تُوظف النساء الأعضاء في اللجنة بواسطة المتبرعات لدى المؤسسة غير الربحية، كما يتعين أن تلهم وتحفز قصصهن المشاركات لكي يَكُنَّ متبرعات أكثر نشاطًا.

وعقب اللجنة، يتعين عقد مناقشات بواسطة مجموعات صغيرة تستمر لمدة ساعة ونصف، وتضم كل مجموعة من أربع إلى ثماني نساء وتناقش بعض الموضوعات من المصدر «ج». ويمكن اختيار إحداهن لعرض نتائج المناقشات.

فيما يتعلق بالنساء اللاتي يفكرن في التبرع بمنحة كبرى بصفة فردية، نقترح استخدام استطلاع الرأي الوارد في المصدر «د». ومن خلال الأسئلة التي تُطرح على المتبرعة، وكذلك من خلال موافاتها بتقرير مكتوب عن إجاباتها، يمكنك أن تساعدنا في التخطيط ونقل خطتها لأسرتها. وعلى مسئول التنمية أن يكون موجودًا بصورة رصينة وهادئة لمعاونة المتبرعة في اكتشاف رؤيتها الحقيقية لعالم أفضل وكيفية التحرك.

الجلسة الثالثة: «أعمال الخيرية: العطاء الذكي»

من المنطقي أن تتم مراجعة أعمال المؤسسة غير الربحية، كما يراجع المرء حركة الأسهم والمشروعات التجارية قبل الشروع في أي نوع من الاستثمار. إن العاطفة والحب والعطاء من القلب، أمور مهمة بالطبع، غير أن البحث الجيد له نفس الأهمية. والنساء يرغبن في معرفة التفاصيل عن المنظمة، ومن الأرجح أن يَكُنَّ أكثر ولاءً إلى حدٍّ كبير إذا ما أَحَطْنَ بالقصة برُمَّتها.

وكما هي الحال في الجلستين الأولى والثانية، قد تشتمل هذه الجلسة على نحو أربعين امرأة. وتتضمَّن مقترحات افتتاح الجلسة (بعد فقرة التعارف التي تستغرق نصف الساعة الأولى) استعراض مقدم الجلسة المعلومات العامة بشأن ما يتعلَّق بالبحث عنه عند دراسة التبرُّع بمنحة. ولا ينبغي أن ترتبط هذه المعلومات على نحو خاص بالمؤسسة غير الربحية التي ترعى العرض. وعقب هذه الجلسة العامة، يمكن للمؤسسة غير الربحية تقديم العرض الخاص بها. وإليك بعض الموضوعات التي يمكن أن يتطرق إليها مقدم الجلسة:

- (١) ما هو تاريخ المؤسسة غير الربحية؟
- (٢) ما هي الميزانية السنوية للمؤسسة غير الربحية؟ ما هي النسبة التي تأتي من جمع التبرعات؟ ما حجم الأموال الخاصة المقدمة من مجلس الإدارة، ومن الأعضاء؟
- (٣) ما حجم الإنفاق على بنود الإدارة مقارنةً بالبرامج؟
- (٤) ما الذي ينبغي أن أبحث عنه في التقرير السنوي؟

- (٥) من هم أعضاء مجلس الإدارة؟
(٦) من هم الداعمون الماليون؟
(٧) ما الذي ينبغي أن أبحث عنه عند دراسة استمارة الإعفاء الضريبي ٩٩٠؟
(٨) ما هي رسالة المؤسسة غير الربحية؟ هل تتطابق مع رسالتي؟
(٩) كيف حققت المؤسسة غير الربحية رسالتها؟
(١٠) هل كانت النتائج بمنزلة نقطة تحوّل؟ هل عالجت مشكلات أم اكتفت بحلول مؤقتة؟
(١١) هل توجد وسائل لدى المؤسسة غير الربحية للتعاون مع غيرها من المؤسسات التي تتبنّى الرسالة نفسها؟

وتُعد هذه فرصةً للمنظمة الراعية للتعبير عن نفسها بطريقة واضحة مع الحفاظ على العدل والموضوعية في الوقت ذاته. وعقب العرض، يتعيّن عقد جلسة تفاعلية لطرح الأسئلة والنقاش.

الجلسة الرابعة: «أعمالي الخيرية: العطاء المدروس»

تشمل هذه الجلسة نظرة شخصية إلى العطاء، وكذا نصائح لوضع خطة للعطاء. وفيما يخص الجانب الشخصي، قامت تايلور بتصميم قائمة تضم عشر وسائل من شأنها أن تجعل المرأة متبرعة أكثر فعالية، أو ما تطلق عليه «متبرعة موهوبة» (كما هو موضح داخل المربع). وهذه الاستراتيجيات ذات فائدة جيدة بوصفها نشرات أو إشارات للندوات الخاصة بعطاء المرأة.

كوني متبرعة موهوبة: عشر استراتيجيات لزيادة فعالية العطاء

- (١) ابدئي نشاطك الخيري في وقت مبكر من حياتك بقدر الإمكان، حتى إذا لم تتوافر لك القدرة على التبرع بالقدر الذي تريدينه، فسوف تتراكم منحك لتكون بداية ميراثك.
(٢) ابحثي عن عاطفتك وركزي في منحك بدلاً من بعثرتها. فكري في قضيتين أو ثلاث من القضايا التي ترغبين في دعمها بمنحك الكبرى، واجعلي هذا رسالتك في العمل الخيري. ولن يقتصر الأمر على الأثر المتزايد لمنحك، بل سوف يحقق لك العطاء مزيداً من الرضا.

(٣) **ضعي خطة للعطاء**، اعتبري عطاءك استثمارًا يحتاج إلى التنمية الدقيقة والمراجعة السنوية على الأقل.

(٤) **التزمي بالمساواة عند العطاء الأسري**، ينبغي أن تتمتع أنتِ وزوجك بقرارٍ متكافئٍ فيما يتعلق بالقضايا التي ستذهب إليها مساهماتكما، وكذا حجم العطاء المقدم. التزمي بـبِقِيمِكِ عند العطاء.

(٥) عند الاستطاعة، **تبرعي من ممتلكاتك للقضايا التي تتفاعلين معها**. فكري في عملك الخيري بالطريقة التي تفكرين بها في الطفل؛ بوصفه استثمارك في مستقبل عالنا.

(٦) **تبرعي أثناء الحياة** كي تتمكني من رؤية فوائد عملك وتعرفي كيف تتبرعين على نحو استراتيجي في المرة القادمة؟

(٧) **خذي في الاعتبار قوة الأعداد**، نسقي مع الآخرين تقديم منحة مجمعة تستطيع أن تُقيم مشروعا.

(٨) **اجعلي عطاءك مؤثرا**، زيدي من تأثيرك من خلال بث روح التحدي لدى الآخرين من أجل دعم القضايا التي تعترين بها.

(٩) **علمي فن العمل الخيري للجيل القادم**، اغرسي في أبنائك والشباب من معارفك القيم التي تفخرين بها والالتزام بدعمها.

(١٠) **استقي البهجة من عملك الخيري**، احتفلي بعيد ميلادك بمنحة خيرية لم تكوني تعتقدين من قبل أنها ممكنة؛ فالعمل الخيري يمكن أن يكون واحدًا من الأنشطة الهادفة والمجزية والمبهجة في حياتك. إنه يمكن أن يكون ميراثك.

هذه الاستراتيجيات العشر جميعها مهم، غير أن أعظمها تأثيرًا على العمل الخيري النسائي عند هذه النقطة هي التي تحمل الأرقام ٣ و٤ و٥ و٨. وسنتناولها بشيءٍ من التفصيل:

ضعي خطة للعطاء: أثارت السيدة الأولى السابقة إلينور روزفلت إحدى النقاط الوجيهة عندما قالت: «بما أنك تتحصل على مزيدٍ من البهجة عندما تعطي الآخرين، فعليك إمعان التفكير في السعادة التي تمنحها للآخرين».⁹

وتوجد مصادر ممتازة متاحة على شبكة الإنترنت لوضع خطة للعطاء، أحدها من كتاب تراسي جاري: «العمل الخيري الملهم»¹⁰ وآخر من «كراس تمارين العطاء الأكثر جرأة» من تصميم كريستوفر وأن إلينجر.¹¹ وكلا المصدرين يساعدان القراء

على اتخاذ القرار بشأن حجم العطاء، والقضايا التي يتبرعون من أجلها، وآليات التبرع.

وتقول دون ثورن إن امتلاك المرأة لخطة عطاءٍ من شأنه أن يُسهل عليها قول لا. وتضيف قائلة: «يمكنك أن تقولي لا بمنتهى الصراحة والدفء. ليس بسبب اعتقادك بأن المنظمة لا يميزها شيء، ولكن بسبب التزامك الشخصي برسالتك في العمل الخيري. ولو لم تفعل فيستخذلين نفسك. ولكن يمكنك المساعدة في ربط هذه المنظمة بغيرها من المنظمات التي تشاركها الرسالة نفسها.»

العطاء المتكافئ: لا تقوم المرأة عادةً بالتبرع بالمبالغ نفسها التي يُقدّمها زوجها للمدرسة أو الكلية التي تخرّج فيها. وهي لا تتبرع غالبًا لصالح القضايا المحلية التي تهتم بها مثلما هي الحال بالنسبة إلى زوجها تجاه قضاياها المفضلة. إن وجود خطةٍ للعطاء الأسري يساعد على جعل هذه التفاوتات متعادلةً ويحثُّ على عقد حوارات صادقة ومفتوحة بشأنها.

التبرع من الممتلكات: تمثل أحد التغيرات الكبيرة على مدار العشرين عامًا الأخيرة في اتجاه المرأة إلى التبرع خارج نطاق دفتر الشيكات. وأفضل ما يُوصف به تأثير التبرع من الممتلكات ما ذكره الراحل كلود روزنبرج في كتابه: «ثري وحكيم».¹² لقد رأى روزنبرج أن الأمريكيين يستطيعون التبرع بمائة مليار دولار على الأقل سنويًا أكثر من تبرعهم الحالي إذا ما أقدموا على التبرع من ممتلكاتهم كما يتبرعون من دخولهم. وعليه فقد قام روزنبرج بتأسيس جماعة نيوتايئنج غير الربحية، وهي منظمة أبحاث خيرية معنية بثقافة التبرع من الممتلكات والتشجيع عليها. وتوضح جماعة نيوتايئنج أن الأصول الاستثمارية عادةً ما تتجاوز دخول الأثرياء، ويُفهم من هذا ضمنيًا أن هؤلاء الأثرياء، وكذا دخولهم، متاحون لخدمة العمل الخيري.¹³

زيادة المبلغ المتاح للعمل الخيري سنويًا بما يزيد عن ١٠٠ مليار دولار: فُكر في هذا. ما الذي يعنيه هذا للقضايا التي نوليها أكبر قدرٍ من الاهتمام؟ بالنسبة إلى أمريكا؟ وبالنسبة إلى العالم؟

اجعلي عطاءك مؤثرًا: إحدى القصص التي تركت صدّي لدى المرأة فيما يخص العطاء المؤثر هي قصة ماري إليزابيث جاريت ومنحتها الجماعية المسماة «مساء الجمعة» في أواخر ثمانينيات القرن التاسع عشر.¹⁴ جاء طلب المنحة من جامعة جونز هوبكنز التي طلبت من جاريت مبلغ ٣٥٤ ألف دولار للمعاونة في استكمال مبنى كلية الطب.

وقد وافقت جاريت وصديقاتها على المنحة بالشروط التالية: يُسمح للنساء بالالتحاق بالكلية ودراسة المواد نفسها التي يدرسها الرجال. ولكن العرض لم يَرُقْ لرئيس الجامعة، الذي انحاز إلى صديقة رئيس جامعة هارفرد عندما أُطلق على التعليم المختلط «فكرة خاطئة تمامًا في طريقها للاختفاء السريع».¹⁵ وفي نهاية المطاف، انتصرت النساء في هذه الحملة التي تُشبه حملة «النساء يُحرِّكن الملايين» في أيامنا هذه، ونجح الجميع رغم أنف الرافضين.

الجلسة الخامسة: «التخطيط الذكي للنساء الذكيات»

بعد مشاركة النساء في الجلسات الأربع السابقة، حان وقت مناقشة الأساليب المختلفة للعطاء وأيّ منها أكثر ملاءمة. والطريقة الأكثر نجاحًا هي تعيين امرأة في منصب مقدمة العروض لتكون زميلة للمشاركات وعلى دراية بالوسائل المختلفة للتبرع المالي. وسوف يلقى عرضها قبولًا من جمهور النساء لسببين: نظرًا لكونها امرأة، ولأنهن يُقدِّرن معارفها. ومن المهم بالطبع ألا تستغل مقدمة العرض هذه الفرصة لـ «تسويق» شركتها. وبلا ريب ستكون بعض النساء حريصاتٍ على العمل مع مقدمة العرض.

سوف تدرس النساء الأنماط المختلفة من وسائل التبرع، طبقًا للمرحلة السَّنية والجيل (انظر المزيد عن هذا في الفصل الخامس). وإذا كانت المرأة على وشك الزواج، أو كانت مطلقة، أو كانت فاقدة لزوجها، فإن كلاً من هذه الأحداث الفاصلة في الحياة قد يتطلب نوعًا مختلفًا من التبرع. فعلى سبيل المثال، قد تكون النساء المُسنات أكثر اهتمامًا بوصايا الإرث لأن الكثير منهن يخشين البقاء على قيد الحياة بعد نفاذ أموالهن. والنساء اللاتي يتدرجن في السلم الوظيفي غالبًا ما يكون لديهن التزامات أسرية وقد يرغبن في التبرع السنوي. وعندما يلتحق أبناء المرأة بالكلية، تظل على حالها من الاهتمام الكبير بالمنح السنوية. ولكن عند فروغ أفراد أسرتها من الدراسة بالكلية، فإن الالتزامات وغيرها من وسائل العطاء المخطط يتم وضعها في الاعتبار.

تريد المرأة الحفاظ على ممتلكاتها كي توفر ما يكفي لأبنائها وأحفادها، ليس كثيرًا، ولكن ما يكفي وحسب. تقول تريش جاكسون، نائب رئيس كلية سميث للتطوير: «ترى النساء أنفسهن وصياتٍ على المال، وليس مستثمرات له. والنساء بصفة عامة أكثر حمايةً لممتلكاتهن، ليس بالضرورة بدافع الخوف، ولكن من منطلق الالتزام نحو رعاية الأبناء على وجه الخصوص».¹⁶

وفي ختام الجلسة، يمكن للنساء أن يُجِبْنَ عن استطلاع رأيٍ يتضمَّن بعض مما يلي:

- ما هي الصورة التي أريدها لمجتمعي؟
- ما هي الصورة التي أريدها لعالمي؟
- ما هو التغيير المجتمعي الذي أريد أن أحدثه؟
- كيف أريد تشكيل مجتمعي من خلال تبرعاتي؟
- ما الذي أريد أن أحققه من خلال تبرعاتي؟
- ما هي الطريقة المثلى لفعل ذلك؟
- ما هو شكل ونوع المنحة؟
- ما هو معدل تقديم المنحة؟

- ما الذي أحتاجه لإحداث هذه التغييرات؟
- لأي نوع من المنظمات يمكن أن أوجه مِنحي؟

(٣-٣) المرحلة الثالثة من الرحلة: العمل

في مرحلة العمل، تكون النساء على استعداد للانخراط في البرامج المنعقدة بمؤسساتهن ومنظماتهن، والتطوع والتبرع على نحو مدروس. وهن يقمن بذلك أولاً من خلال تطبيق قِيمهن على التبرع؛ وثانياً من خلال استيعاب مواردهن المالية؛ وثالثاً من خلال امتلاك خطة للعطاء؛ وأخيراً من خلال معرفة الأنواع المختلفة للعطاء وما هي أفضلها بالنسبة إليهن. وفي هذه المرحلة، سوف تقوم النساء بتقديم منحة سنوية على أقل تقدير.

هذه هي مرحلة إمداد النساء بفرص للقيادة لمعاونتهن في أن يصبحن من قيادات العمل الخيري. تذكر أن النساء يُردن أن يُشركهن الآخرون. وإليك تسع وسائل لإشراك وإدراج النساء في العمل ومساعدتهن على الانتقال إلى مرحلة العمل.

- «قم بإنشاء مجموعاتٍ لطرح الأفكار للنساء المتبرعات وتعرّف على الطريقة التي يُردن بها المشاركة في المؤسسة غير الربحية»: (انظر الفصل السادس والمصدر أ.) ويمكن للنساء داخل المجموعات اكتشاف الطرق التي يرغبن في المشاركة من خلالها. وكذلك فإن هذا الوقت مناسب لكي تتعرّف المنظمة غير الربحية على انطباعات النساء عن المنظمة.
- «ادع المتبرعات والعميلات المرشحات إلى المؤسسة أو نظّم لهن جولة»: ساعدهن في استيعاب شعور المجموعة وروحها، وكذلك في التعرف عليها. بين كيف يساعد البرنامج على حل مشكلة اجتماعية محددة، واطلب من الأعضاء طرح إسهاماتهن داخل أطرّف تُوضع على مائدة النقاش. اترك وفرةً من الوقت للأسئلة، وتأكد من متابعة جميع الحضور. أكمل التجربة بإقامة اجتماع غداء واستضافة ضيفة شرف (على سبيل المثال، عضوة هيئة تدريس من النساء، أو طالبة، أو طبيبة، أو مديرة) لتروي قصص نجاح مثيرة فيما يتعلق ببرامج المؤسسة غير الربحية.
- «أطلع النساء على الأنشطة التطوعية المتاحة»: معظم النساء في الأغلب يُردن المشاركة، ويستحق خلق الفرص الجهد المبذول من أجله. ويُعد هذا الأمر يسيراً

في بعض المنظمات. كان لدى معهد إنقاذ الطفل في أوماها متبرعة ساهمت بأموال لإنشاء حديقة كبيرة خارج المكاتب ومبنى الرعاية اليومية. والآن تأتي النساء والرجال للعناية بالحديقة وتثقيف الأطفال في مجال النباتات وغيره من العلوم الأخرى الملائمة لعمر الأطفال.

- «جَهَّز قائمةً بمناصب أعضاء مجلس الإدارة واللجان وقم بتعيين النساء في هذه المواقع على نحوٍ فعال»: وهذا قد يعني توفير برامج تدريبية في القيادة ستتم مناقشتها في المرحلة الرابعة من الرحلة: القيادة.
- «إذا كانت المنظمة إقليمية، أو على مستوى الولاية، أو وطنية، فقم بعقد اجتماعات إقليمية»: ادعُ النساء للحضور، واعرض موضوعات تكون ماثراً اهتمام لهن مع تخصيص وقت للأسئلة والتعارف.
- «اعقد لجاناً من النساء المتبرعات على نحو ما تمت مناقشته في الجلسة الثالثة»: لا شيء أفضل من وجود زميلة تشرح السبب وراء عطائها للمؤسسة غير الربحية لتحفيز الأخريات على التبرع.
- «عرِّف امرأةً بمتبرعات لهن الميول نفسها»: فالنساء يُحببن التبرع معاً ويُلهمن بعضهن بعضاً.
- «استخدم حلقات العطاء لإدراج النساء واعرض تجارب القيادة»: (انظر الفصل الثامن).
- «قم برعاية نادٍ للكتاب خاص بالمرأة»: ويمكن توفير هذا على شبكة الإنترنت، والتواصل مع نساء من خارج الجامعة أو المنظمة.

ويمكن تطبيق كافة هذه الأساليب على نساءٍ بعينهن بطرقٍ مختلفة؛ على سبيل المثال، استقدام طلابٍ للتحدُّث عن منَهم الدراسية، أو دعوة أفرادٍ متلقِّين للهبات لتوضيح كيفية مساعدة الهبات لهم، أو توجيه الدعوة للأخصائيين الاجتماعيين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة البرامج الخاصة بهم. إن الشهادات التي يُدلي بها الأفراد توصل الرسالة أفضل من أي مادةٍ مكتوبة. ولا تنسَ دعوة أعضاء مجلس الإدارة وطاقم المديرين التنفيذيين. وفي الجامعات، يكون للعميد نفس أهمية الرئيس كضيف شرف.

«القيادة»: المرحلة الرابعة من الرحلة: (٤-٣)

أحب المفهوم المتعلق بمطالبة النساء بحقهن في «مكان في ميدان المعركة»، والاضطلاع بأدوار القيادة في عمليات التبرع الخاصة بهن، ومطالبة الآخرين بالتبرع.¹⁷

جويس مايلز، ناشطة في العمل الخيري ومتطوعة

إن النساء في مرحلة القيادة يُدركن أنهن في حاجةٍ لأن يصبحن نماذج للاقتداء من خلال التبرع وتوجيه الدعوة للأخريات للتبرع، والخدمة بمجالس الإدارة. وهن يحرصن على إطلاق مبادرات قيادية في العمل الخيري النسائي أو إنشاء حلقة عطاء أو أن يصبحن جزءاً من أيٍّ منها. (على نحو ما تمت مناقشته في الفصل الثامن).

وعلى الرغم من أن كثيراً من النساء ما زلن يشعرن بعدم الرغبة في وضع أسمائهن على المنح أو عدم رغبتهن في التبرع بصفةٍ رسمية، فإنهن يعترفن بأهمية أن تكون المرأة نموذجاً يُقتدى به وأهمية طلب الأموال من الآخرين. والنساء في مرحلة القيادة لسن فقط من يُقدِّمن منحا سنوية، ولكن من يُقدِّمن كذلك منحا كبرى أو مخططة أو يُتوقع تقديمهن لهذه المنح.

جمع التبرعات

قامت الناشطة الخيرية تراسي جاري (سبق الحديث عنها في الفصل الرابع) بتأسيس كثيرٍ من المنظمات غير الربحية، كما ألّفت كتابين عن تخطيط المنح. وهي خبيرة في جمع التبرعات وتعشق طلب الأموال. وتذكر جاري أن كلاً من إدارة الأموال وجمع التبرعات بمنزلة مهارات حياتية ضرورية للمرأة،¹⁸ فتقول: «كي تكون المرأة قائداً جيداً عن حق، تحتاج إلى أن تتعلم جمع التبرعات. ربما تقول إنها لا تحب أن تفعل ذلك، ولكن عليها أن تدرك أن هذا هو الطريق لتعظيم الفائدة المتعلقة بمنحها الخاصة.» ومع ذلك، لا تتحدّث جاري عن النموذج القديم للرجل، ومفاده أنه إذا قام رجل بالتبرع بمبلغ ١٠٠٠٠ دولار لصديق له كي يدعم قضية تخص هذا الزميل، فإنه سيعود بعد ستة أشهر ليطلب من زميله التبرع له بمبلغ ١٠٠٠٠ دولار لصالح قضيته. تصف جاري الطريقة الجديدة

بأنها كرم صريح وليس عملية تبادل، وتقول: «هذا هو مستقبل العمل الخيري، الناس يصبحون كرماء بعضهم مع بعض.»

وقد رأَت جاري أن مسؤولي التنمية بالمؤسسات غير الربحية مثقلون بالأعباء ويحتاجون إلى العون في عملية جمع التبرعات. وتعتقد أنه «يتعين على النساء أن يفعلن ما هو أكثر من مجرد الانضمام إلى مجلس الإدارة؛ إذ عليهن تعلُّم مهارات جمع التبرعات والتعهد بأن يكنَّ شركاء للمنظمة.»

كان هناك وقت شعرت فيه الكثير من المنظمات أنها بحاجةٍ إلى عدد أقل من المتطوعين لجمع التبرعات لأنه كان من الصعب إدارتهم. وتُعارض كاي سبرينكل جرايس، الكاتبة والمستشارة، هذا الاتجاه قائلة: «أعتقد أن هذا خطأ جسيم [لأن] أكبر شيءٍ بالفعل نعرفه عن المتبرعين هو أنهم يتبرعون عندما يرَوْن مشاركة أقرانهم؛ لذا فإنه عندما يتصل بالمتبرع شخصٌ ما في المجتمع، شخص يعرفه ويحترمه المتبرع أو المتبرعة ويدرك أنه ينفق من وقته الثمين، فإن المتبرعة تكون أكثر ميلاً إلى التبرع بمستوى أعلى مما تكون عليه الحال إذا ما فاتحها أحد أعضاء طاقم العمل في هذا الأمر.»¹⁹

وكما يعرف أي شخص سبق له جمع التبرعات، فإن قدرًا كبيرًا من جمع التبرعات يعود إلى المنظمة: فهُم شخصية المتبرع وتعيين الشخص المناسب في المكان المناسب. إن المسألة ليست «تعليم» النساء كيفية جمع التبرعات من الأفراد المتحمسين لقضية ما، وإنما يأتي الأمر بصورةٍ طبيعية عندما تربط الرأس والقلب بالصوت. وإذا شعرت النساء براحةٍ أكبر عندما يلعبن دورًا صغيرًا، فأتَّحِ لهن فرصة القيام بذلك. غير أن مربط الفرس يكمن في جعل النساء يؤدِّين أعمال التعريف والتمهيد أو المكالمات الهاتفية إذا دعت الضرورة والقيام بالزيارات. ولن يمضي وقت طويل حتى تدرك النساء بهجة تقديم التبرع، بل وبهجة تلقي التبرع أيضًا.

كانت بداية رين برادشو، إحدى مواليد الجيل إكس، «متواضعة» على حد وصفها؛ حيث تقول: «إنني من أصول لاتينية وأتحدَّث الإسبانية، كما أنني كاثوليكية، وكنت في الطرف المستقبِل للتبرعات وليس الطرف المرسل لها. إنني أتذكر عندما كنت أقف في صفٍّ في انتظار قوالب الجبن الحكومي والحصول دومًا على أقلام الرصاص الصفراء رقم ٢ التي يتم توزيعها على المدارس.» والآن تعيش برادشو في ديكنسون، تكساس، وتشغل منصب رئيس قسم جمع التبرعات بشركة جونيور ليج في مقاطعة جالفيستون. وتضيف: «إنني أستمتع بجمع التبرعات، من أجل التواصل بصفةٍ أساسية. ولكن في

العمق تجدني مندوبة مبيعات حتى النخاع. إنني أحصل على قدر هائل من الإثارة عند جمع التبرعات.»²⁰

يمكن أن يكون طلبُ المنحة مرحلةً حياتية، أو أسلوب حياة، أو قضية جيل، في ظل إدراك النساء اللاتي يكسبن الأموال بأنفسهن، أهمية الانخراط في المجتمع عن طريق تمثيله في مجالس الإدارات. وهن يُدركن أن الخدمة في مجلس الإدارة تتطلب مشاركة الأعضاء ليس فقط في صنع السياسات، ولكن في جمع التبرعات أيضًا.

وتفخر الناشطة الخيرية والمفوضة السابقة لإحدى المقاطعات، ليز جريست، بأنها ترأست الحملة الناجحة لجمع ٦٧ مليون دولار في عام ٢٠٠١ لصالح جامعة سانت توماس في مدينة هيوستن، وهي جامعة كاثوليكية داخل المدينة وتضم عددًا كبيرًا من الطلاب ذوي الأصول اللاتينية المتحدثين بالإسبانية. وعن هذا تقول: «كانت الحملة عملًا شاقًا، ولكنه عناء عذب يحدوه الحب على طول الرحلة. وأتمنى أن أكون قد بيّنت الطريق لغيري من النساء فيما يتعلق بجمع التبرعات ورئاسة الحملات الكبيرة. إن النساء يستخفن بقدرهن، ويرغبن دومًا في البقاء خلف الكواليس. نحن في حاجة لكي ندفع أنفسنا إلى الأمام.»²¹

التأثير

عند هذه النقطة من رحلة العمل الخيري النسائي، تصبح النساء متحمّسات لقضيتهن (قضاياهن)، وينشأ لديهن شعور قوي بقيمتهن المالية، ويعرفن السبب وراء امتلاكهن الوسائل التي تجعلهن أكثر خيرية، وكذا السبب وراء مسؤوليتهن عن ذلك. سوف ينخرطن في مؤسستهن (مؤسساتهن)، في الوقت الذي يتعرّفن فيه على قصص ملهمة عن غيرهن من الناشطات في مجال العمل الخيري، ويولد لديهن الحافز لقيادة الأخريات نحو السخاء. سوف تعثر النساء على صوتهن الخيري من خلال تقلد المناصب القيادية، والتحوّل إلى نماذج يمكن الاقتداء بها، والتأثير في الآخرين. سوف يدركن أن قيادتهن تصنع فرقًا هائلًا فيما يخص جمع التبرعات؛ وأن شخصياتهن تُلهم الأخريات بالعبء من منطلق الاحترام الذي يُكِنّه لطالبة العطاء.

هذه المرحلة معنيّة بكل ما يصبُّ في القيادة، بما في ذلك التأثير. ونظرًا لأن الأبحاث تُظهر أن النساء يتمتعن بتأثير كبير على أزواجهن، ادرس تنظيم جلسة تتم فيها دعوة الزوجين للمشاركة في لجنة للمتبرعين تضم العديد من الأزواج والزوجات. يتم طرح

الأسئلة نفسها المدرجة بالمرحلة الثانية من الرحلة. الجلسة الثانية: يمكن أن يُطلب من عضوات اللجنة عرض تجاربهن في مجال العمل الخيري. يُفترض أن تستخرج هذه الأسئلة بعض الإجابات الممتعة، ومما لا شك فيه أن البعض سيدهش عندما يعلم أن الزوجات يمارسن قدرًا كبيرًا من التأثير فيما يخص الأنشطة الخيرية المتعلقة بالزوجين. من بين الأشخاص الذين تؤثر عليهم النساء وتحثهم على التبرع، الأصدقاء والأزواج وأفراد الأسرة الآخرون. مارسيليا أورفانانوس دي روفزار، ناشطة مكسيكية في العمل الخيري وحاصلة على ميدالية هنري إيه روسو للإنجاز الحياتي من مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، روت قصة عن تأثيرها في ابن عم لها؛²² فقد أخبرتها صديقة لها أنه لا تستطيع أن ترتب موعدًا للقاء ابن عمها وهو من قاطني مدينة مكسيكو الأثرياء. وطُلب من روفزار الوساطة، وعليه فقد اتصلت بابن عمها على الفور، وطلبت منه الاهتمام بما تريد أن تقوله لصديقتها. وافق ابن العم على الاتصال تليفونيًا بصديقتها. تقول روفزار: «إن ما حدث في ذلك اليوم عندما تحدثت صديقتي مع ابن عمي بشأن إنشاء مشروع للأطفال قد غيّر تمامًا. والآن لديه مؤسسته الخاصة ويُقيم مشروعات مذهلة، وينخرط هو وزوجته وابنتاه وأحد أبنائه في العمل الخيري.»

وبالإضافة إلى تأثير روفزار في ابن عمها، فقد لفتت الانتباه لقضايا لم يكن يُفكر فيها لكونه ذكرًا. تقول ليندا باش، رئيس المجلس القومي لبحوث المرأة: «إن النساء بحكم العرف مسؤولات عن الأسر، والمجتمع، والتربية. والرجال يستجيبون عندما تجلب النساء هذه القضايا إلى دائرة اهتمامهم.»²³

الخدمة بمجالس الإدارة والقيام بدور القدوة

في مرحلة القيادة، كلا الأمرين مهمان للمرأة ومفهومين بشكل كامل؛ فالمرأة في حاجة إلى أن تعرف أن «الكتلة الحرجة» ضرورية لإحداث التغيير الفعّال والتأثير في المؤسسات غير الربحية، ويجب أن يكون هناك أعداد كبيرة من النساء تُقدّم منحنًا بمبالغ كبيرة وتمثّل في عدد كبير من مجالس الإدارة؛ فمواقع مجالس الإدارة تُمكن النساء من اتخاذ القرارات الخاصة بتوجيه الأموال.

عند هذه النقطة من الرحلة، تستوعب النساء بالكامل المسائل المالية ولا يرهبن الجهر بأفكارهن وطرح الأسئلة. سوف تراهن العيون وتُسَلِّط عليهن الأضواء في مجالات التسويق والاتصالات وهن يُلهمن غيرهن من النساء كي يتقدمن للعطاء وكذلك القيادة.

(٥-٣) المرحلة الخامسة من الرحلة: الميراث

تستخدم المرأة العمل الخيري لتُثري الحياة الأسرية وتُعمّق التواصل؛ داخل الأسرة، ومع المجتمع الأكبر، ومع العالم. إن عملها الخيري الأسري ليس محض وسيلة للوفاء بدين المجتمع ودعم القيم والثقافة الشخصية للأسرة، ولكنه أداة تساعد أبناءها على خوض تجربة العطاء المباشر للمجتمع الأكبر كذلك، وهي تجربة تساعدهم على أن يصبحوا أشخاصًا كبارًا وأكثر نضجًا.²⁴

سارة هول، مؤسسة جماعة

«مستشارات العمل الخيري الجديد»

المرأة في المرحلة الخامسة ناشطة وناجحة في مجال العمل الخيري؛ فهي تدرك أهمية نقل قيمها الخيرية إلى الجيل القادم من منطلق كونها ملهمة للقيام بهذه المهمة. إن الأبناء هم ميراث المرأة، وهدف المرأة أن يكون لديها أبناء محسنون. إن المرأة تعي ذلك، وكما تقول مسرحية ساوث باسيفيك الغنائية: «يجب أن تتعلّمي بعناية.»

هذه هي الخطوة الأخيرة في رحلة العمل الخيري النسائي. سوف تهتم المرأة بمعرفة كيفية نقل قيمها إلى أسرتها، وكذلك بمعرفة العمل الخيري الأسري. والسبب الرئيسي لمناقشة موضوع الأسر هو مساعدة المتبرعات على التعبير عن القيم التي ستستمر عبر الأجيال. إن النمو الهائل في المؤسسات الأسرية هو جزء من العمل الخيري النسائي، وفي هذه المرحلة على وجه التحديد، تُنشئ نساء عديدات مؤسساتٍ أسريةً أو يدرسن إنشاء صناديق قائمة على مشورة المتبرعات.

تقول دون ثورن من شركة سيلفر بريدج للاستشارات إن الجزء الأعظم أهمية في عملية خلق ميراثٍ راسخ هو مساعدة الجيل القادم على امتلاك مجموعةٍ من القيم الصحيحة فيما يتعلق بسُبل اتخاذ القرار، و«الحفاظ على سلامة البوصلة الداخلية.» تضيف ثورن: «إنك لا تستطيع التنبؤ بما سوف يحدث، غير أن القصص العائلية مفيدة جدًا في توضيح تلك البوصلة والتأكيد من جديد على القيم الأسرية التي لها صدئ عند كل فرد.» وهي تلفت الانتباه إلى أن الأبناء يجب أن يكونوا مستقلين ومسؤولين فيما يتعلق بالعمل الخيري بصفةٍ خاصة. «والبديل هو أن يفقدوا الاهتمام وألا يقوموا بإدارة الميراث بصورة جيدة. فمن ناحية، عليك أن تتمتع بالوضوح تجاه قيمك. ومن ناحية أخرى، عليك أن تمنح أبناءك الاستقلال وحق التملك. وعليك أن تحرص على إمدادهم

بالحب وتعليمهم بشكلٍ جيد، وامتلاكهم لبوصلة توجيه داخلية قوية. وبعد ذلك يمكنك الشعور بالطمأنينة وهم يمشون في طريقهم.»
وإليك بعض الأسئلة المتعلقة بالميراث التي يمكن أن تفكر فيها النساء، بصفة جماعية أو فردية، في استطلاع للرأي مُقدّم من مسؤول للتنمية، أو مستشار في العمل الخيري، أو إحدى الزميلات أو المتطوعات. اختر من ستة إلى ثمانية أسئلة تكون ذات صدَى لدى المُشاركات.

- ما نوع العالم الذي أريده لأبنائي؟
- كيف أستطيع المساعدة في جعل العالم سعيدًا بأعمالي الخيرية؟
- كيف أريد أن يتذكرني الناس؟ ما الذي أودُّ أن تتذكره أسرتي وأصدقائي عني؟
- ما الذي أستطيع أن أفعله لخلق ميراثٍ يساعد على هذه الذكرى؟ كيف أستطيع الادخار أو خلق ميراث؟
- ما هو القدر الكافي؟ ما هو القدر الكافي من الكسب أو الإرث، والقدر الكافي من التبرع؟
- ما هو القدر الكافي الذي أتركه لورثتي؟
- ما الأثر الذي أريد أن أحدثه من خلال عملي الخيري؟
- ما هو ميراثي الخيري الذي أتمناه؟
- ما هي قيم العطاء والمشاركة التي أريد أن أنقلها للجيل القادم؟
- كيف أستطيع العمل مع زوجي أو شريكي وأبنائي لخلق ميراثٍ أُسري؟
- ما المؤسسات والأشخاص الذين أحدثوا فارقًا في حياتي خارج دائرة أُسرتي؟
- ما هي المؤسسات التي أريد أن أُخلِّدها والتي تعبر عن اهتماماتي، وعواطفِي، وهمومي؟
- ما هي الأمور الهادفة عن حقِّ التي أريد أن أُحقِّقها من خلال أموالِي؟

إن نقل ميراث العمل الخيري وتعليم الأبناء شؤون المال يُعدُّ جانبًا مهمًّا في هذه المرحلة. وعلى نحوٍ حماسي، تقترح ليزا فرهوفيك، مدير العلاقات المجتمعية في مؤسسة بيل ومليندا جيتس، إشراك الأبناء في ملتقيات المؤسسات غير الربحية: «في اجتماع حديث لتحالف التمويل النسائي في مدينة سياتل، أحضرت كلُّ منا ابنتها ذات السبعة عشر

ربيحاً. لقد رأَت البنات كم نستمتع بوجودنا كجزء من هذه المجموعة ومدى الفارق الذي تُحدثه أموال التحالف في المجتمع»²⁵

ولمساعدة الأبناء على التفكير في المسؤولية، والمشاركة، والعلاقة بين القيم والمال، نقترح أن تدرس المتبرعات ما يلي:

- عند اتخاذ قرارات تخصُّ العمل الخيري، قومي بإشراك الأبناء. ويُعدُّ عيد الشكر على وجه الخصوص مناسبةً طيبة لاختيار المكان الذي يتوجَّه إليه التبرع. تعرَّفِي على أوجه اهتماماتهم، واحرصي على إدراج اختياراتهم. فكَّرِي في التبرُّع بالوقت، أو اللُّعب، أو الملابس، أو الهواتف الخلوية بالإضافة إلى المال.
- عند إعطائك مصروفًا ماليًا، قومي بتقسيمه إلى ثلاثة أجزاء، ثلث لينفقه الأبناء، وثلث للاذخار، وثلث للتبرع. ومع تقدُّم الأبناء في العمر، ناقشي معهم الوسائل المختلفة لادخار المال: على سبيل المثال، وضع المال في حساب ادخار والحصول على فائدة أو استثمار المال في بورصة الأسهم. كما أن هذا الوقت ملائم للتحدُّث عن استخدام أو سوء استخدام بطاقات الائتمان.
- ضعي نقودًا للتبرع داخل صندوق مخصص للعائلة، مع تمتُّع كل فرد في الأسرة بصوتٍ فيما يخصُّ كيفية التبرع. وتُعدُّ هذه فرصةً عظيمة لمراجعة الأنواع المختلفة من الاستمالة الخاصة بطلب المنح والتحدُّث عن مدى فعاليتها. شجِّعي الأبناء على التبرع مباشرةً للآخرين وتابعي الأثر الشخصي لمنحهم. أشركي الأجداد والجدات وأفراد العائلة الآخرين في هذا الصندوق.
- ابدئي في إنشاء مؤسسة أُسرية أو صندوق قائم على مشورة المتبرعين مع تقدُّم الأبناء في العمر. أشركي الأبناء للمساعدة في اتخاذ قرارات بشأن المساهمات العائلية وقومي بوضع الأهداف بالتعاون مع مستشارين.
- ادرسي القيام بإجازة للتطوع الأسري. فكَّرِي في التطوع في بلدٍ آخر أو في الولايات المتحدة لتقديم العون بأحد المراكز الطبية أو التعليمية أو المساعدة في بناء منزل. أدرجي في البرنامج تنظيم رحلة جانبية لمكان «ترفيهي» أنثري في نهاية إجازة التطوع.

من أفضل مصادر المعلومات فيما يخص الميراث الأسري والعمل الخيري إصدارات إلين ريمر بمبادرة العمل الخيري، وكتاب تشارلز كولير «الثروة في الأسر»، ومركز العمل الخيري الأسري، ومعهد العمل الخيري النسائي بمركز العمل الخيري بجامعة إنديانا.

(٤) معلومات سريعة

من الجوانب الممتعة للعمل مع النساء المتبرعات مساعدتهن في رحلتهم في العمل الخيري والوعي بالخطوات الأساسية؛ ابتداءً من الخطوة الأولى عندما تكتشف النساء قيَمهن وعاطفتهم، وصولاً إلى الخطوة الأخيرة عندما يستخدمن قيَمهن وعواطفهن في صورة ميراث.

والبرامج التثقيفية للمتبرعات هي الطريق إلى رحلة المرأة في العمل الخيري. ومن خلال توفير البرامج التثقيفية للمتبرعات، تكتسب المؤسسة غير الربحية القدرة على مساعدة النساء ليُصبحن أكثر خيرية، وكذلك زيادة الحد الأدنى من تبرعهن. وتتضمَّن العملية المتدرجة لتثقيف المرأة المتبرعة ما يلي:

- القيم: ما هي القيم الراسخة التي تتمتع بها؟
- المعلومات المالية: ما الذي تحتاجه لفهم مواردها المالية لكي تصبح ناشطةً في العمل الخيري على نحو أفضل؟
- انتقاء المؤسسة غير الربحية: ما هي الأدوات التي تحتاجها لانتقاء المؤسسة غير الربحية التي تتوافق بصورةٍ مثلى مع قيَمها؟
- وسائل العطاء: ما هي وسائل العطاء التي تناسبها بصورةٍ أفضل؟
- المشاركة: كيف يمكن إشراكها في المؤسسات غير الربحية التي تتوافق مع قيَمها؟
- القيادة: كيف تستطيع تحفيز وإلهام الآخرين لكي يكونوا قادةً في العمل الخيري؟
- الميراث: ما هي القيم التي تريد أن تتركها لأبنائها وكيف تريد أن يتم تذكُّرها؟

الجزء الرابع

مستقبل العمل الخيري

الفصل العاشر

نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي

النساء هن مهندسات ومخططات المجتمع الحقيقيات.¹

هاربيت بيتشر ستو، كاتبة من القرن التاسع عشر

ليس هناك ما يدعو إلى الدهشة في أن النساء المتبرعات هنّ من قُدنَ في الأساس جهود الاستثمار في الحلول التي تُقدِّمها المرأة للكثير من أهم التحديات التي واجهت العالم — من التغيُّر المناخي إلى الأمن الغذائي — وذلك انطلاقاً من معتقد أن النساء هنّ أفضل من يعرف كيفية تحديد احتياجاتهن واقتراح حلول من أجل تغيير دائم.²

بتسي بريل، فوربس، ١٨ أغسطس ٢٠٠٩

أريد أن أنقل ما تعلّمته في شركات سيليكون فالي ذات معدلات النمو المرتفعة إلى قطاع العمل الخيري.³

كيت موتر، مؤسّسة صندوق الجنيئات الثلاثة الذهبية
والتجمع التكنولوجي النسائي

مِنْ رَجْمِ الحُلُولِ التي قَدَّمَتْها المرأة للتعامل مع التحديات العظيمة التي تواجه العالم نشأت موجة جديدة من العطاء النسائي:

- «برأس المال»: فمن خلال الدخول، والميراث، والروابط الزوجية، تسيطر النساء على رأس المال في الولايات المتحدة. ويمكن للمرأة أن تكون ناشطة خيرية عن طريق وسائل لم يكن لأحد أن يتخيلها.
- «بالشفقة»: تدرك النساء أنه بالإضافة إلى العطاء من منطلق العاطفة، فإن الشفقة هي السبب المهيمن وراء العطاء؛ الشعور بالشفقة تجاه الآخرين والرغبة في أن ينعموا بحياة أفضل في عالم أكثر سلاماً.
- «بالتغيير»: نظراً لأن النساء لا يقنعن بالوضع الراهن أو مجرد استخدام حلول وقتية للمشكلات، فإنهن يمارسن العطاء الفعال لمعرفة الأسباب الجذرية وراء مشكلات المجتمع والتوصّل إلى حلول لها.
- «بالمسئولية»: تدرك الأمريكيات أنهن مقيمات بالولايات المتحدة ومواطنات للعالم بأكمله، ويَعِينُ مسؤولياتهن والتزامهن بتحويل العالم إلى مكان أفضل للأجيال القادمة.
- «بالعاطفة»: تشعر النساء بالعمل الخيري الذي يقمن به، وهو جزء لا يتجزأ من شخصيتهن وعملهن، ووسيلة للتعبير عن قِيمهن، ومعتقداتهن، ومُثَلهن صراحة.

بالإضافة إلى دوائر العطاء، وصناديق المرأة، ومبادرات العمل الخيري التي ناقشناها من قبل، أحدث العمل الخيري النسائي تغيراتٍ مثيرةً في الأساليب التي تتبرّع بها النساء، والتي تركت أثرها على العمل الخيري برُمَّته وطريقة القيام به. يعرض هذا الفصل عدة أمثلة حديثة للعمل النسائي الخيري، يمكن تكييفها لتناسب الكثير من المؤسسات غير الربحية أو استخدامها بواسطة المرأة لإنشاء مؤسساتها أو منظماتها الخاصة أو استخدامها كوسيلة للتبرع.

(١) نساء جريئات: مزج السياسة بالعمل الخيري

يتناول «تقرير شريفير: أمة المرأة» الذي أعدته ماريا شريفير ومركز التقدّم الأمريكي، العديد من القضايا محور اهتمام المرأة علاوةً على موضوع التمويل⁴. وعلى الرغم من أن

العمل الخيري النسائي لم يكن جزءاً من التقرير، فإن القائمين عليه يشرحون بالتفصيل المواضيع التي تحتاج فيها السياسات إلى تغيير. نعم، المرأة تُعطي أكثر فيما يتعلق بالعمل الخيري، غير أن هذا لا يُقلِّل الحاجة إلى سياسات حكومية وتمويل حكومي للتجاوب مع عالم جديد ومتغير. وكما تقول شريفير في التقرير: «لقد مضى نحو خمسين عاماً منذ أن طلب عمي، الرئيس جون إف كينيدي، من إلينور روزفلت رئاسة أول لجنة من نوعها عن وضع المرأة الأمريكية. والآن أتمنى أن يستطيع صنّاع السياسة، مدعومين بدراساتنا الاستقصائية وتحليلاتنا، أن يصوغوا سياسات وممارسات مطورة تخاطب وتلبى احتياجات المرأة والرجل والأسر في أمريكا في عالم اليوم.»

بيج تالبرت إحدى النصيرات الدائمات لتمويل المرأة من مدينة آن آربور، والمدير العام لمؤسسة لوفلايت ورئيسها التنفيذي، والمدير التنفيذي في مؤسسة جيمس إيه وفيث نايت. وهي ترى أن العالم الأفضل يشمل وجود مساواة بين الجنسين في نسب التأمين، ومزيداً من الدعم لرعاية الطفل، ومزايا للعمال الذين يعملون بدوام جزئي، وسياسات أفضل للإجازات الأسرية. وهي أيضاً توضح الحاجة إلى انخراط الحكومة في السياسات الاجتماعية: «تبنّى كثير من حكومات الدول برامج اجتماعية كجزء من أولوياتها في الحكم. غير أن معظم هذه الدول تُعدُّ ديمقراطيات أحدث من الولايات المتحدة. وقد بدأت هذه الدول من مواقع مختلفة، والكثير من حكوماتها بدأ بوزارات للمرأة والصحة. هذا النوع من التغيير أكثر صعوبة لأنه ليس لدينا منصب في مجلس الوزراء للنساء والفتيات، وهذا من شأنه أن يجعل صناعة القرار الرشيدة وحسم القضايا أكثر تعقيداً إلى حد كبير؛ لذا فإن الأمر يعود للمرأة من حيث الدفاع عن حقوق النساء والفتيات.»⁵

ومعاً يستطيع القطاعان العام والخاص، والنساء والرجال، أن يُحدِثوا تغييراً ملموساً في المجتمع، على أن يكون الهدف هو تغيير السياسات والمساهمة في الصالح العام.

(٢) نساء جريئات: دعم التنوع في العمل الخيري النسائي

إن النساء الملونات غالباً ما يتم إهمالهن ولا يُنظر إليهن بوصفهن جزءاً من جمهور المتبرعات المحتملات، وجرى العُرف أن يكون التركيز على النساء

كبيرات السن والبيض. وعلى الرغم من كرمهن، نادرًا ما ترى النساء الملونات أنفسهن ناشطات في العمل الخيري، وقد لا يرتبطن بلغة العمل الخيري.⁶

ميشيل منتر، مديرة التنمية ومنسقة التأسيس السابقة في «مبادرة النساء في مواقع القيادة» التابعة لجامعة برينستون، وحاليًا نائبة الرئيس للتنمية في «مجلس الكلية»

قبل المضي في إنجاز أي شيءٍ آخر في العمل الخيري النسائي، من الضروري مراعاة التنوع أولًا. بدأت حركة العمل الخيري النسائي المعاصرة كحركة للنساء البيض، والآن حان الوقت لتقدير واستيعاب كافة النساء، من كل الأجناس والألوان والأعراق والطبقات. وعلى الرغم من وجود سمات مشتركة في عطاء المرأة، فإن هناك بعض الفوارق المثيرة على نحو لا يُصدق استنادًا إلى السلالة والعرق. وتدور هذه الفوارق حول المجتمع والأسرة والعرق، وغالبًا ما تكون خاصةً بجنس معين. وقد أجرت شو-هاردي مقابلات مع هالي لي، أمريكية من أصول آسيوية؛ وروزلي موليناري، امرأة ذات أصول لاتينية؛ ولين ماكنير، أمريكية من أصول أفريقية، فيما يتعلق بالكتاب الإلكتروني «دوائر العطاء النسائية: تأملات بواسطة المؤسسات» الذي كتبته عن دوائر العطاء لمركز العمل الخيري بجامعة إنديانا.⁷ كانت شو-هاردي مبهجةً ليس فقط لتعرفها على هؤلاء النسوة بصفة شخصية، ولكن لاكتشافها أن دوافعهن لإنشاء دائرة عطاء كانت مختلفة تمامًا عن دوافع غيرهن من النساء اللاتي أجرت مقابلاتٍ معهن. (تم شرح هذه الفروق، وكذا الدوائر، على نحوٍ أشمل في الفصل الثامن.)

في ضوء هذه القصص الشخصية والحكايات الممتعة، فإن هناك حاجةً أكبر لمزيد من البحث فيما يخص النساء الملونات وعملهن الخيري. حتى الآن لا يُعرف إلا القليل جدًّا عن هذه الشريحة المهمة من النساء الأمريكيات، فيما عدا ما يخص سخاء النساء الأمريكيات من نوات الأصول الأفريقية تجاه كنائسهن.⁸ وهذا قد يرجع إلى حقيقة أن النساء كان لهن دور مهم في الكنائس الأمريكية الأفريقية الأولى، وكان يُسمح لهن أن يتقلدن مناصب عليا. وكان للجان المرأة المستقلة تأثير عظيم من حيث معارضة المظالم الاجتماعية والمعاونة في إحداث التغيير الاجتماعي. وكان من الطبيعي أن تتبرع الأمريكيات الأفريقيات للكنائس التي كانت تنظر إليهن بوصفهن عضوات متكافئات ضمن رعايا الكنيسة.

(١-٢) مفردات مختلفة

نظرًا لأن المرأة لا تقل مكانةً عن الرجل، لا تفكر جميع النساء بطريقة واحدة؛ فالنساء لسن مجموعة متجانسة؛ وتقول ميشيل منتر: «على الرغم من أن قوة انتماءات العرق والجنس في العمل الخيري لم تتم دراستها بطريقة منهجية، فإن هناك شواهد على أن المرأة الأمريكية ذات الأصول الأفريقية يُنظر إليها على الأرجح على أنها سوداء أولاً ثم امرأةً ثانيًا. وهذا مهم لأن الكلمات لها معانٍ مختلفة في الأعراف الثقافية المختلفة.»⁹

وتستشهد منتر بنتائج دراسة «توسيع الدائرة» التي قام بها كلٌّ من صندوق بوسطن للمرأة، وصندوق الشعب التابع لشركة هايماركت، والمركز اللاهوتي النسائي، والتي أشارت إلى أن المصطلحات المستخدمة في مجال العدالة الاجتماعية ليست ذات صدقٍ قويٍّ لدى المرأة الأمريكية ذات الأصول الأفريقية. وتوضّح منتر كذلك أن التبرعات توصف غالبًا بأنها رعاية أكثر من كونها عملًا خيريًا في أعراف كنائس السود. وتقول: «إن حاجز اللغة في مجال العمل الخيري يُمثل حدودًا ينبغي عبورها.»

وتشير منتر إلى مجالٍ آخر، وهو مواد الاتصال الخاصة بالمؤسسات غير الربحية التي ترى أنها تُمثل حَجَر عَثْرَةٍ أمام عطاء المرأة الملونة. وهي تقول إن هناك إشكاليّتين في هذا الصدد؛ الأولى هي أن مواد الاتصال لدى المؤسسات غير الربحية غالبًا ما تفتقر إلى الصور والمفردات التي تساعد الأفراد الملونين على أن يروا أنفسهم مُمثلين ومدرجين في الأنشطة؛ مما يجعل تعريفهم بالقضايا المختلفة شيئًا صعبًا. والثانية هي أن المجتمعات العرقية لها تقاليد غنية بالهياكل والشبكات الاجتماعية. تقول منتر: «غالبًا ما يفشل قادة المؤسسات غير الربحية في التعرّف على قوة تلك الشبكات وكيفية الاتصال بها. فإذا أرادت المنظمات إشراك النساء السود، فإنه يتعين عليها الاعتراف بقوة الكنائس، والأندية النسائية، ومنظمات الحقوق المدنية بوصفها شريكًا يتمتع بمصداقية لدى المتبرعات المحتملات.»

(٢-٢) تاريخ مشترك: العطاء على أساس المكان

تعدُّ دائرة عطاء المرأة الأمريكية ذات الأصول الأفريقية، وهي جزء من صندوق المرأة لمنطقة واشنطن، مثالًا جيدًا للوسائل التي تختارها النساء السود للتبرع. وعلى الرغم من أن الهبات تذهب للنساء، فإن النساء في الدائرة يُركّزن على «المكان» و«العطاء

المرتکز على المكان». وهذا يعني إيجاد مكان في المجتمع يمكن أن يتبرعن له ثم التبرع له بصورة مباشرة. وتتطرق لين ماكنير، إحدى مؤسّسات الدائرة، إلى جزء مهم آخر من عطاء النساء السود؛ فهي تقول إنهن يَرَيْنَ هباتهن «كونها تُولد من رَجْم خبراتنا كنساء؛ كنساء أمريكيات ذوات أصول أفريقية». تقول ماكنير إن دائرتهن تركّز على التعلم واحترام التقاليد والرموز التي انبثقت عن التاريخ المشترك للنساء الأمريكيات ذوات الأصول الأفريقية.¹⁰

غير أن منتر تلتفت الانتباه إلى وجود تنوّع كبير في المجتمعات العرقية، وأن كل شخص يتبرع بطريقةٍ مختلفة. «فلا يمكنك تلبية الاحتياجات المستهدفة لكل فرد بنفس الطريقة. على سبيل المثال، من الصعب التعميم؛ حيث إن الأشياء التي تهم المرأة ذات الأصول اللاتينية والمرأة ذات الأصول الأفريقية تعتمد على مدة وجودهما بالبلاد.» وتضيف: «تُبَيِّنُ الأبحاث أنه يوجد ما يزيد عن مائة سلالة عرقية ولغة محلية في مجتمعات الأمريكيين من ذوي الأصول الآسيوية وسكان جزر المحيط الهادي، وأن رعاية عشائهم واجب أخلاقي. وغالبًا ما يكون عطاء المرأة ذات الأصول الإسبانية/اللاتينية غير رسمي، مع وجود حذرٍ تجاه هياكل التبرع الرسمية. ويتركز عطاء المرأة الأمريكية الأصل على الثروات الجماعية، وغالبًا ما يتم تفضيل التبرعات غير الرسمية.»

وحسبما تذهب إليه منتر، فإن مسألة التحويلات المالية والقلق الذي يجده المهاجرون بشأن ما يحدث لحكوماتهم فيما وراء البحار، تُمثّل مجال اهتمام يؤثر على العمل الخيري للمجتمعات العرقية. وفي عام ٢٠٠٨ أوضحت دراسة لمؤسسة إيون الإعلامية أن ٧,٨ مليارات دولار تم إرسالها من الولايات المتحدة إلى ما وراء البحار، ومما لا شك فيه أن جزءًا كبيرًا منها ذهب من النساء إلى ذويهن في بلدان الأصلية.¹¹

(٢-٣) وضع النساء المنتميات إلى مجموعات الأقليات على القائمة

تقول كارين أوسبورن، رئيس مجموعة أوسبورن، وهي شركة إدارة واستشارات وتدريب: «تمامًا مثلما يتم تجاهل النساء، فإن الحال نفسها تنطبق على الأقليات.»¹² وتضيف أوسبورن أنها تستطيع أن تتفهّم هذا؛ حيث إن تسعة دولارات من بين عشرةٍ تتبرع بها الأمريكيات من أصول أفريقية وآسيوية ولاتينية تذهب لكنائسهن. «غير أن الأبحاث تُظهر أن نساء الأقليات اللاتي يخدمن في المؤسسات الدينية هن الأكثر سخاءً من بين المتبرعين.» وقد عملت أوسبورن قبل إنشاء شركتها كنائس رئيس كلية ترينيتي في هارتفورد، كونيتيكت، ومدير التنمية في معهد رينسيلار للفنون التطبيقية.

تقول أوسبورن: «في السابق، كنا — نحن النساء — نتبرع عبر دفاتر الشيكات. ولكننا الآن أصبحنا ذوات سلطات واسعة ومثقفات وتجاوزنا مرحلة دفاتر الشيكات. وعلينا فعل الشيء نفسه مع الأقليات: نتقف، ونُشرك، ونُوفر الأجواء الملائمة.» وتُشكِّك أوسبورن في كفاءة جامعي التبرعات الذين ينفقون الكثير من وقتهم على الرجال البيض الذين يملكون المال ومن المفترض بهم التبرع، ولكنهم ليسوا خيريين. تضيف أوسبورن: «الأقليات ليست على القائمة من الأساس.»

(٤-٢) الحاجة إلى إجراء مزيد من البحث

تم إجراء دراسة «توسيع الدائرة» في ٢٠٠٧ بهدف تعميق مفهوم العمل الخيري في مجتمعات الأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية ومجتمعات ساكني جزر المحيط الهادي ذوي الأصول الآسيوية على امتداد منطقة بوسطن الكبرى.¹³ وخلصت الدراسة إلى أن قلة الأبحاث أو البيانات المتاحة بشأن أنماط التبرع للملونين ساهمت في حدوث أشكال من سوء الفهم. وقد توصلت الدراسة كذلك إلى أن عوامل التأثير الأكثر قوةً على العطاء بين النساء الأمريكيات من أصولٍ أفريقية كانت: القيم الثقافية والدينية، والأسرة، والهوية الشخصية، وتجارب الحياة. وكان العامل الثقافي الأكثر أهميةً هو فكرة الميراث؛ إذ ينبع عطاء المرء من احترام الماضي والمسئولية تجاه المستقبل. وكانت دوافع التبرع لدى نساء جزر المحيط الهادي من أصول آسيوية هي الأسرة، والشبكات الاجتماعية، وجماعات الهوية. وغالبًا ما كان العطاء مدفوعًا بإحساس الالتزام المتأصل في ثقافتهم.

(٥-٢) بناء الكتلة الحرجة

إن بناء الكتلة الحرجة أمر حيوي لتوسيع دائرة العمل الخيري. ووجود ثلاث نساء على الأقل على طاولة مجلس الإدارة سوف يضمن دومًا تعضيد بعضهن بعضًا وطرح آرائهن بحرية. (انظر الفصل السابع.) وينطبق المنطق نفسه على تمثيل الأقليات. إن المؤسسات الكبيرة تحتاج إلى أكثر من مجرد واحد أو اثنين من أعضاء مجلس الإدارة أو طاقم العمل للتعبير عن قيم الأقليات. في الوقت الحالي يوجد قدر قليل من التنوع في معظم أطقم العمل بالمؤسسات غير الربحية، وتقول منتر في هذا الصدد: «إن طاقم العمل الذي يفتقر إلى التنوع قد لا يُقدِّر قيمة التنوع، وهذا يمكن أن يُترجم إلى استياء عند السعي لإيجاد مجموعة متنوعة من أعضاء مجلس الإدارة.»

عندما يتعلق الأمر بالمؤسسات غير الربحية يكون الجمهور كله من البيض، اللهم إلا في حالات استثنائية قليلة. وقد حان الوقت لكي نتأكد من أننا جميعاً - جامعي التبرعات، والمتبرعين، والمتطوعين، ومقدمي البرامج، والمستشارين - نطالب بالتمثيل الجيد للأقليات في أطقم العمل، وفي الجمهور الذي نتعامل معه، وفي مجالس الإدارة. وعلينا أن نطلق حملة من أجل التنوع في العمل الخيري.

وإليك بعض الأمور التي بإمكانك أن تفعلها:

- إيجاد التنوع في طاقم العمل؛ بحيث تتواصل نساء من أعراق مختلفة بعضهن مع بعض. تعلم منهن اللغة المثلى للعمل الخيري.
- البحث عن التنوع في عضوية مجالس الإدارة. افعل ذلك بنشاط، وليس بسلبية. (انظر الفصل السابع).
- عقد مجموعات لطرح الأفكار لنساء من مختلف الأعراق من أجل التعرف على اهتماماتهن.
- التعرف على نساء من أعراق مختلفة كمرشحات محتملات، وتقديم يد العون من أجل إشراكهن، وثقيفهن، وربطهن بقضيتك.
- إدراك أن المجتمع والعرف مهمان للنساء من الأعراق المختلفة.

(٣) نساء جريئات: القيادة العليا بالمنظمات

قم بدراسة عدد النساء اللاتي يتقلدن الآن مناصب تؤثر على المنظمات، سواء منصب المدير التنفيذي أو مسئول التنمية. تقول بوليت ميهارا، رئيس اتحاد خبراء جمع التبرعات والرئيس التنفيذي: «لقد شهدنا نقلة كبيرة في عدد النساء اللاتي التحقن بالمهنة. والآن نسبة ٦٧ بالمائة من أعضائنا من النساء، وهو تقريباً عكس ما كان عليه الوضع عندما التحقت بالمهنة في أواخر السبعينيات.»¹⁴ وتعتقد ميهارا أن هذا حدث نظراً لأن «جمع التبرعات يناسب شخصية المرأة من حيث التنشئة والإدارة الجيدة؛ فنحن لدينا احترام مشمول بالرعاية والحب لمؤسساتنا ومتبرعاتنا. وهذا الاحترام يتلاءم مع هوياتنا وصفاتنا، وكذا الصلة التي ننشئها مع المتبرعات.»

على الرغم من أن الدراسة التي أجرتها جريدة «وقائع العمل الخيري» في عام ٢٠٠٩ أظهرت أن ١٨,٨ بالمائة فقط من الرؤساء التنفيذيين بالمؤسسات غير الربحية كانوا

نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي

من النساء،¹⁵ فإنه من المتوقع أن يزداد هذا العدد بصورة كبيرة بالطريقة نفسها التي تضحّم بها عدد النساء من جامعي التبرعات. وسوف يؤدي وصول مزيدٍ من النساء إلى مواقع القيادة العليا إلى جلب النساء لنمط القيادة الخاص بهن، بل وجلب قيمهن واهتمامتهن الخاصة كذلك. وفي مناصب القيادة العليا، سوف تصبح المرأة قادرة على ضمان أن الجامعات، ومؤسسات المجتمع، وكافة المنظمات غير الربحية تُعَيِّن مزيداً من النساء كأعضاء مجلس إدارة يدافعن عن القضايا التي تراها المرأة مهمة.

إننا نتنبأ بأنه سوف يتوافر عدد كبير من النساء لقيادة المؤسسات غير الربحية ورئاسة مجالس إدارتها نتيجة تقاعد النساء أو تركهن للوظائف الاعتيادية بالشركات. وتقول ليندا باش، رئيس المجلس القومي لبحوث المرأة: «هؤلاء النساء» يعرفن متى يَكُنُّنَّ قد بذلن القدرَ الكافيَ ومتى يحين الوقت للتمويل.»¹⁶ تمتلك النساء مهارات القيادة المكتسبة خلال عملهن الاحترافي التي تؤهلن لقيادة المؤسسات غير الربحية ومجالس الإدارة؛ وهن يدركن قوة المال وسوف ينتقلن إلى ساحات العمل الاجتماعي بأموالهن ومهارتهن.

وإليك بعض المقترحات لتنمية القيادة النسائية:

- فهم مهارات القيادة والاهتمامات الخاصة التي تجلبها المرأة لطاولة مجلس الإدارة.
- تعيين النساء في مجالس الإدارة وهن في أوج عملهن الوظيفي. وحينئذٍ لن يقتصر الأمر على العون المقدم منهن، بل سيمتد إلى إمكانية تقاعدهن مبكراً والتحوُّل إلى متطوعات متحمسات وواعداً، وأكثر من ذلك إلى قائدات وناشطات في العمل الخيري.

(٤) نساء جريئات: مخاطبة الاحتياجات وإيجاد القيمة

لقد اعتدت في السابق أن أركّز على ملابس الناس، والآن أخاطب احتياجاتهم. هذا ما أشعر أنني موهوبة فيه.¹⁷

دونا كاران، مصممة أزياء

لا ينبغي أن تقاس قيمة الحياة بطولها.¹⁸

لينيت هوفمان جونسون، مصورة فوتوغرافية

الشيء الممتع هو أنه عندما تعمل مؤسسة في منطقة جغرافية معينة، فإننا نعلم بالضبط أين تذهب أموالنا، ونرى الفارق الذي نُحدثه كل يوم.¹⁹

تريشا ويلسون، مهندسة ديكور

من منطلق شفقتها تجاه موقف أو شخص معين، تقوم المرأة أياً كان عملها (ربة بيت، سيدة أعمال، نجمة سينما) بأعمال غاية في الجرأة مثل تصميم مبادرة أو إنشاء مؤسسة خاصة بها. نُقدّم هنا مثالين رائعين، وما نستفيد من هاتين السيدتين هو أنهما كانتا في حاجة إلى التواصل الشخصي والعاطفي من خلال التجربة لكي تؤسس كلٌ منهما منظمته الخاصة بها.

(٤-١) لينيت هوفمان جونسون

على مدار ما يزيد عن عشرين عاماً، كانت لينيت جونسون، القاطنة في مدينة سياتل، تلتقط صوراً للمرضى من الرُضّع والأطفال الميئوس من شفائهم. وفي عام ٢٠٠٣، أنشأت مؤسسة غير ربحية اسمها «إحياء الروح» من أجل «الاحتفاء بالأطفال الذين يعانون من أمراض تُهدّد حياتهم». وقد تأثرت جونسون بصورة كبيرة بتجارب النساء القريبات منها واللاتي فقدن أطفالهن، لدرجة أنها تبرّعت بخدماتها بهدوءٍ لأسرتين أو ثلاث أُسر كل عام. والآن هي تعمل مع عددٍ من الأسر يتراوح بين أسرتين وأربعٍ شهرياً، ولديها فريق عمل من المصورين المحترفين يلتقطون صوراً دون مقابل لصالح الآباء والأمهات لتكون سجلاً مستمراً وحقيقياً يُمثل الميراث الوجيز لأطفالهم. تقول جونسون: «لم يدُر في خلدِي قطُّ أن فعل ما يبدو أنه عمل بسيط وصغير يمكن أن يساهم في إزالة الحزن في هذا البلد. وواضح تماماً لي أن [هذا العمل] هو ما يُفترض أن أقوم به بالفعل.»²⁰

(٢-٤) تريشا ويلسون

يقال إن تريشا ويلسون وازنت بين عالمين منفصلين. في أحد العالمين كانت المدير العام لشركة ديكورات في دالاس ورئيسها التنفيذي، وكانت تُدعى شركة ويلسون وشركاه. كانت تُقدّم خدماتها للأغنياء وذوي النفوذ (تجد أمثلة لأعمالها في منتجع أتلانتيس في جزر الباهاما، والفندق الفينيسي في لاس فيجاس، وبعض القصور في دولة الإمارات العربية المتحدة)، وفي العالم الآخر، تقوم بخدمة الفقراء والعاجزين.²¹ ومن خلال مؤسسة ويلسون، تقوم بتقديم مساعدات تثقيفية وطبية للقرى التي دمرها الإيدز بالقرب من منزلها الثاني في جنوب أفريقيا. «كنت أعتقد دائماً أن التوازن هو كل شيء في الحياة، ودائماً ما أقول للأفراد في شركتنا «ما نفعه هنا من أجل الحصول على مورد رزق لا يُنقذ الأرواح. وعلينا ألا نأخذ هذا بجديّة مفرطة.» ولكن المذهل أنه من خلال المؤسسة نقوم بإنقاذ الأرواح فعلاً.»

لقد فتحت الرحلة التي قامت بها ويلسون إلى جنوب أفريقيا منذ خمسة عشر عاماً عينها على حالة الفقر والحرمان التي يعاني منها الشعب هناك، وطاردها الاحتياجات الملحة للناس. «يوجد الكثير والكثير من المؤسسات غير الربحية في الولايات المتحدة التي تقوم بأشياء رائعة. غير أنه في جنوب أفريقيا وخاصةً في المناطق الريفية، يوجد القليل جداً من المؤسسات غير الربحية المحلية والقليل من المنظمات الدولية التي تُقدّم يد العون. كنت أرى الأطفال الصغار وهم يموتون من الإيدز، وكنت أعلم أننا يجب أن نفعل شيئاً من أجل المساعدة.» وقد اشترت ويلسون منزلاً حولته إلى دارٍ للمسنين وعيادة طبية، كما أن مؤسستها جمعت تبرعات لصالح كلية خاصة، هي أكاديمية ووتربرج.

وقد لفتت جهود ويلسون مع أكاديمية ووتربرج انتباه أوبرا وينفري التي قامت بالتعاون مع شركة ويلسون وشركاه على استكمال التصميمات الداخلية للمدرسة التي أقامتها خارج جوهانسبرج للفتيات الفقيرات المحرومات.

وعلى الرغم من أن ويلسون تقول إنها تضع تصميمات للمنتجات الفاخرة والأمرء السعوديين، «غير أن هذا أحد جوانب حياتي؛ فهناك الجانب الخاص بالعمل، وهناك كذلك مؤسستي في جنوب أفريقيا. وهذا هو الجانب الذي تكمن فيه روحي.»

(٥) نساء جريئات: البحث عن الذات

إن الكنائس والمعابد والمساجد وغيرها من دور العبادة هي الأماكن التي عادةً ما تتعلم منها النساء العمل الخيري؛ حيث يتذكّر الكثير من النساء آباءهن وأمهاتهن، حتى الفقراء منهم، وهم يتبرعون لأماكن العبادة الخاصة بهم. إن الدين بلا شكّ فتح أعين الكثير من النساء على احتياجات المعوزين، سواءً أكانوا يعيشون داخل الولايات المتحدة أم في دول العالم الثالث.

دائمًا ما كانت المرأة اليهودية، وما زالت، تقود مسيرة العمل الخيري النسائي. فمن خلال الاتحاد اليهودي، تم إنشاء برنامج أسود يهودا في عام ١٩٧٢، وهو يمنح دبوَسًا رمزيًا لأولئك اللاتي يُقدِّمن تعهدات شخصية بقيمة ٥٠٠٠ دولار فأكثر. وقد توسّع البرنامج ليشمل الآن مستوياتٍ أخرى من العطاء؛ وكل مبلغ يتم التبرع به يرمز إليه نوع معين من الجواهر. ويتم تشجيع النساء اليهوديات على الاستفادة القصوى من منحهن والتبرع أثناء فترة حياتهن، بصرف النظر عن حالتهم الاجتماعية. ويتم تشجيعهن كذلك على خلق هوية متميزة ومستقلة عن الزوج أو الرفيق أو الأسرة. تقول جوي بيكاس، الوزيرة المحلية السابقة بمدينة لوس أنجلوس والزعيمة اليهودية: «كان العمل الخيري النسائي اليهودي حاضرًا لما يربو على أربعين عامًا من خلال الاتحاد اليهودي المتحد؛ فالعمل الخيري ليس بالشيء الجديد علينا. والفرق الكبير الآن يتمثل في المساهمات الأسرية؛ حيث يتم طلب المنحة من النساء اليهوديات بمعزلٍ عن أزواجهن»²² وفي الديانة المسيحية، تعتقد نساء كثيرات أن التبرع ودفع العشور للكنائس يُمثل منحتهن الكلية؛ فلا يُطلب منهن دفع المزيد بصفتهم الشخصية، أو لا يُقدِّمن مزيدًا من التبرع لعدم اتصالهن أو مشاركتهن مباشرةً بمشروعٍ محدد. ومع ذلك، قامت مراكز المرأة والقيم الروحية برعاية المؤتمرات الخاصة بالنساء، والقيم الروحية، والعمل الخيري على المستوى القومي على مدار سنوات.

ولقد لفتت النساء المسلمات وعملهن الخيري انتباه منظمة روكفلر لمستشاري العمل الخيري، التي أسست صندوق المرأة المسلمة طبقًا لتعاليم النبي محمد: «استوصوا بالنساء خيرًا، فإنهن عوان عندكم، إن لكم عليهنَّ حقًا، ولهن عليكم حقًا»²³ ليكن في ذهنك هذه الأفكار عند العمل مع المؤسسات الروحية والدينية:

- توجد فرص ضخمة للعمل الخيري أمام المنظمات التي تستهدف النساء من خارج الدوائر الإنجيلية.

- تريد المرأة أن تشعر بأن عطاءها يذهب لمشروعٍ ما تكون معنيّةً به على نحوٍ محدد، ولا يقتصر الأمر على العطاء العام.
- يمكن أن تستفيد المؤسسات الدينية من عقد مجموعاتٍ لطرح الأفكار من النساء ومَنح مزيد من الاهتمام لهن كأفراد. وهناك وفرة من فرص التطوع في الكنائس وأساليب التواصل مع النساء والحصول على التزامات مالية منهن.

(٦) نساء جريئات: قيادة الأسرة

عندما سُئل وارين بافت في مقابلة مع مجلة فورتن في ٧ فبراير من عام ٢٠٠٨ عما إذا كان سيتبرع بثروته لمؤسسة جيتس إذا لم تكن مليندا في الصورة، أجاب: «هذا سؤال رائع. والإجابة هي: لست متأكدًا.» يعتقد بافت أن مليندا جعلت من بيل صانع قرار أفضل من ذي قبل، ويقول: «من الواضح أنه حاد الذكاء. ولكن عند النظر إلى الصورة بأكملها، فهي أشد ذكاءً.»²⁴

في المقال نفسه بالمجلة، قال جيتس عن عمله الخيري: «لا أعتقد أن الأمر كان سيتصف بالمتعة إذا قُدِّر لي أن أفعله بمفردي، ولا أعتقد أنني كنت سأقوم به بهذا القدر.»

وتعزز تعليقات جيتس ما نسمعه على طاولات الاجتماعات: في مجموعات النقاش، والأبحاث التي أجراها مركز العمل الخيري، وكذلك الدراسة التي قام بها صندوق الولاء في عام ٢٠٠٩.²⁵ إن المرأة لها تأثير قوي على زوجها وعلى العمل الخيري للزوجين. ويزداد هذا التأثير مع ما تكتسبه المرأة من مال وثقافة، وهناك أسباب كثيرة تدعو إلى الاعتقاد بتعاظم هذا التأثير مع حصول المرأة على مزيد من الثقافة وتزايد مواردها.

وعلى الرغم من عدم وجود أبحاث تجريبية عن دور المرأة في إنشاء مؤسسات أسرية أو في تحديد المكان الذي تذهب إليه المنح، فإن إلين ريمر، المدير العام لمبادرة العمل الخيري ورئيسها التنفيذي، تعتقد أن دور المرأة سيتزايد «مع حصول مزيد من النساء على دخول كبيرة، وتكوين الثروات الخاصة بهن، والاضطلاع بإدارة ثروة الأسرة. ومع وفاة الأزواج، سيكون لديهن فرص أعظم بصورة كبيرة للقيام بالأعمال الخيرية الأسرية.»²⁶

وقد كتبت كيلين جيرسيك، أخصائية نظم الأسرة والإرث، في تقريرٍ عن الأبحاث التي تدرس الأسباب وراء النجاح الباهر لبعض المؤسسات الأسرية عبر الأجيال: «يبدو أن

إشراك النساء له تأثير كبير على عملية تقديم المنح، خاصةً إذا كان هناك امرأة في موقع القيادة ... فهن يتطلعن إلى دعم المجموعة، وهن أكثر قدرةً على التوفيق بين جداول الأعمال المتعددة، وهن كذلك أكثر ميلاً إلى استيعاب الآخرين من مختلف أفرع العائلة والأجيال».²⁷

وتُظهر الدراسات الاستقصائية الخاصة بعضوية مجالس المؤسسات نموًا مطردًا في النسبة المئوية للإناث الأعضاء في مجالس إدارة المؤسسات. وتوضح ريمر أن أحد أسباب تحكُّم المرأة في مؤسسات الأسرة قد يتمثل في أن المرأة تنظر إلى المال من منظور ما يمكن أن ينجزه هذا المال، في حين أن الرجل يميل إلى اعتبار المال مقياسًا لنجاحه.²⁸ وخلاصة القول هي أن المرأة تعتبر مؤسسات الأسرة وسيلة لمعاونة الآخرين ولإظهار الشفقة، بينما كثير من الرجال لا يهتمون بهذا الأمر بالصورة نفسها؛ لأن مؤسسة الأسرة ليست بالضرورة وسيلةً للتعبير عن نجاحهم.

وتحرص المرأة غالبًا على ترك ميراثٍ ما، ونقل قيمها في العمل الخيري لأبنائها، وإعداد أطفالها للميراث. ويمكن لمؤسسات الأسرة أن تُقدِّم نهجًا للتعامل مع كل هذه القضايا.

عند العمل مع الزوجين، تذكَّر دائمًا أن مؤسسات الأسرة تتنامى من حيث الشعبية وتُعدُّ الوسيلة المثلى لاستيعاب الأبناء في العمل الخيري الأسري؛ وذلك بسبب حرص المرأة وتأثيرها وقدراتها الخاصة.

(٧) نساء جريئات: المبادرات والمؤسسات

تدرك النساء اليوم — خاصةً النساء اللاتي يعملن بقطاع الأعمال — أنهن يختلفن عن الرجال، ويرغبن في تكوين منظماتهن الخاصة؛ فالكثير من النساء اللاتي يعملن بالشركات كان عليهن التعامل مع العقبات التي تعترض مسارهن المهني، وهن يُردن مساعداً غيرهن من النساء على تجنبها. وهن بصفة عامة أيضاً سعيدات بنجاحهن ويرغبن في منح هذه السعادة للآخرين. العديد من النساء استبعدن مما يُطلق عليه «الشبكات التقليدية للرجل». وهن يرغبن في إنشاء شبكة خاصة بهن: شبكة لا تُوفّر فرص التواصل فقط، بل تساعد في تعزيز المسار المهني كذلك. وبالإضافة إلى هذه الأسباب، توجد الآن كتلة حرجة من النساء اللاتي يعملن بالشركات والعمل الحر، واللاتي يمكنهن التحدُّث بصوت واحد دونما خوف في حجرة مليئة بالرجال إذا لزم

نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي

الأمر. وفي الواقع، فإن النساء من خلال منظماتهن الخيرية يمتلكن «مساحتهن الخاصة» على حد قول فيرجينيا وولف.

(١-٧) صندوق مؤسسة نساء تكساس

تم تأسيس صندوق مؤسسة نساء تكساس في يونيو ٢٠٠١، وسبب ذلك حسب قول العضو المؤسس، جين شون، أن: «النساء المُسنَّات في مؤسسة تكساس يأملن وظائف النساء من حولهن. نحن نعرف أننا نعمل في مهن رائعة، ولكننا نتعجَّب من عدم وجود مزيدٍ من النساء معنا. وكلما بحثنا في المسألة، اكتشفنا أن البنات يفتقرن إلى المعلومات والتشجيع على الانخراط في مجالي الرياضيات والعلوم. بل إن بعض النساء في المؤسسة كان لهن تجارب غير سارة فيما يخص المسألة نفسها وأحجمن عن البحث في فئة الموضوعات الخاصة بالعلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات»²⁹

إن سد الفجوة بين الجنسين في المدارس الإعدادية هو ما تُركِّز عليه النساء في المؤسسة، وعضوية الصندوق متاحة لكل فرد في المؤسسة. تقول شون: «في بداية الأمر، قمنا بتعيين نساء فقط لأن التحرك من أجل القضية يهم النساء بالفعل. ولكن منذ عامين، وسَّعنا من نطاق عملنا ليشمل الرجال المسنين، وتعجبنا لماذا لم نقم بهذه الخطوة مبكرًا؛ فجميعهم لديهم بنات وزوجات وأخوات.» إن رسالة صندوق مؤسسة نساء تكساس هي جمع وتوفير الأموال لزيادة عدد البنات اللاتي يتخرَّجن في المدارس الثانوية واللاتي يلتحقن ببرامج تمنح شهادات فنية تعادل الشهادات الجامعية.

(٢-٧) اتحاد ١٠٠ امرأة في صناديق التحوط

يشير الرقم «١٠٠» في اتحاد ١٠٠ امرأة في صناديق التحوط إلى الحد الأقصى لعدد المستثمرين في صندوق التحوط. وقد ارتفعت العضوية الفعلية من ١٦٠ إلى ١٠٠٠٠ عضو، علاوةً على جماعات خارج البلاد. والشرط الوحيد للعضوية هو الالتزام بتقديم شيءٍ للمجموعة تكون متميزًا فيه وشيءٍ آخر يُمثِّل مصدر متعةٍ لك.

وفي الاجتماع الأول في عام ٢٠٠٢، قالت دانا هول، المؤسس الشريك في الاتحاد: «كان علينا جمع تلك القصص التي تُعبِّر عن «ما أنا ماهرة فيه» والقصص التي تُعبِّر عن «ما أريد أن أفعله» لتكون نقطة انطلاق برامجنا المستقبلية.»³⁰ وقد أسفر

الاجتماع عن قرار التركيز على صحة المرأة وتعليمها، وتقديم أكبر قدرٍ من فرص التطوع والتواصل والتعارف للأعضاء. وقد جمع اتحاد ١٠٠ امرأة ما يزيد عن ١٥ مليون دولار على مدار سبعة أعوام من خلال المهرجانات في نيويورك ولندن، بالإضافة إلى مجموعة جمع التبرعات وملتقى «السباق من أجل الشفاء».

(٨) نساء جريئات: القيادة التحولية

تعتقد ديانا مندوزا، كبيرة خبراء التنظيم، أنها وحركة الملاذ الجديد التي أسستها في كاليفورنيا، تحققان رسالة المهاتما غاندي التي تقضي بأن «نصبح نحن التغيير الذي نريد أن نراه» في العالم.³¹ ويساعد مشروعها العائلات المهاجرة المهتدة بالترحيل على إيجاد ملاذٍ في الكنائس المحلية. وتقول مندوزا إنها تخلق مناخاً من الحب والرضا يكون مفتاحاً لتغيير الاتجاهات وتحويل العداوات القديمة إلى صداقات جديدة وصحية. وتتمثل جهودها في مشروع «الدين والعلمانية يتحدان من أجل العدالة الاقتصادية».³² جرى العرف أن تتشكك المؤسسات في التبرع للمنظمات التي تشغل نفسها بالتحويلات الشخصية. غير أن عدة مؤسسات أمريكية قد اتخذت خطواتٍ لتعميق القيادة التحولية. وتُفسر آنا ماريا أركيلا، المدير التنفيذي لمنظمة «فليكن الطريق نيويورك»، المصطلح على أنه «نوع خاص من القيادة يقر بأننا جميعاً متواصلون؛ ولذا علينا العثور على المواضيع التي لا تعمل بصورةٍ جيدة وإصلاحها عن طريق بناء علاقات من الحب والثقة».³³

وتقول مندوزا إنها ترى الفوائد الملموسة أثناء العمل طوال الوقت. وهي تستشهد بالعلاقات الصحية بين قادة المؤسسات غير الربحية، والائتلافات القوية، وقلة الإنهاك، وتزايد الاستدامة، والشعور الحقيقي بالانتماء إلى المجتمع فيما بين المنظمات ومن يتعاملون معها. وهنا تُعيد صياغة مقولة غاندي: «تخيل القدر الكبير الذي يمكن تحقيقه إذا ما أصبحت المؤسسات هي ذاتها التغيير الذي تريد أن تراه.»

تذكّر على الدوام هذه الفرص:

- إن كثيراً من المنظمات العلمانية وغير العلمانية قد تقدم ونجح بواسطة التأكيد على التغيير الشخصي، والتواصل، والحب، والثقة.
- إن هذه المنظمات في مرحلةٍ متطورة من القيادة التحويلية، وتتعامل مع القضايا المجتمعية، وأكثر قابليةً من ذي قبل لتلقي التمويل من المؤسسات.

(٩) وجهة عطاء النساء الجريئات

دائمًا ما كان مركز العمل الخيري النسائي يصف تبرعات النساء بالعبارة التالية: «تتبرع كافة النساء لكافة القضايا». فالمرأة يمكنها التبرع في كل مكان، وهي تفعل هذا حقًا. ونحن نُشجع المرأة على التبرع حيثما تريد: التعليم، البيئية، والنساء والأطفال، والرعاية الصحية، والخدمات الاجتماعية، وغيرها. ولكن مساعدة النساء بعضهن لبعض أخذت تظهر على الساحة بوضوحٍ مؤخرًا. وتقول بوليت ماهيرا إنها تعتقد أن المزيد من الأموال سيتدفق للنساء والأطفال بفضل تأثير العدد المتنامي للنساء المعنيات بالعمل الخيري. وتعتقد كذلك أن النساء سوف يتبرعن بصورة أكبر للقضايا العالمية؛ فهي تقول، على سبيل المثال: «إن لدى المرأة حساسية تجاه القضايا التي تحمي حقوق الأفراد، مثل التي تتبناها منظمة العفو الدولية واللجنة الدولية للصليب الأحمر التي تُجري مفاوضات من أجل إطلاق سراح الرهائن»³⁴

عندما تجد النساء أن هناك احتياجًا ما، فإنهن يَكُنَّ على مستوى الحدث. ولكن يجب دائمًا أن يقودهن آخرون يعرفون أين تكمن المشكلة وأين يكمن الحل.

(١-٩) النساء والفتيات

لقد ذهلت كريس جروم، المدير العام لشبكة التمويل النسائي ورئيسها التنفيذي، من نتائج حملة «النساء يُحرِّكن الملايين» لجمع التبرعات من النساء والفتيات. وعن هذا تقول: «على مدار سنوات، كانت شبكة التمويل النسائي تُفكِّر طويلاً وعميقاً في النساء اللاتي يُنفذن أفكارًا كبيرة وجريئة»³⁵. لقد استجمعت النساء القوة المالية المطلوبة، ولكن كُنَّ في حاجةٍ إلى الانطلاق نحو التبرع بِمِنَحٍ أكبر. وقد نجح هذا الأسلوب من التفكير؛ فقد أتت هيلين لاكميلي هانت وأختها سواني هانت إلى الشبكة وقالتا إنهما تريدان التبرع بمنحةٍ كبيرة لتحفيز النساء الأخريات على التبرع. وقد تبرعت كلُّ منهما بما لا يقل عن مليون دولار لدعم أعمال النساء والفتيات من خلال أحد صناديق النساء والفتيات التي تزيد عن ١٥٠ صندوقًا في أنحاء العالم.

قامت هيلين ببعض الأبحاث عن العمل الخيري والحركة المبكرة في الولايات المتحدة للمناديات بحق المرأة في الاقتراع، واكتشفت أن هذه الحملة لم تكن في البداية ممولة بواسطة النساء الثريات من صاحبات المنح الكبيرة؛ ولم يتم

المراة والعمل الخيري

تقديم منح كبيرة من النساء إلا مع اقتراب الحملة من نهايتها لحث النساء على التصويت. ولم تُرد هيلين أن تُضيع الفرصة نفسها على النساء الثريات لتمويل النساء والفتيات في الموجة الحديثة من الحركة النسائية. وقد أدركت هيلين وسواني أن المرأة لديها الموارد، غير أنه جرى العرف أنها لا تتقدم بمنح كبيرة للنساء والفتيات. وكان المفتاح هو حث المرأة على التقدم بمنح راقية وتبوء مناصب قيادية.

وقد أطلقت هيلين وسواني هانت شرارة الحملة بتقديم منحة بمبلغ عشرة ملايين دولار. والمذهل هنا أنه في فئة المنح التي تزيد عن المليون دولار، تم جمع ١٨٠ مليون دولار من مائة متبرعة خلال ثلاث سنوات مقارنة بالمبلغ المستهدف وهو ١٥٠ مليون دولار.

تنسب جرام نجاح الحملة إلى حقيقة أنها كانت مرتبطة بنظام توصيل غاية في الفعالية (صناديق المرأة) مع وجود قيادة قوية فيما بين هذه الصناديق والمتبرعات. ولم تكن الحملة تهدف فقط إلى القيادة، ولكن أيضًا إلى بناء المجتمع. «لقد وضعنا استراتيجية بشأن الاستفادة من مهارات المرأة في بناء المجتمع، وتبرع المرأة بمنح كبيرة، ودعوة المرأة لغيرها للحاق بها في هذه الدائرة من العطاء، وإبراز كيف أن الاستثمار في صناديق المرأة، حتى في حِصَم الرُكود الاقتصادي، سوف يُدرُّ عليهن عائداً جيداً.» وأضافت: «لدينا اثنتان من ناشطات العمل الخيري فوق الوصف في الطليعة وفي مناصب قيادية.»

والعنصر الآخر الذي ترى جرام أنه مهم هو أن القيادة في جميع القطاعات قد فشلت بالفعل في التعامل مع القضايا التي لها أكبر الأثر على النساء والفتيات؛ فكان هناك فراغ، وكان ذلك بمنزلة فرصة. تقول جرام: «لقد كانت لحظة تاريخية مواتية لنا لكي نضاعف الجهود ونُسرع الخطى. فالمتبرعات كنَّ يرغبن في التغيير وأن يصبحن جزءاً من الحل من خلال جلب أموالهن، ومواهبهن الخاصة، واتحاد منظمات التمويل النسائي التابعة لشبكة التمويل النسائي.»

(٩-٢) المعرفة التي تقود إلى العمل

وضعت بريدجيت باريتا، المدير التنفيذي لمؤسسة مقاطعة مارتن المجتمعية في ستيوارت، فلوريدا، تصوّرًا لتفاعل جديد لدوائر العطاء النسائية: مركز للعمل النسائي الخيري

نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي

داخل المؤسسة المجتمعية. لن يقوم المركز بالضرورة بالتبرع للبرامج القائمة بالفعل، وإنما سيخلق مشروعاتٍ للتعامل مع القضايا ذات الأهمية للنساء والأطفال على المستوى المحلي، وعلى مستوى الولايات، وعلى المستوى الوطني، وعلى المستوى العالمي. تطلق باريتا على هذا اسم «العمل الخيري المساعد»، وتقول: «أريد أن يكون لجماعتي بصمة جديدة، بل وأن نحوز قَصَبَ السَّبْقِ. لا نريد في المؤسسة المجتمعية الاستثمار في موضوعاتٍ عادية، بل نريد أن نبتكر. نريد أن يتجاوز دورنا دور دائرة العطاء وتقديم المنح»³⁶ وسوف يستخدم المركز ما تُطَلِّق عليه باريتا «المعرفة التي تقود إلى العمل» والتي يتم الحصول عليها عن طريق البحث المُركَّز. ومتى وقع الاختيار على الموضوع الذي يهتم به المركز، فسيقوم بالاستثمار عن طريق توجيه الجهود من أجل خلق حلول جديدة للقضايا المتعلقة بالنساء والفتيات.

ويمكن تشبيه هذا التفاعل باختيار مؤسسة ميشيجان للمرأة المتمثل في ضخ استثمارات في المشروعات التي تملكها النساء، على النحو الموصوف في الفصل الرابع. إن المنظمات النسائية تستمع إلى أعضائها، وتُعيد صياغة البرامج التي تقوم بتمويلها، بل وتُعيد صياغة توقُّعاتها للمبالغ التي سوف يتم التبرع بها والنتائج المترتبة على ذلك. إن ما تركز عليه جرام هو جمع المال من أجل النساء والفتيات، وهو نفسه ما تركز عليه باريتا. غير أن استراتيجيتهما في عمليات جمع التبرعات الناجحة لصالح النساء يمكن تطبيقها تقريباً على أي منظمة:

- يجب أن يكون للمشروع أو الحملة مكونات منطقية، واجتماعية، وعاطفية.
- يجب أن تتبرع النساء اللاتي يملكن زمام القيادة، وأن يَكُنَّ موضع الاحترام الكبير من جانب الآخرين.
- يجب على النساء إدراك أهمية القضايا المعنية، وأن مَنَحهن سوف تجلب التغيير وتُحدِث الفارق.
- يتعين أن تمثل الحملة أو المشروع اهتماماً خاصاً للنساء.
- ينبغي على المنظمين التفكير على نطاق كبير وتوقُّع أن تتبرع النساء بِمَنَح كبيرة.
- ينبغي أن يُطلب من المتبرعات تبوُّء مناصب القيادة وتشجيع غيرهن من النساء على التبرع.
- ينبغي ربط الحملة أو المشروع بمنظمة قائمة بالفعل ومسئولة.

- سوف تكون النساء أكثر ميلاً إلى التبرع إذا ما توافرت لديهن الفرصة للتبرع الجماعي.

(٣-٩) توجيه السياسات، وما وراءه

مع تزايد أعداد النساء المرشحات، وأيضاً المرشحين بصفة عامة، لدعم القضايا التي تهتم بها المرأة (الأطفال، السلام، التعليم، البيئة، صحة المرأة والفتاة)، يصبح من المنطقي تزايد عدد النساء اللاتي يتبرعن للمرشحين لمناصب سياسية كما يتبرعن للعمل الخيري. تقول جوانا إل كورتز، مؤلفة كتاب «المرشد إلى التبرع الذكي»: «أعتقد تمامًا أنه مع بدء النساء في التبرع، سوف يبدأن في الدفاع عن التغيير الاجتماعي عن طريق التبرع سياسياً كذلك».³⁷

وقد دعت لي روبر باتكر، المدير العام لمؤسسة مينيسوتا للمرأة ورئيسها التنفيذي، النساء الخيرات إلى أن يُصبحن ذوات فعالية في المجال السياسي. تقول روبر باتكر: «علاوة على تحقيق التوافق بين عملهن الخيري ورؤيتهن للعالم، فإن النساء في حاجة كذلك إلى الوعي بالسياسات المحلية، وتلك التي تخص الولايات، والسياسات الوطنية. وهن يحتجن إلى القيام بالأبحاث والانحياز بصوتهن للمرشحين الذين يشاركونهن الرؤية والقيم. وهذا هو الطريق نحو خلق السياسات والتغيرات المؤسسية التي ننشدها في نظام حكمنا».³⁸

بالإضافة إلى دعم الفنون وبصفة خاصة الفن المعاصر، جعلت مؤسسة باربارا لي للأسرة مهمتها تحفيز وتثقيف النساء فيما يتعلق بالترشح للمناصب السياسية والفوز بها. وقد بحثت المؤسسة في العلاقة بين النوع والدعاية للمناصب التنفيذية ونشرت النتائج في سلسلة من أربعة أجزاء تحت اسم «وضع النساء في موقع يؤهلن للفوز: استراتيجيات جديدة لتحويل الأنماط التقليدية المتعلقة بالنوع إلى ميزات تنافسية».

تؤمن لي أن انتخاب كتلة حرجة من النساء للمناصب العامة هو الوسيلة الأعظم قوةً لتغيير المجتمع، وتقول: «تثبت الأبحاث أن النساء المنتميات إلى الحزبين الجمهوري والديمقراطي في مجالس الولايات التشريعية أكثر ميلاً من أقرانهن من الرجال من حيث سنّ القوانين إلى الدفاع عن الأسرة ومناصرة العدالة الاجتماعية والنضال من أجل هذه القوانين. وهن كذلك أكثر ميلاً إلى الكفاح من أجل حماية البيئة وتعزيز الطول غير العنيفة للصراعات».³⁹

إن الأمر ليس مقصوراً على مشاركة الكثير من ناشطات العمل الخيري بفعالية في مجال السياسة، وإنما أصبح عدد من النساء اللاتي يتقلدن مناصب بالانتخاب يشاركن في العمل الخيري بصورة أكبر. ومن خلال استخدام مهارتهن وخبرتهن السياسية وكذا رءوس أموالهن، يهتم هؤلاء النسوة بقضايا ذات أهمية لهن، قضايا يُدافعن عنها أثناء توليتهن للمناصب المختلفة. وأمثلة هؤلاء أليشيا ساليسبيري، عضو مجلس الشيوخ عن ولاية كانساس من عام ١٩٨٥ إلى عام ٢٠٠٠، والتي ساعدت في إنشاء صندوق المرأة في مؤسسة توبيكا المجتمعية؛ وديبي ريتشي، العضو السابق بالمجلس التشريعي لولاية فلوريدا والمسئولة عن تأسيس المجموعة المانحة «إمباكت ١٠٠» في منطقة خليج بنساكولا (انظر الفصل الرابع). وتوجد نساء مماثلات مذكورات في هذا الكتاب من بينهن جوي بيكاس، العضو السابق بمجلس مدينة لوس أنجلوس والناشطة اليهودية بالجامعة في مجال العمل الخيري؛ وليز كريست، المفوضة السابقة لمقاطعة هيوستن ورئيس الحملات المكثفة لجمع التبرعات لجامعة سانت توماس.

تجد النساء أنفسهن في مواقع تؤهلهن لتغيير السياسة الاجتماعية من خلال عملهن السياسي وعملهن الخيري. ومع تزايد عدد النساء في كلٍّ من الساحتين، فإننا نتوقع مزيداً من التركيز على القضايا التي تهم المرأة.

(٩-٤) دعم الفنون

يُعرَف عن المرأة دعمها للفنون، على الرغم من عدم الاعتراف الدائم بهذا الدعم. جلوريا كوفمان هي امرأة قدّمت منحة كبيرة جداً ووضعت اسمها على هذه المنحة. وقد أُطلق على منحة كوفمان التي بلغت ٢٠ مليون دولار لصالح مركز لوس أنجلوس للرقص اسم «جلوريا كوفمان تدعم الرقص بمركز الموسيقى» وذلك عند الإعلان عنها في مارس ٢٠٠٩. تقول كوفمان: «هذه الفنون مهمة لشريان حياة هذه الأمة؛ ففي هذه الأوقات العصيبة التي نادراً ما تحظى فيها برامج الفن بالاهتمام، يتحتم علينا القيام بدورنا لحماية الأشياء التي يمكن أن تضيع»⁴⁰

إن صنْع عالم أفضل يشمل كافة الميادين والقضايا، والفنون تمدنا بالجمال في عالمنا وتساعد على حفظ الميراث الثقافي. قال جون إف كينيدي: «يُرسى الفن الحقائق الإنسانية الأساسية التي يجب أن تكون بمنزلة المعيار لأحكامنا. أعتقد أن مستقبل بلادنا

وحضارتنا لن يكون ذا أهمية تُذكر إذا لم يتم الاعتراف الكامل بمكانة الفنان.⁴¹ وهذا الاعتراف يشمل النساء كفنانات.

تقول كريس جرام، المدير العام لشبكة التمويل النسائي ورئيسها التنفيذي: «أعتقد أن الفنون يمكن أن تكون بمنزلة استراتيجية مثيرة وفعالة لإحداث التغيير الاجتماعي في العالم.» وتوضح جرام أن تغيير الهياكل والأنظمة التي ترسخ الفقر والعنف في العالم يمكن أن يأتي من خلال عدد وفير من الاستراتيجيات يتضمّن الفن والموسيقى.⁴²

وتُعدُّ شيلا جونسون — الناشطة الخيرية، ومؤسسة شبكة التليفزيون الترفيهي للسود، وسيدة الأعمال — مثالاً للمرأة التي تمزج بين الفنون وإحداث التغيير الاجتماعي؛ ففيلمها الوثائقي «ضجيج قوي» يُبرز قضية التغلب على الانقسامات العرقية القديمة بهدف معالجة توترات ما بعد الحرب من أجل خلق وظائف للنساء. وبطلات الفيلم هن ناشطة فيتنامية مصابة بالإيدز، وناشطة مدافعة عن الفتيات من مالي، وسيدة من البوسنة والهرسك. وجدير بالذكر أن جزءاً من الأرباح يذهب لمؤسسة «كير».

قالت جونسون إنها أنتجت الفيلم لأن «الناس يميلون إلى تجاهل الشيء ما لم يروه يحدث بأمر أعينهم. أعتقد حقاً أن الأفلام الوثائقية سوف تصبح الموجة الجديدة من المستقبل لأنني أرى أننا في مرحلة انتقالية فيما يخص التكنولوجيا؛ ففي الماضي، ترددت كثيراً على كابيتول هيل، في محاولة لإقناع أعضاء الكونجرس وأعضاء مجلس الشيوخ للموافقة على تشريع لتخفيف الفقر العالمي. وليس لدي شك إذا ذهبنا إلى هناك وعرضنا عليهم هذا الفيلم عن الفقر العالمي، بأن رد فعلهم سيكون «موافقة». هذا الأمر لا يحتاج إلى تفكير. فلنمُرّ مشروع القانون».⁴³

(٥-٩) العطاء العالمي

ترى النساء أن التبرع على المستوى العالمي ليس فقط الشيء الصائب، ولكن له وجهة اقتصادية أيضاً. والشيء نفسه يصدق على الاستثمارات غير الربحية. سل نفسك: ما مقدار ما تحويه حافظتك من أسهم دولية؟ ربما الكثير، إذا كانت شركاتك الأمريكية المساهمة تقوم بمشروعات تجارية فيما وراء البحار كذلك. وبما أننا لدينا اقتصاد عالمي ونضع أموالنا وثقتنا في الأسهم العالمية، فلم لا نفعل الشيء نفسه فيما يخص تبرعاتنا؟ ربما يتعيّن علينا التبرع للعمل الخيري العالمي بالنسبة المئوية نفسها التي تضم بها حافظاتنا الاستثمارية أسهماً عالمية.

وقد اكتشفت نساء مثل جانيت شو مشكلاتٍ لا حصر لها في البلدان النامية. نشأت شو في زيمبابوي ولكنها أقامت بالولايات المتحدة منذ عام ١٩٨٩. وعندما عادت لزيارة عائلتها في زيمبابوي في عام ١٩٩٥، زارت منطقة جورومونزي الريفية حيث قابلت سبعة عشر يتيمًا مُعَدِّمًا وقعوا ضحايا للإيدز ولم يستطيعوا سداد المصروفات المدرسية. أدركت شو أن عليها فعلٌ شيءٍ لكي يعيش هؤلاء الأطفال حياة أفضل؛ لذلك قامت بتأسيس مشروع جورومونزي في ديسمبر ٢٠٠٥. وعلى الرغم من القلاقل السياسية في زيمبابوي، كانت شو إيجابية تجاه بلدها. وتقول: «أريد أن يرى الجميع أفريقيا قارة غنية ونابضة بالحياة ومليئة بالإمكانيات. إن الفقر في أفريقيا ليس مشكلة مستحيلة الحل».⁴⁴

سته من أعضاء مجلس إدارة المشروع موجودون في الولايات المتحدة، بينما يوجد في زيمبابوي ثلاثة أعضاء ومدير مشروعات. ومنذ افتتاح المشروع وهو في نمو مستمر؛ والآن يوجد أيضًا برنامج لمرحلة رياض الأطفال. وتشعر شو بالسُرور لأن بعض التمويل الذي تتلقاه يأتي من معهد تنمية المجتمع، الذي شاركته في تأسيسه امرأة أخرى هي كارولين ميلر.

إن أحد الأسباب الرئيسية وراء اهتمام النساء بالتبرع على المستوى العالمي هو أن دولاراتهن تحقق الكثير جدًا في البلدان النامية مقارنةً بالبلدان المتقدمة. فعلى سبيل المثال في مشروع جورومونزي، تكفي ٣٦٥ دولارًا لسداد مصروفات الطفل المدرسية ومأكله، وزيه المدرسي، والرعاية الطبية الأساسية لمدة عام. وثَمَّة مظهر آخر لافت للانتباه في البرنامج، هو أن الرعاية يكون لديهم الرغبة للذهاب إلى زيمبابوي وزيارة مواقع رياض الأطفال.

تقول شو إن مشروعها غير حياتها؛ فقد اعتادت أن تنخرط في المشروعات التجاريّة بهدف كسب المال لنفسها، ولكنها الآن تجمع المال لمساعدة الأيتام والأطفال المعرّضين للأخطار. «لا أتقاضى شيئًا نظير ما أفعله، لكنني أكثر سعادةً وسلامًا من ذي قبل عندما كنت أقوم بالعمل لذاتي. إنني أضحك كثيرًا.» بالإضافة إلى البهجة والضحك، تقول شو إنه تتم دعوتها إلى مختلف الأماكن المتعة وتستمتع بمغامرات مثيرة مثل التحليق «في حركات أنشوطية بهلوانية» في طائرة صغيرة فوق صحراء جنوب أستراليا. «أحيانًا أشعر كما لو أن شخصًا لَوَّح بعصا سحريةٍ وغير حياتي.»⁴⁵

فكّر في العصا السحرية التي لوّحت بها شو لتغيّر حياة الآخرين والسعادة التي جلبتها لهم. تُظهر بعض الأبحاث أن الناس الخيريين يكونون أكثر سعادة،⁴⁶ والدليل على ذلك هو شو.

تُقدّم شو هذه النصائح عند إنشائك مؤسسة غير ربحية:

- أدِر المشروع كما لو كان شركة تجارية. كن منظماً.
- كن على استعداد للمساهمة بمالك عند الحاجة إلى ذلك.
- كن أميناً للغاية عندما يتعلق الأمر بالمسئولية المالية وإعداد التقارير.
- ضع خطة استراتيجية مكتوبة؛ فالكتابة تساعدك على الوضوح بشأن الخطوات التي تحتاج القيام بها لتحقيق ما تريده. والكتابة ضرورية كذلك عند طلب المنح. ابحث عن شخصٍ ما يشترك معك في كتابة الخطة لتحصل على رؤية أفضل.
- واكّب كل ما هو حديث فيما يخص المتطلبات القانونية.
- تابع الأفراد الذين يتصدرون الاجتماعات ويُقدّمون المتحدثين؛ فكل شخصٍ تقريباً يمكن أن يستفيد من مهارات التحدّث الإضافية، وأنت سوف تحتاج إلى مهارات الحديث للترويج لمنظمتك.
- اختر أعضاء مجلس الإدارة بعناية، فعلى كل فردٍ أن يدرك أنه يلتحق بمجلس الإدارة لجمع التبرعات وتقديم مساهمات مالية عن نفسه.
- زود المتبرعين بالمعلومات، عن طريق إصدار نشرات إخبارية، والرد على البريد الإلكتروني على الفور، وغير ذلك.
- داوم على تثقيف ذاتك، من خلال قراءة كتب، وحضور ندوات، والاستماع إلى الآخرين.
- كن صادقاً في رسالتك، وإذا اقتضت الضرورة، فتحلّ بالشجاعة لتغيير الوسائل التي تُحقّق بها هذه الرسالة.

مزيد من النصائح فيما يخص المشاركة العالمية

- قم بمراجعة جهود الشراكة الحالية لمؤسستك غير الربحية في البلدان النامية وقم بالدعاية لها.

نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي

قد تكون هذه الجهود طيبة إذا كانت المؤسسة مستشْفَى، أو قد تكون في صورة برنامج زراعي إذا كانت المؤسسة جامعة، أو قد تكون على هيئة تبادل ثقافي إذا كانت المؤسسة برنامجاً للفنون. وهناك الكثير من الاحتمالات التي قد لا تكون على درايةٍ بها.

• إذا لم تكن مؤسستك تعمل في بلدانٍ أخرى، فادرس التعاون مع منظمة عالمية ذات صلة برسالة مؤسستك. روج لجهودك حتى يعلم بها الجميع.

• إن الخدمات المقدّمة للأطفال والنساء والفتيات، تمثل مجالاتٍ لبرامج مهمة من أجل الحصول على الدعم النسائي الخيري وكذلك دعم الشركات والمؤسسات. كوّن مجموعة لطرح الأفكار للتعرف على ماهية مؤسستك أو ما يمكن أن تفعله للتأثير الإيجابي على حياة الأطفال والنساء والفتيات، خارج القطر الذي تعيش فيه.

• تتمتع النساء اليوم بخبراتٍ عريضة فيما يتعلق بالسفر حول العالم من أجل المشروعات والترفيه. والآن هُنَّ يردن السفر وفعل الخير في الوقت نفسه وهن بصحبة أبنائهن على الدوام. هل توجد وسيلة تستطيع مؤسستك من خلالها توفير هذا النوع من الخبرة من خلال برنامج يتم عقده في بلدٍ آخر؟

• اتصل ببعض المنظمات التي أنشأتها النساء. وقد أشرنا إلى عددٍ منها بين ثنايا هذا الكتاب: مشروع جورومونزي، مؤسسة ويلسون، جمعية نساء تشياباس، مؤسسة «إحياء الروح». تعرّف على المزيد من رؤى المؤسسين وكيفية تطبيق هذا على مؤسستك.

(١٠) معلومات سريعة

إن هذا الوقت يتميز بالإثارة فيما يتعلق بالعمل الخيري النسائي؛ فالنساء يقمن بخطواتٍ عظيمة فيما يخص خلق وسائل العطاء الخاصة بهن، سواءً من خلال المنظمات التقليدية أو بواسطة إنشاء مؤسساتهن غير الربحية. وهن يعملن بجرأةٍ ويُبْرَنَ طريق العمل الخيري للجميع.

- إن العمل الخيري النسائي لا يمكن أن يحل محل التمويل الحكومي. ويجب أن يكمل الاثنان كلٌّ منهما الآخر.
- تتبرع النساء من الأعراق الأخرى والنساء الملونات بطريقتين مختلفتين عن النساء البيض.

المرأة والعمل الخيري

- ترى النساء الاحتياجات من حولهن ويشعرن بها، ويؤسسن مؤسساتهن ومبادراتهن للوفاء بهذه الاحتياجات.
- يمكن للمنظمات أن تعمل جيدًا إذا ما درست النموذج اليهودي الذي يُشرك المزيد من النساء.
- تتلقى النساء والفتيات عددًا من المنح النسائية الكبيرة، أبرزها التبرعات الرائدة التي تجمعها شبكة التمويل النسائي.
- بينما تقوم النساء بالتبرع من منطلق العمل الخيري، فإنهن يتبرعن من منطلق سياسي أيضًا.
- تهتم نساء كثيرات بالعطاء على المستوى العالمي.

الفصل الحادي عشر

عصر العمل الخيري النسائي

لا أعتقد أن النساء أفضل من الرجال. نحن لم نقم بتحطيم طرق السكة الحديد، ولم نُفسد التشريعات، ولم نرتكب الكثير من الآثام التي ارتكبتها الرجال؛ غير أننا يجب أن نتذكَّر أننا لم نملك الفرصة للقيام بذلك.¹

جين أدامز، الحاصلة على جائزة نوبل للسلامة

في هذا الكتاب، بحثنا جميع الزوايا الخاصة بالعمل الخيري النسائي: التاريخ، والقادة، والبرامج؛ الإمكانيات والدوافع؛ تأثير النوع، والأجيال، والأساليب التي تتبرع بها النساء. ويتساءل هذا الفصل الأخير: «ماذا لو؟» ماذا لو أصبحت وسائل تبرع المرأة هي وسائل تبرع الجميع؟ ماذا ستكون عليه حال العالم؟ دعنا نُلقِ نظرة على بعض ما تُنجزه المرأة بالفعل من خلال عطائها.

(١) التعايش السلمي

عندما سُئلت رئيسة دولة ليبيريا، إلين جونسون سيرليف: هل ستستمر الحروب إذا ما أدارت النساء العالم؟ أجابت: «لا، سيصبح العالم أفضل، وأكثر أمناً، وأكثر إنتاجية. سوف تجلب المرأة بُعداً إضافياً لتلك المهمة، وهو مراعاة الجنس البشري. وهذا يتأتَّى من كونها أنثى.»²

إن السلام هو موضع الاهتمام الأكبر الذي عبَّرت عنه النساء في أبحاث عام ٢٠٠٧ التي قامت بها شو-هاردي وستيفنز.³ كان السلام عادةً أول شيءٍ تتحدث عنه المرأة معنا

في الحوارات غير الرسمية. وتشعر ليز ليفيت هيرش، القاطنة بمدينة لوس أنجلوس، أنه قبل وقف الحرب والشروع في الحديث، علينا أن نتعرف بعضنا على بعض.

«التعرف عليك» هو ما كان بالضبط في خلد هيرش عندما قامت في عام ٢٠٠٢ بتوسيع مفهوم «برامج أجنحة ليفيت»، وهي سلسلة من الحفلات الموسيقية الصيفية المجانية بدأها والدها في عام ١٩٧٤ في ولاية كونيكتيكت. والآن يوجد خمسة «أجنحة ليفيت» في أنحاء القطر تعرض حفلات موسيقية مجانية للناس من مختلف الأعمار، والألوان، والطبقات بمدرجات الملاعب. تقول هيرش: «يساعد المفهوم على أن يتعارف الأفراد بعضهم على بعض بطريقة مريحة؛ فيمكن أن أجلس على العشب بجوار شخص يحصل على مورد رزقه من خلال الإشراف على إيقاف السيارات في الباحات المخصصة لذلك؛ فنحن متكافئون هنا، وهذا الملتقى يقضي على الطباقية، ويمنح الناس كرامتهم، وهو منتدئ رائع لإثراء البشر في الوقت ذاته».⁴

ومن أجل الحصول على التمويل من برامج أجنحة ليفيت من الضروري وجود شراكة مع المجتمع وإنتاج ما لا يقل عن خمسين حفلة مجانية سنوياً، مع تقديم مجموعة متنوعة من العروض الاحترافية. تقول هيرش: «إن الأمر يروق لي لأنه يمزج بين العدالة الاجتماعية والمتعة. إنه نوع من البرامج يحظى بإجماع الأصوات في مجلس المدينة ويسهم بالكثير من أجل معالجة التوترات العرقية في الجنوب. إنها الموسيقى في الفضاء الشعبي التي تمنح الكرامة للجميع.»

ومن بين الوسائل الأخرى التي تنتهجها النساء في «التعرُّف عليك» اصطحاب أبنائهن لتقديم العون في مطاعم الفقراء والتخطيط للإجازات الأسرية التي تتضمن أعمالاً تطوعية في الولايات المتحدة والبلدان الأخرى. هذه التجارب تُمد الكبار والأطفال بمعلومات عما يحدث خارج حياتهم المستقرة، وهي معرفة مباشرة ترسخ التسامح من خلال التفاهم. تقول نيكولاس كريستوف وشيريل وودان في كتابهما «نصف السماء: تحويل الظلم إلى فرص للنساء في أنحاء العالم»⁵ إنه ليس من المهم فقط مكافحة الفقر، ولكن مهم كذلك فهمه وقضاء وقت في ملاحظته بصورة مباشرة؛ فعندما نلاحظ ونفهم، نتخلص من خوفنا، وتكون المحصلة التعايش في مناخ أكثر سلاماً للجميع.

(٢) عالم مستدام

ترى جولي ويكس، العضو المنتدب ومدير البحوث السابق في مركز المرأة لبحوث إدارة الأعمال، أنه عندما تتمتع المرأة بسلطات واسعة في العمل الخيري، وعندما تنخرط في

المجتمع وتكون مسئولة عن حياة أفرادها اقتصادياً واجتماعياً، سيكون هناك مزيد من التعاون في صنع القرار ومقدار أقل من القسوة في السياسة الوطنية. وتقول: «سيكون هناك مزيد من الناس يتحدثون أثناء الوقوف حول مبردات المياه، وسوف تحرص النساء على ضمان أن الشركات تتبع نهج خط الأساس الثلاثي».⁶

و«خط الأساس الثلاثي» هو نهج في صُنع القرار ابتكره جون إلكينجتون في كتابه الصادر في عام ١٩٩٧ بعنوان «من يأكلون لحوم البشر بالشوكات: خط الأساس الثلاثي في قطاع الأعمال للقرن الحادي والعشرين»⁷ هذا المفهوم يجعل الشركات مسئولة عن جميع الأطراف ذات الصلة، بما في ذلك كل شخص مرتبط بالشركة بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وكذلك مسئولة عن الكوكب الذي نحيا عليه. وهنا يتم توجيه ثلاثة أسئلة للشركات لتتفكر فيها: (١) هل أجنبي الربح من وراء عملي؟ (٢) ما هي مسؤوليتي المشتركة؟ (٣) ما تأثير شركتي على البيئة؟ وتعتقد ويكس أن تبني هذا النهج يمكن أن يُحدث تغييراً هائلاً. «سوف تفعل الشركات، سواء كانت ربحية أو غير ربحية، شيئاً ما للجنس البشري غير صُنع الأموال».

نحن نتطلع إلى عالم تدرك فيه كافة الشركات، والمؤسسات، والمنظمات غير الربحية أهمية مراعاة القضايا المجتمعية، والدعوة إلى تدشين برامج تخلق الاستقرار والأمن والإنصاف في العالم. على مدار زمن طويل كانت المؤسسات ترى أن «ترك الميراث» هو شيء يفعله المتبرعون من أجلها. وقد حان الوقت لكي تبحث هذه المؤسسات ذاتها في الميراث الذي تريد هي أن تتركه: ميراث لا يتعلق مطلقاً بالمباني وصُنع الأموال، ولكن يتعلق بخلق وتمويل برامج تُحدث الفارق لدى من يسير في ركابها. وهنا يكمن التحدي والفرصة أمام النساء: التحدي في جعل مؤسساتهن أكثر جرأة، وانتهاز الفرصة والثقة في أن إمكاناتهن سوف تُحقق التغيير الذي يحتاجه العالم. والأمر موكول إلينا جميعاً لكي نعمل معاً من أجل خلق عالم قابل للحياة كميراث للأجيال القادمة.

(٣) عالم رحيم

في عام ٢٠٠٧، انتقلت مارسيلا أوفانانوس دي روفزار، الناشطة الخيرية والفائزة بجائزة هانك روسو لعام ٢٠٠٨ الممنوحة من مركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، بصحبة زوجها إلى نيويورك. نظرت روفزار حولها لترى ما تستطيع أن تفعله من أجل تقديم العون في مدينتها الجديدة. وتقول: «كنت أريد أن أقرب أكثر من المجتمع»⁸

ما اكتشفته روفزار هو وجود عدد لا يُصدّق من ذوي الأصول اللاتينية في حاجة إلى تثقيف في الجوانب المالية؛ فهم لا يعرفون معنى مفاهيم مثل الميزانيات، والحسابات البنكية، والاستثمار، والادخار، والتقاعد. والكثير منهم لم يستطع العمل لأنهم لا يملكون بطاقة إقامة دائمة، ولكنهم يريدون تحسين حياتهم وحياة أسرهم. ومع نهاية السنة الأولى، وفّرت روفزار التثقيف المالي والعمل لخمسمائة فردٍ من بينهم ٧٥٪ من النساء. ترى روفزار أن إنجازاتها تعود إلى إحساس الشفقة لديها ورؤيتها العالمية. وتقول: «نحن مجتمع عالمي. ولم أعد أرى أطفالاً من ذوي أصول مكسيكية فقط. لقد تمت تنشئتهم ليعتنوا بكافة الأفراد في العالم. ومن المهم حقيقةً أن نتخيل أنفسنا كجزء من عالم يضم جميع الأقطار وجميع الأجناس. فنحن جميعاً نناضل من أجل شيء واحد؛ إذ نريد أن نحيا ونعطي أطفالنا أفضل ما لدينا.»

(٤) التعليم الجيد للجميع

تقول ليندا باش، رئيس المجلس القومي لبحوث المرأة: «تُظهر أبحاث البنك الدولي أنه عندما يتاح للأفراد التعليم الجيد، فإنهم ينجحون.»⁹ وتؤكد دراسة البنك الدولي على أن التعليم يُمثل فائدة خاصة للفتيات. «يؤثر [التعليم] بعمق على الصحة الإنجابية، ويحسن أيضاً من المعدلات العمرية للطفل وصحته من خلال التمتع بمعدلات تغذية أفضل وتحسين أعلى. وقد يكون التعليم هو السلاح الوقائي الأكثر فعاليةً ضد فيروس نقص المناعة المكتسبة/الإيدز.»¹⁰

تقول كريس جرام، المدير العام لشبكة العمل النسائي ورئيسها التنفيذي: «على الأقل ٧٠٪ من البشر الذين يعيشون في حالة من الفقر حول العالم وفي الولايات المتحدة هم من النساء والأطفال.»¹¹ إن توفير التعليم المطلوب هو واحد من الخطوات الأولى، بجانب الرعاية الصحية الجيدة، من أجل المساعدة في تحقيق حياة أفضل للنساء، وعائلاتهن، ومجتمعاتهن.

(٥) الرعاية الصحية الجيدة للجميع

تشكل النساء أغلبية مقدمي الرعاية الصحية في هذه البلاد، وهن من يتخذن معظم قرارات الرعاية الصحية لأسرهن.¹² وهن يدركن أن الرعاية الصحية حق أساسي. وقد

ذكرت السيدة الأولى ميشيل أوباما، التي قامت بجولات شاقة من أجل إصلاحات الرعاية الصحية في عام ٢٠٠٩: «تؤدي النساء دورًا فريدًا ومهمًا على نحو متزايد في محيط العائلات، ومن بين كل عشر أمهات تَذَكُرُ تَسَعُ أن مسئولية اختيار أطباء أطفالهن تقع عليهن. ويعتني أكثر من ١٠٪ من النساء في هذا القطر بأحد الأقارب المرضى أو المسنين»¹³.

لقد استخدمت المرأة شفقتها وعملها الخيري من أجل تحقيق رعاية صحية أفضل في الماضي وما زالت تقوم بذلك؛ فقد أدت وفاة الابن الأصغر لأننا كليس نتيجة الحمى الروماتيزمية في عام ١٩٩٨ إلى أن تصبح على وعيٍ قويٍ بافتقار الأطفال إلى الرعاية المتخصصة؛ مما جعلها تسارع الخُطى من أجل تفادي ذلك. وكان زوج كليس، جيمس، يعمل مطور عقارات ومصرفيًا وتاجرًا دوليًا. وبمساعدة ثلاثٍ وعشرين صديقة، قامت كليس بإقامة أول منشأة في شمال غرب المحيط الهادي لعلاج الأطفال الذين يعانون من هذا المرض، ومعظمهم كان سيُكتب عليهم مقاساة حياة من الألم والعجز ما لم يتم علاجهم. وما زالت الرؤية الأساسية لكليس — العناية بالأطفال بصرف النظر عن الجنس، أو الدين، أو النوع، أو قدرة الأسرة المالية — بمنزلة المرشد لمستشفى سياتل للأطفال إلى يومنا هذا.¹⁴ وحتى سنوات قليلة مضت، كان جميع أعضاء مجلس إدارة المستشفى من النساء.

ومن بين النساء اللاتي تأثرن وتحركن للعمل عقب وفاة عزيزٍ لديهن باتريشيا ميلر وباربرا برادلي باكجارد اللتان أقامتا مؤسسة فيرا برادلي لأبحاث سرطان الثدي بجامعة إنديانا عقب وفاة صديقة مقربة بسبب سرطان الثدي، ونانسي برينكر التي أنشأت مؤسسة سوزان جي كومين من أجل الشفاء بعد أن توفيت أختها الوحيدة، سوزان، بسبب سرطان الثدي في عام ١٩٨٠ عن ستة وثلاثين عامًا.¹⁵ وقد استخدم الكثير من النساء ثرواتهم، وشفقتهم، وطاقتهم؛ لتأسيس منشآتٍ لعلاج السرطان، وعيادات خارجية، وكليات طب، وتمويل أبحاث الأمراض، ودعم المهن الاحترافية بالأموال وتقديم منح دراسية تفيد الأطفال والنساء والرجال.

(٦) المزيد من العمل الخيري

على مدار سنواتٍ ناقشنا الحاجة إلى لغة للعمل الخيري، لغة لا تجعل الأفراد يشعرون بالقلق عند التحدث عن المال. كنا في حاجةٍ إلى طريقةٍ للتحدث عن العمل الخيري تُماثل

الطريقة التي يتحدّث بها الناس عن التسوق والاستثمارات. وقد اقترحت تراسي جاري مكاناً منذ عدة سنوات لإطلاق شارة البداية في اجتماع مجلس إدارة معهد العمل الخيري النسائي؛ وكان على أعضاء المجلس دفع المبلغ نفسه الذي أنفقوه في ذلك اليوم على مشتريات الملابس لصالح معهد العمل الخيري النسائي مهما كان مقدار ذلك المبلغ. وقد نجحت الخطة؛ فنحن لن نتوقف عن التسوق، وزادت المساهمات لمصلحة المعهد. ولم نقتصر على ذلك، بل أصبح العمل الخيري مثار حديثنا أيضاً.

ولكن بالتأكيد فإن قيمة مشتريات يومٍ واحدٍ لا تعكس كامل قدرتنا على التبرع. تقول الناشطة الخيرية آن إلينجر: «كثير منا، ومن بينهم متحمسون للعمل الخيري، يتبرع بجزء يسير من طاقته المالية.»¹⁶ وقد أنشأت هي وزوجها، كريستوفر، منظمة على شبكة الإنترنت تُسمّى «العتاء الأكثر جرأة في الأوقات الاستثنائية» لمعاونة الأفراد على معرفة كيف يصبحون أكثر جرأة، وفعالية، ووفاءً كمتبرعين.¹⁷ تقول إلينجر: «إن رسالة العطاء الجريء هي تحفيزنا على التبرع بكامل قدرتنا أثناء فترة حياتنا عن طريق توفير نماذج للقدوة والدعم العملي. وليس ثمة شيء يُبطل الإحساس بالندرة مثل السخاء.» وهي تعتقد أن النساء سيتبرعن الآن بصورة أكبر لأن القضايا أصبحت مهمة. «يوجد الكثير من القضايا العاجلة — الاحتباس الحراري على سبيل المثال — التي تزداد خطورتها مع مرور الزمن. قد أود، حقاً، مواصلة التبرع في السبعينيات من عمري، ولكن ماذا ستكون حال العالم حينئذٍ؟ هل من الحكمة التبرع الآن بصورة أكبر؟»

(٧) التغيرات الجذرية

يطلق «تقرير شريف» على الولايات المتحدة اليوم «أمة من النساء.»¹⁸ ماذا يعني هذا للعمل النسائي الخيري؟ وللعمل الخيري برُمته؟ وما هي التغيرات التي سوف تنتج عن لحظة التحوّل هذه؟ وإذا راقنا الأسلوب الذي تُغيّر به النساء العالم، فكيف نستطيع أن نجعل هذا يحدث على نطاق أكبر، وبصورةٍ أسرع؟

(٧-١) الاتصال بالكتلة الحرجة

لم تسلك بعض النساء التاريخيات واللاتي يتقلدن مناصب سياسية حالياً طرق التنشئة نفسها التي نسبناها إلى النساء في الفصول الأولى. تدبّر هؤلاء «النساء الحديديات»: الملكة

إليزابيث الأولى، وجولدا مائير، ومارجريت تاتشر؛ فقد كُنَّ جميعًا في عالمٍ من الرجال بمفردهن. وعندما تكون النساء في بيئة يسيطر عليها الذكور مثل الحكومات وقطاع الأعمال، فغالبًا ما يتصرفن مثلما يتصرف الرجال. تقول جولي ويكس، رئيسة منظمة «النساء قادرات»، التي من بين عملائها البنك الدولي، وشركة أمريكان إكسبريس، وشركة بوز ألين هاميلتون: «فقط عندما تكون النساء كتلة حرجة، تتوافر لديهن القدرة على التصرف كالرجال. فإذا كانت هناك امرأة واحدة، يجب أن تتصرف كالرجال. ولكن متى وُجدت الكتلة الحرجة، تصبح النساء أكثر ارتياحًا لإثارة آراء بديلة وقرارات مختلفة.» إن الوصول إلى الكتلة الحرجة يعني توافر قدرٍ كافٍ من ناشطات العمل الخيري مع توافر ما يكفي من الأموال لتغيير ثقافة العمل الخيري؛ بحيث يجري سماع صوت النساء والإنصات إليه، ونشر قيم النساء والأخذ بها، وتقدير رأي المرأة وخبراتها الحياتية مثلما هي الحال مع الرجل.

تتميز النساء بالفعل بقوتهم بوصفهن مستهلكات؛ فنحن نعلم أن النساء يتخذن ٨٣ بالمائة من كافة القرارات الاستهلاكية،¹⁹ ومن المتوقع أن يصل معدل الزيادة في الدخل العالمي للنساء إلى ١٠,٥ تريليونات دولار بحلول عام ٢٠١٣.²⁰ ويتمثل التحدي والفرصة للنساء في استخدام هذه القوة من أجل المعاونة في تغيير العالم. وقد برهنت النساء على قدرتهن الفائقة على القيادة التعاونية، وتكوين الآراء الجماعية، وبناء العلاقات أكثر من بناء الإمبراطوريات. وعندما تتاح لهن الفرصة، فإن القيادة النسائية للعمل الخيري ستكون ذات نفعٍ للجميع. ولكن يجب أن توجد كتلة حرجة لكي يتحقق هذا.

(٧-٢) إضفاء الصبغة المؤسسية على العمل الخيري النسائي

ترى ديرا ميش، مديرة معهد العمل الخيري النسائي بمركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، أن السبيل الذي يمكن أن يسود من خلاله العمل الخيري النسائي هو الأبحاث القوية فقط. تقول ميش: «إن بناء القاعدة التجريبية هو الأمر المهم. فإذا نظرت إلى أي مجال، مثل الإدارة، وكيف يفهم الناس المقصود بالمدير الجيد، فإن القاعدة الكلية هي كيف تتم ترجمة الأبحاث على أرض الواقع حتى يتمكن الممارسون من استخدامها يوميًا.»²¹

وتعتقد ميش أنه بفهم طبيعة العمل الخيري النسائي من خلال البحث والترجمة الواقعية، فإن المزيد من النساء سوف ينظرن إلى أنفسهن على أنهن ناشطات في العمل الخيري. وسوف يؤثر هذا الفهم على الرجال أيضًا عندما يعلمون أن ما يزيد عن ٥٠ بالمائة من السكان يقومون بالتبرع. تقول ميش: «نحن لا نتحدث عن تغييرٍ صغير. نحن نتحدث عن تغيير العالم بأكمله.»

(٧-٣) التفكير الوردی

يوصي أحد الكُتُب الشهيرة عن التسويق في أوساط النساء بألا تلجأ المؤسسات الأمريكية إلى «التفكير الوردی» الذي عفا عليه الزمن لاعتماده على الأنماط التقليدية والتخلُّص من الرجال؛ إنه يجعل المرء يفكر كثيرًا في الفراشات، والقلوب، والأزهار؛ إنه مفعم بحُسن النية وصدق الطوية.

وعلى الرغم من اتفاقنا على الكثير مما جاء في الكتاب (انظر الفصل الثامن)، فإن الأمر يحتاج إلى إعادة دراسة. بالتأكيد اللون الوردی يُمثِّل جميع الأشياء الحسنة في حملة مكافحة سرطان الثدي. نرى ذلك في المنتجات بدءًا من شوكولاتة هيرشي، مرورًا بأجهزة أي بود، وصولًا إلى الهواتف الخلوية. إنه لون خالٍ من التعبير عن أي شيء غير سارٍّ أو عدواني. إنه اللون الذي يُعبِّر عن النساء والفتيات.

إن الكثير من الفتيات الصغيرات لديهن غرف نوم وفساتين ذات لون وردی، كما أن معظم النساء لديهن على الأقل قطعة ذات لون وردی في دولاب ملابسهن أو في البيت؛ لذا دعنا «نفكر بطريقة وردية» ونرى ماذا ستكون عليه حال العالم عندما يكون اللون الذي يمثِّل النساء والفتيات يعني عالم السلام، والرخاء، والبيئة النظيفة، والعدالة الاجتماعية، والمساواة، والرعاية الصحية الجيدة، والتعليم المتميز للجميع.

هل يبدو هذا مفعمًا بحُسن النية وصدق الطوية؟ ربما ليس لهذه الدرجة. إن الأمر يتلخَّص في أن العيون تفيض بالدمع عندما ترى الأشياء التي يهتم بها النساء والميراث الذي يرغبن في تركه.

(٨) جميع الأشياء الطيبة

تُدِير النساء ثرواتهم بتأنٍّ ومنهجية، وكذلك بسخاء وجرأة. وهن يوحدن مواردهن بغية الوصول إلى حلٍّ للقضايا المجتمعية؛ فكلَّ يوم تأتي منحة من زوجين بفضل تأثير إحدى

النساء، وكلّ أسبوع يتم إنشاء دائرة عطاء نسائية جديدة، وكلّ عام يتم التبرع بمزيد من الملايين لصالح القضايا التي يعتندين بها؛ القضايا التي تُحدّد مصير القرن الحادي والعشرين.

وتدرك النساء أننا جميعاً نعتمد بعضنا على بعض؛ فما يحدث في مجموعة، أو مجتمع، أو مدينة، أو ولاية، أو دولة يؤثر على ما يحدث في العالم بأسره. لقد باتت القوة كلمة موجودة الآن في مفردات المرأة. إنها قوة تحقيق التغيير من خلال القيادة. هذه هي الرسالة التي تريد النساء من المؤسسات غير الربحية أن تسمعها، وتفهمها، وتنطلق من خلالها. إنهن يُردنّ من المؤسسات غير الربحية أن تعلم أن التنوع مهم للعمل الخيري لأنه يُحقّق التواصل بين الأجيال.

ورد في ترنيمة الأطفال القديمة أن «الملك كان في ديوان المحاسبة يُعد نقوده، وكانت الملكة في الرّدهة تأكل الخبز والعسل.» والآن الملكة توجد كذلك في ديوان المحاسبة تتبرع بالمال بجانب الملك، وهي تشاركه الرّدهة حيث يأكلان الخبز والعسل ويشربان اللبن ويجعلان من هذا المكان أرضاً تضم «جميع الأشياء الطيبة» كما يقول العهد القديم. وسوف تكون الأرض التي تضم جميع الأشياء الطيبة مكاناً عظيماً للنماء والمشاركة بفضل العمل الخيري النسائي؛ بفضل العمل الخيري للرجال والنساء، الآن وفي المستقبل. إنه نهج للعطاء يعني السلام، والعدالة، والاستدامة، والمساواة للجميع.

المصدر «أ»

عينة من الأسئلة لمجموعات النقاش

فيما يلي أسئلة يتم توجيهها إلى النساء في مجموعات النقاش المكوّنة من عدد يتراوح بين ثمانية أفراد واثنى عشر فرداً. ويمكن أيضاً أن تجهز طاولات منفصلة لثمانية أفراد في المُلتقيات الكبيرة. ويتعيّن أن يكون هناك مُدوّن لكل طاولة، بالإضافة إلى شخصٍ يقوم بتيسير الأعمال. وفي بعض المواقف، يقوم كل مدوّن برفع تقرير إلى المجموعة الأكبر مع نهاية الوقت المخصص للمناقشة في مجموعة طرح الأفكار.

- (١) ماذا كانت منحتك الخيرية الهادفة الأولى؛ ووقتاً كانت أم مالاً؟
- (٢) كيف يمثل تبرعك الخيري شيئاً مهماً بالنسبة إليك و/أو إلى أسرتك؟
- (٣) عند اتخاذك قرار المساهمة، ما مدى أهمية أن تَرى النتيجة المباشرة لمساهمتك؟
- (٤) ما نوع العلاقة المستمرة التي تريدينها مع المؤسسة غير الربحية؟
- (٥) ما الوسيلة التي تعتقدين أن المتبرعات يُردنَ من خلالها التعرّف على فرص التبرع: البريد، الخطابات، البريد الإلكتروني، المُلتقيات، الزيارات الشخصية؟
- (٦) هل سبق أن زارك مسئول للتنمية من جامعة أو مؤسسة غير ربحية بصفة شخصية؟
- (٧) عند اتخاذ قرار يتعلق بالمساهمة المالية، ما مدى استشارتك لأعضاء أسرتك وغيرهم؟ من تستشيرين: الزوج، الأبناء، الوالدين، الأصدقاء، المستشارين الماليين؟
- (٨) كيف تريدين أن تتم مخاطبتك عبر الخطابات أو المكالمات الهاتفية؟

- (٩) كيف تريدين أن يتم تقديرك مقابل المنحة التي تقدمينها؟ ما هي رسالة الشكر التي تلقيتها وكانت تمثل المغزى الأعظم لك؟
- (١٠) هل تعتقدين أن هناك فارقاً في منهج المرأة والرجل في التبرع الخيري؟ وإذا كان الأمر كذلك، فما هو ذلك الفارق من وجهة نظرك؟
- (١١) اذكرى ثلاث قضايا تدعمينها أو تتطلعين إلى دعمها.
- (١٢) ما هي منزلة [منظمتك] فيما يخص عطاءك؟ ما هي المجالات التي تهتمين بالتبرع لها في [منظمتك]؟
- (١٣) ما هو مدى اهتمامك فيما يخص دعم التقدم النسائي في [منظمتك]؟
- (١٤) ما هي الوسائل التي يمكن من خلالها أن تتواصل منظمتنا بصورة أفضل معك كامرأة؟
- (١٥) صفي الخصائص التي تؤيد رؤيتها في مبادرة خاصة للعمل النسائي الخيري ترتبط [بمنظمتك]. على سبيل المثال، هل تهتمين بالحوارات المُلهمة والمُحفزة، اجتماعات مجموعات النقاش، تنمية القيادة، البرامج التثقيفية، فيما يخص العمل الخيري والجوانب المالية للأسرة؟
- ما هي الأوقات والأماكن التي تُحقق لكِ القدر الأعظم من الراحة؟ على سبيل المثال، يوم معين في الأسبوع؛ الإفطار، أو الغداء، أو العشاء المبكر، أو العشاء؛ وسط المدينة أو الضواحي.
 - عند دعوة المتحدثين، ما هي بعض الموضوعات التي تؤيد أن يتم تناولها؟

المصدر «ب»

تمرين المليون دولار

الموارد المطلوبة

نحو عشرة أفرخ ورقية أو ورق تغليف اللحم.
نحو عشرة أقلام سبورة لكتابة القضايا على الأفرخ الورقية.
ثلاث قصاصات لاصقة لكل مشاركة من أجل التصويت.
ورق لوضع النتائج في جداول.
ورق وقلم على كل طاولة ليقوم أحد الأشخاص بتدوين الملاحظات وتسجيل قرارات المجموعة.
ورقة نقود للعب فئة ١ مليون دولار لكل مشارك.

الأفراد الذين نحتاج إليهم

فرد لإدارة النقاش حول القضايا المجتمعية ومتابعة تقديم كل طاولة لنتائجها.
فرد لكتابة القضايا على أفرخ ورقية كبيرة.
فردان أو ثلاثة لتنظيم الجداول الخاصة بالتصويت.

(١) تمرين المليون دولار

تستغرق هذه النسخة الكاملة ساعة ونصفًا.
الإعداد: أُلصق عددًا يصل إلى عشرة أفرخ كبيرة من ورق تغليف اللحم على الجدران حول الغرفة حتى يتمكن الجميع من رؤيتها.
خمس دقائق: تأخذ المشاركات أماكنهن على الطاولات؛ يتم تسليم ثلاث قصاصات لكل طاولة.

خمس دقائق: يطلب الشخص المكلف بتيسير الأعمال من النساء ذكر القضايا التي تهم المجتمع بصوت عالٍ (التعليم، البيئة، الأطفال الذين يتعرضون لمخاطر، وما شابه)؛ يقوم المُدوّن بإلصاق قضية واحدة على كل فرخ.

عشر دقائق: «تُصوّت» المشاركات بالنهوض من أماكنهن حول الطاولات ووضع القصاصات اللاصقة على أفرخ الورق التي تتضمن القضايا موضع اهتمامهن الأعظم. ويمكن للنساء وضع جميع القصاصات الثلاث على فرخ واحد أو نشرها في ثلاثة أفرخ؛ ولا يجوز لهن قطع أو تمزيق قصاصاتهن اللاصقة للحصول على مزيد من الأصوات!

عشر دقائق: يتم عد الأصوات وتوزيع النتائج (من المفيد وجود فردين أو ثلاثة لإدراج النتائج في جداول حتى يتم توزيعها بسرعة معقولة). وتكون أكثر ثلاثة أو أربعة اختيارات هي التي تتبناها النساء على الطاولة ويوجّهن أموالهن لها من خلال برامج محددة.

أربعون دقيقة: تختار كل طاولة قائدة ومدوّنة تقوم بتحرير التقارير في النهاية. ويمكن القيام بهذا عن طريق اختيار القائدة بحيث تكون الأولى حسب الترتيب الأبجدي على أن تكون المدونة هي الأخيرة من حيث الترتيب الأبجدي.

تعمل كل طاولة على خطة العطاء الخاصة بها؛ فالطاولة التي تضم ثمانية أفراد ستحصل على ٨ ملايين دولار، والطاولة التي تضم اثني عشر فردًا ستحصل على ١٢ مليون دولار وهكذا. ويجب على المشاركات أن يقررن كم من الأموال سيتم تخصيصها لكل قضية مجتمعية، وما نوع البرامج المحددة داخل المنظمة أو المؤسسة التي ستدعم تلك القضية. وقد تكون هذه القضايا قائمة بالفعل أو قضايا جديدة. ولكي تُحدث

المشاركات تأثيرًا حقيقيًا من خلال أموالهن، يمكن أن يخترن واحدة أو اثنتين من القضايا للتعامل معها، وسوف يستلزم هذا قدرًا كبيرًا من المناقشة.

عشرون دقيقة: تقوم الطاولة بتقديم تقارير للمجموعة بأكملها. وتقوم المُدوِّنة بكل طاولة بالمشاركة في الوسيلة أو الوسائل التي تصنع المشاركات من خلالها الفارق بواسطة اعتمادهن من الموارد المالية. ويجوز كذلك للشخص المكلف بتيسير الأعمال أن يقترح مزج الموارد وإظهار التعاون إذا ما تم تناول القضايا نفسها بالطاولات المختلفة.

المحصلة: التعاون، العمل الخيري الاستراتيجي، التمتع بسلطات واسعة.

(١-١) نسخة مصغرة

يمكن تنفيذ نسخة مصغرة من التمرين في مدة تتراوح بين عشرين وثلاثين دقيقة.

- يطلب مُيسر الأعمال من النساء ذكر الاحتياجات الاجتماعية التي يعتقدن أن لها الأهمية العظمى وتتطلب حلولاً.
- يكتب مُيسر الأعمال الإجابات على سبورة ورقية.
- يقوم مُيسر الأعمال بعد ذلك بإعطاء كل امرأة قطعةً من الورق مكتوبًا عليها: «اليوم سوف أتبرع بمليون دولار لصالح...»؛ وتقوم النساء باستيفاء بيانات عن واحدة إلى ثلاثٍ من الجهات المختارة، إحداها المؤسسة غير الربحية التي ترعى الندوة الخاصة بالتمرين.
- تُمنح النساء خمس دقائق لتحديد الجهات المختارة وكتابتها على قصاصاتهن. ثم بعد ذلك يُقدِّم التقارير بصفة فردية. وبالنظر إلى حجم المجموعة والوقت المحدد، لن يتم عرض تقارير على المجموعة إلا على سبيل العينات.
- في الوقت الذي تقوم فيه النساء بعرض تقارير عن الجهات المختارة، يضع مُيسر الأعمال علامة مائلة لكل مليون بجانب الاحتياج المجتمعي الذي تُوجَّه إليه المنحة.
- بعد تجميع العلامات المائلة، يناقش مُيسر الأعمال جميع الجهات المختارة والمشكلات التي قررت المجموعة أن لها أولوية كبرى.
- تُمنح المشاركات سلطات واسعة عندما يرين المشكلات المجتمعية التي عالجنها بصورة جماعية من خلال منحهن. ويطلب مُيسر الأعمال كافة القصاصات

المرأة والعمل الخيري

الخاصة بالجهات المختارة للتعامل مع القضايا التي تحتاج إلى العون. ومن شأن هذا أن يمنح النساء صورة جيدة عن أولويات العمل الخيري النسائي.

المصدر «ج»

ما محور الحديث كله؟ المال وأنا

يتولى العديد من النساء مسئولية إدارة الشؤون المالية لأنفسهن ولعوائلهن على نحو متزايد. ونظرًا لأنه جرى العُرف على أن المرأة لا تتحدّث عن المال، نأمل أن تُدرس الأسئلة التالية بشأن الموضوعات المالية والخيرية دراسة وافية.

- (١) كيف كان والداك يتعاملان مع المال؛ الأم، الأب؟
- (٢) ماذا يعني «امتلاك المال» بالنسبة إليك؟
- (٣) كيف تختلفين أنتِ وزوجك في التعامل مع المال؟
- (٤) هل تُحقّق لك أموالك الرضا؟ كيف؟
- (٥) كيف تتحدثين عن المال مع عائلتك؟
- (٦) ما الذي تدخرين من أجله اليوم؟
- (٧) كيف يؤثر التقدّم في العمر عليك ماليًا؟
- (٨) هل تشعرين بالارتياح عند الحديث عن المال مع أصدقائك؟ ولماذا؟ ولم لا؟
- (٩) تحت أي ظروفٍ تقومين بمناقشة شئون المال مع أصدقائك؟
- (١٠) هل تشعرين أنكِ على معرفة بشئون الاستثمار والموارد المالية؟
- (١١) كيف ستقومين بإعداد أبنائك للميراث المالي، وما هو الأثر الذي سيتركه على أسرهم؟
- (١٢) ما هو أفضل وقتٍ لمنح الأبناء الميراث المالي؟

(١) موضوعات للجلسات الجانبية للمتبرعين

- أين وعن طريق أيّ من الأشخاص تعرّفتِ على التبرُّع والعمل الخيري؟
- هل كان العمل الخيري جزءاً من أسرتك عند نشأتك؟ إذا كان الأمر كذلك، فما هي الصور التي كان عليها؟
- ما هي المنحة المفضلة لديك التي قمتِ بتقديمها؟ صفي شعوركِ عند تقديم المنحة؟
- كيف تَرين العلاقة بين قيم المرأة وعملها الخيري؟
- ماذا كانت منحتك الخيرية الأولى؟
- ما هي بعض الحواجز التي تحوّل دون تحقيق الأمريكيين كامل قدرتهم كنشطاء في العمل الخيري؟
- ما هي بعض الحواجز المتفردة التي يواجهها العمل الخيري النسائي؟
- ما هي بعض الحواجز التي تُعيق العمل الخيري في حياتك؟
- كيف تعملين للتغلب على هذه الحواجز؟

المصدر «د»

تجارب في العمل الخيري: النماذج الحالية للعطاء وقيم الأسرة

فيما يلي عينة من الأسئلة التي يمكن استخدامها عند طلب المنح من النساء الخيرات. ويمكنك استخدام بعضها مع لجنة من المتبرعات، أو في بيئة جماعية، أو استخدامها في جلسات فردية؛ فهي تساعد النساء على تصوّر رحلتهم في العمل الخيري. وللمزيد من الأسئلة العميقة عن العمل الخيري الأسري، يُرجى الرجوع إلى كتاب «الثروة في الأسر» تأليف تشارلز كولير (نشرته جامعة هارفرد)، ومبادرة العمل الخيري، ومركز العمل الخيري بجامعة إنديانا، وكتاب «المرشد إلى التبرع الذكي» تأليف جوانا كروتز (نشرته شركة هيرست).

- تحدّثي عن عائلتك؛ الزوج، الوالدين، الأجداد، الأقارب. ما هي بعض القيم التي تعلّمتها من الوالدين وغيرهما أثناء فترة حياتك؟
- كيف تزيّن العمل الخيري لوالديك؟
بدافع الالتزام ... اجتماعي ... عاطفي ...
استراتيجي ... تجاري ...
- تحدّثي عن العمل الخيري لوالديك؟
- كيف تعرّفين نفسك كناشطة خيرية الآن؟
بدافع الالتزام ... اجتماعي ... عاطفي ...
استراتيجي ... تجاري ...

- اشرحني فلسفتك في العطاء.
- ما هي المنظمات التي تُقدِّمين لها الدعم في الوقت الحالي؟ ولماذا؟
- ما هي ممارساتك في العطاء؟ على سبيل المثال، هل تعملين بناءً على ميزانية محددة عند تبرعك؟ هل تتبرعين من دفتر الشيكات؟ هل تتبرعين من الدخل فقط؟ هل تتبرعين من رأس المال (الأسهم، وغيرها من الأصول)؟ هل تدفعين ضريبة العُشر كل عام؟ هل تستهدفين تقديم ٥ بالمائة من دخلك أم نسبة أخرى؟
- ما هي الفائدة الأكثر فعالية للعمل الخيري؟ التبرع لمجموعات أقل أم مجموعات أكثر؟ التبرع المبعثر أم المُركَّز؟ (أظهرت بعض الدراسات أن المنظمات التي يتبرع لها النساء تُشكل ضعف عدد تلك التي يتبرع لها الرجال، غير أن النساء يتبرعن بنفس المبلغ الإجمالي).
- ما الأكثر متعةً لك، التبرع بمنح صغيرة للكثير من المنظمات أم التبرع بمنح كبيرة لعدد أقل من المنظمات؟ ولماذا؟
- ما هي قيم العطاء والمشاركة التي تريدين أن تنقلها للجيل القادم؛ أقاربك وغيرهم؟
- ما هي المؤسسات التي أحدثت فرقاً في حياتك، ومن هم الأفراد خارج محيط أسرتك الذين أحدثوا هذا الفرق؟
- ما هي المؤسسات التي تريدين تخليدها ولها نفس اهتماماتك/عواطفك/همومك؟
- ماذا تريدين أن تحققي من خلال مواردك المالية؟
- كيف تريدين أن يتذكرك الآخرون؟
- ما هو الأثر الذي تريدين تحقيقه من خلال عملك الخيري؟
- ما الذي تودين أن يكون ميراثك الخيري؟

المصدر «هـ»

قوة حافظة النقود

على مدار مئات السنين، بذلت المرأة الطاقة والجهد والحب من أجل الوفاء باحتياجات المجتمع، بينما كان الرجل يسيطر على الأموال. واليوم لا تطلب المرأة الإذن لاتخاذ قرارات العمل الخيري، وهي راغبة في استخدام قوتها المالية لتلبية احتياجات المجتمع. أُقيم «غداء عمل منحة قوة حافظة النقود الدراسية التابعة لمعهد إنقاذ الطفل» للإشادة بتأثير نساء نبراسكا؛ فعندما لا تكون النساء غير منعمات في التطوع والعمل ورعاية أسرهن، فإنهن كثيراً ما يهتمن بأمر شخصي؛ حافظة النقود المثالية! ويروق ملتقى «قوة حافظة النقود» للمرأة على مستويين: جمع تبرعات للشباب من أجل الارتقاء بتعليمهم، وفرصة لشراء تلك الحافظة المثالية. فالحافظات تخلق تأثيراً مجتمعياً، بيئة «مليئة بحافظات النقود».

وتشمل محاور الملتقى تصميم الدعاوى، والشخصيات ذوي القوة المالية (الرؤساء الشرفيين)، والمزاد الصامت، و«الحافظات القوية»، والحلوى؛ على صورة كعك مُشكّل ومُجمّل على صورة أحدث أشكال الحقائق من تصميم ملوك الموضة.

تفاصيل الملتقى

- اجعل الموعد في أغسطس ليتناسب مع نهاية العام الدراسي للمدارس المحلية والكليات ولتشجيع النساء من كافة الأعمار على الحضور.

المراة والعمل الخيري

- حدّد معايير المنح الدراسية؛ عيّن لجنة.
- قم بإعداد من أربعين إلى خمسين حزمة حافظات بالمزاد الصامت (مُتبرّع بها)؛ قيمة البيع بالتجزئة ٥٠ دولارًا فأعلى. وتشمل الحزم:
 - حافظات فريدة في نوعها.
 - مواد مجمعة ومتبرّعًا بها من الرابطة أو من سفريات أعضاء مجالس الإدارة.

- حافظات ولوازم خاصة مقدمة من تجار التجزئة المحليين.
- خصّص من خمس إلى عشر «حافظات قوية». وعادةً ما تكون حزم الحافظات هذه هي حافظات ملوك الموضة؛ شانيل، وكوتش، ودولتشي أند جابانا.
- اختر «الشخصيات ذات القوة المالية»: امرأة محلية أو اثنتين من اللاتي تركت أعمالهن الخيرية أثرًا إيجابيًا في المجتمع؛ خاصةً فيما يتعلق بالأطفال.
- أشرك ضيف شرف صاحب خبرة في العمل الخيري، ومحل تقدير على المستوى المحلي أو القومي.

(١) الجدول الزمني

اثنا عشر شهرًا

- عيّن رؤساء اللجان (ثلاثة).
- ابدأ في التماس الحافظات.

من ستة إلى تسعة أشهر

- احجز موعدًا مع ضيف شرف للملتقى.
- اختر وادعُ الشخصيات ذات القوة المالية.
- اختر وحدّد الموعد والمكان.
- صمّم بطاقة «حفظ التاريخ» والدعوة.
- ابعث بطاقة «حفظ التاريخ» بالبريد.
- استمر في جمع وإنشاء حزم الحافظات.
- عيّن مدير تشريفات للملتقى.

أربعة أشهر

- جهز قائمة بمتلقّي المنح الدراسية؛ ادعُ لحضور مُلتقى من أجل التقدير الخاص.
- حدّد تفاصيل موقع الملتقى: حجم الطاولات، ومفارش الموائد، وقائمة الطعام، والتجهيزات الخاصة، وغيرها.
- اطبع الدعاوى وأظرف الخطابات.
- أدرج المُلتقى في وكالات الإعلانات ومواقع التواصل على شبكة الإنترنت: فيسبوك، وتويتر، وما شابه.

ثلاثة أشهر

- قم بإنهاء ترتيبات السفر لضيف السفر.
- قم بالانتهاء من تصوّر الديكورات.
- استمر في جمع الحافظات، واللوازم، وعناصر اليانصيب.

سنة أسابيع

- سلّم الدعاوى بالبريد.
- قم بعمليات الحجز، والمراقبة المالية، وسداد الرسوم عبر بطاقات الائتمان.
- تأكد من التجهيزات فيما يخص الموقع، والمتحدث، وضيف (ضيوف) الشرف، ومدير التشريفات.

أربعة أسابيع

- قم بالتأكيد على قائمة الطعام والديكورات.
- تأكد من مفردات المزاد وقم بإنهاء أوراق العطاء.
- تأكد من الترتيبات الخاصة بالمتحدث؛ عيّن مسئول اتصال متطوعًا لمعاونة المتحدث.
- تأكد من وجود المتطوعين.
- ضع جدولًا للأعمال.

• قم بالتجهيزات:

- جهز شارات الأسماء ورتّب أماكن جلوس الضيوف.
- جهز برنامجًا وعرضًا بواسطة برنامج باوربوينت.
- وفر الائتمان اللازم والآليات اللازمة لتنفيذ العطاءات.
- جهز خطة بديلة عند سوء الأحوال الجوية.

يوم المُلتقى

- ادعُ إلى المزاد الصامت.
- جهز طاولة الحجز.
- ضع المتطوعين في أماكنهم قبل البداية بثلاثين دقيقة.
- عندما تفرغ من كل شيء، تذوّق طعم النجاح، ودع عنك عناء التعب.

المصدر «و»

المصادر

فيما يلي أبحاث حول ناشطات في مجال العمل الخيري، سطرتهن نساء بمؤسسات التعليم العالي:

- Beeson, Melisa Jane Ellis, Indiana University. "Women's Giving Circles: A Case Study in Higher Education Philanthropy." 2006. Melisa.beeson@yahoo.com.
- Bressi, D. E., University of Tennessee. "Women and Philanthropy: Making a Difference in Higher Education." Retrieved from ProQuest Digital Dissertations (AAT 9962245). 1999.
- Diehl, Betsy Duncan, Hood College. "Philanthropy as an Expression of Feminism: Aligning a Traditionally Masculine Concept with a Decidedly Feminist Ideal." 2010.
- Hubert, Lynn, University of Notre Dame. "Emerging Donors: The Reliability and Validity of the Survey of Women Donors at the University of Notre Dame." 2009.

- Lovell, Jeanine M., St. Mary's University of Minnesota. "Women's Philanthropy Programs at Coeducational Colleges and Universities: Exploring the Concept at Luther College." June 2004. lovellje@luther.edu.
- Pumphrey, Kathryn, University of Virginia Curry School of Education. "Characteristics That Motivate Alumnae Giving at a Research 1 Public University." 2004. kathryn.pumphrey@centrahealth.com.
- Rhodes, Nichole D., University of Illinois Foundation. "Women's Philanthropy in Higher Education." 2006.
- Simari, Rosalie, Hofstra University. "Philanthropy and Higher Education: Women as Donors." Retrieved from ProQuest Digital Dissertations (AAT 9530157). 1995.
- Swift, Holly, Washington University. "Why Women Give—An Exploration of Women's Philanthropy." 2009.

الملاحظات

شكر وتقدير

(1) Center on Philanthropy at Indiana University, *Women and Philanthropy: Gaining Momentum*, Aug. 2005 and *Moving Women's Philanthropy Forward: Influences, Intent, Impact*, Nov. 2008.

(2) Von Schlegell, A., and Fisher, J. *Women as Donors, Women as Philanthropists*. San Francisco: Jossey-Bass, 1998; Conry, J. *Women as Fundraisers: Their Experience in and Influence on an Emerging Profession*. San Francisco: Jossey-Bass, 1998; Taylor, M., and Shaw-Hardy, S. *The Transformative Power of Women's Philanthropy*. San Francisco: Jossey-Bass, 2005; Krotz, J. *Making Philanthropy Count: How Women Are Changing the World*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, 2009. Available online: Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*, Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, Aug. 2009; *Women's Philanthropy on Campus: A Handbook for Working with Women Donors*, Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, Dec. 2009.

الفصل الأول: المرأة لا تقل مكانةً عن الرجل

- (1) Falk, Edith. Personal interview. Aug. 8, 2009.
- (2) Gilligan, C. *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*. Boston: Harvard University Press, 1982.
- (3) Brin, D. "Men's Brains Shrink as They Age, Study Says." *Detroit News*, Apr. 11, 1996.
- (4) Ryan, J. "Brains of Women and Men Only Part of Story in Science." *San Francisco Chronicle*, Mar. 3, 2005.
- (5) Gramza, J. "Girls Vs. Boys at Math." *ScienCentral Archive*. [http://www.sciencentral.com/articles/view.php3?article_id=218393226&cat=1_5]. June 2, 2009.
- (6) Hyde, J., and Mertz, J. "Gender, Culture, and Mathematics Performance." [http://itp.wceruw.org/Hyde%20PNAS09.pdf]. April 2, 2009.
- (7) Barnett, R., and Rivers, C. "Data on Scientists Hushes Media Echo Chamber." *Women's eNews*. Oct. 3, 2007.
- (8) Warner, J. "The Inner Lives of Men." *New York Times*. [http://warner.blogs.nytimes.com/2006/01/24/the-inner-lives-of-men/?scp=6&sq=corpus%20callosum%20larger%20in%20women&st=cse]. Jan. 24, 2006.
- (9) Tannen, D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York: Ballantine Books, 1991.
- (10) Curan, D. "Wooing Women." *Worth*, Apr. 2007.
- (11) Basch, Linda. Personal interview. Sept. 17, 2009.
- (12) *Women in Fund Management*. National Council on Research on Women. 2009.
- (13) Kavanagh, Thomas. Personal correspondence. Jan. 9, 2010.
- (14) "A Philanthropy of Their Own." *Giving Matters: Vanguard Charitable Endowment Program*, Spring 2004.

(15) Brown, M., and Rooney, P. "Men, Women, X and Y." The Center on. Philanthropy at Indiana University. [<http://www.google.com/search?client=safari&rls=en-us&q=center+on+philanthropy+younger+men+give+more+like+women&ie=UTF-8&oe=UTF-8>]. 2008.

(16) Nichols, Judith. Personal correspondence. Dec. 10, 2009.

(17) Tannen, D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York: Ballantine Books, 1991.

(18) Ballard, K. "Marketing to Older Women: Ideas and Opinions from the Trenches." *Journal of Gift Planning*, Volume 4, Number 1, 1st Quarter 2000.

(19) Conway-Welch, C. "Does Sex Make a Difference?" [http://www.nursing.vanderbilt.edu/dean/2003/04_uwc/full.pdf]. 2003.

(20) Flessner, Bruce. Personal correspondence. Dec. 8, 2009.

(21) "Philanthropy Among Business Women of Achievement: A Summary of Key Findings." National Foundation for Women Business Owners (now the Center for Women's Business Research), The Committee of 200. 1999.

(22) Krotz, J. "Revolution REDUX." *Contribute: The People and Ideas of Giving*, Jan./Feb. 2008.

(23) Lodewick, Christine and Philip. Personal correspondence. July 17, 2009.

(24) Gienow, M. "Wanted: More Men Committing More Time to Charities." *Chronicle of Philanthropy*, Oct. 1, 2009.

(25) Mesch, Debra. Personal interview. Aug. 29, 2009.

(26) Slania, J. "A Woman's Touch." *Crain's Chicago Business*. [http://www.chicagobusiness.com/cgi-bin/article.pl?article_id=19765&seenIt=1]. Mar. 31, 2003.

(27) Pactor, Andrea. Personal interview. Aug. 27, 2009.

(28) Swank, J. D. "What Women Want." *Target Analytics*. [http://www.blackbaud.com/files/resources/downloads/WhitePaper_WhatWomenWant.pdf]. Mar. 2009.

(29) Wasley, P. "New Research Sheds Light on Bequest Giving." *Chronicle of Philanthropy News Updates*. [http://philanthropy.com/news/updates/7698/new-research-sheds-light-on-bequest-giving]. Apr. 1, 2009.

(30) Association of Healthcare Philanthropy. [http://www.illsearches.com/resources-dev-professionals/Development%20News%20Importance%20of%20Fundraising%20During%20Recession-mayjune2009.pdf]. May/June 2009.

(31) Preston, C. "Women are More Inclined to Support Charities Overseas, Study Finds." *Chronicle of Philanthropy, Prospecting News and Tips on Fund Raising*. June 15, 2009.

(32) Shaw-Hardy, S., and Stevens, C. *Women's Giving: A Generational Perspective*. Traverse City, MI: The Falconer Group Press, 2008.

(33) Hall, C. "The Search for Significance." *Dallas Morning News*. [http://www.dallasnews.com/sharedcontent/dws/dn/latestnews/stories/122406dnbusaltruists.2b1c1b5.html]. Dec. 24, 2006.

(34) Ibid.

(35) Brown, M., and Rooney, P. "Men, Women, X and Y." The Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.google.com/search?client=safari&rls=en-us&q=center+on+philanthropy+younger+men+give+more+like+women&ie=UTF-8&oe=UTF-8]. 2008.

الفصل الثاني: قوة المال

(1) Schervish, P., and Havens, J. "The Markets May Be Down, But the Largest Intergenerational Transfer of Wealth in History Is Still

Coming to Town.” [www.bc.edu/research/cwp/meta-elements/pdf/41trillionpressrelease.pdf]. Jan. 6, 2003.

(2) Brown, M., Rooney, P., Hao, H., and Miller, S. “Men, Women, X and Y.” The Center on Philanthropy at Indiana University, 2007.

(3) “Tomorrow’s Philanthropist.” Barclays Wealth in association with Ledbury Research. [http://www.barclayswealth.com/tomorrows-philanthropist.htm]. July 13, 2009.

(4) Brown, M., Rooney, P., Hao, H., and Miller, S. “Men, Women, X and Y.” The Center on Philanthropy at Indiana University, 2007.

(5) Scully, M. “The Pendulum Swings.” *Case/Currents Magazine*, July/Aug. 2009.

(6) The Boston Consulting Group. [http://www.bcg.com/media/PressReleaseDetails.aspx?id=tcm:12-24864]. Sept. 28, 2009.

(7) Dempsey, S. “Fidelity Study Finds Women Shaping the Future of Philanthropy.” [http://www.onphilanthropy.com/site/News2?page=News Article&id=7819]. May 22, 2009.

(8) Ibid.

(9) McConnona, A., and Delevingne, L. *Bloomberg Businessweek*. “The 50 Top American Givers.” [http://images.businessweek.com/ss/08/11/1124_biggest_givers/15.htm]. Dec. 8, 2009.

(10) Mesch, et al. The Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/MeschResearchAgenda.pdf and http://www.philanthropy.iupui.edu/PremiumServices/Demo/current_research_copps.html]. 2007.

(11) Benjamin, M. “Lorna Wendt.” *U.S. News and World Report*, Mar. 30, 2005.

(12) Ladd, J. “Giving It Away: The Challenge of Inheriting a Fortune.” *Women’s Times*. [http://www.classism.org/pdf/resources_giving.pdf]. Feb. 2000.

(13) Shaw-Hardy, S., and Stevens, C. *Women's Giving: A Generational Perspective*. Traverse City, MI: The Falconer Group Press, 2008.

(14) Justis, Jane Leighty. Personal correspondence. Jan. 4, 2010.

(15) Krotz, J. "Revolution REDUX." *Contribute: The People and Ideas of Giving*, Jan./Feb. 2008.

(16) Toppo, G., and DeBarros, A. "Women Feed the Jump in College Enrollment." *USA Today*. [http://www.usatoday.com/news/education/2007-09-12-census-college-enrollment_N.htm]. Aug. 12, 2007.

(17) Witter, L., and Chen, L. *The She Spot: Why Women Are the Market for Changing the World and How to Reach Them*. San Francisco: Berrett-Koehler, 2008.

(18) "High Net Worth Women and Men Investors." Center for Business Research. [<http://www.nfwbo.org/press/details.php?id=47>]. Dec. 10, 2002.

(19) Gibbs, N. "What Women Want Now." *Time*, Oct. 26, 2009.

(20) Muley, M. "The 85% Niche: The Power of Women of All Colors." [<http://85percentniche.com/newsblog/?p=8>]. June 6, 2008.

(21) Stanley, T. *Millionaire Women Next Door*. Kansas City, KS: Andrews McMeel, 2004.

(22) Engle, Debra. Personal interview. June 6, 2009.

(23) Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(24) Ketchum, Susan. Personal interview. Mar. 3, 2009.

(25) Engle, Debra. Personal interview. June 6, 2009.

الفصل الثالث: التحول من سيدات بلا مأوى إلى سيدات جريئات: الإعلام وتغيير الأفكار النمطية

- (1) Krotz, Joanna L. Personal correspondence. May 25, 2009.
- (2) Matthews, A. "Alma Maters Court Their Daughters." *New York Times Magazine*, Apr. 7, 1991.
- (3) Hall, H. "Cultivating Philanthropy by Women." *Chronicle of Philanthropy*, July 10, 1997.
- (4) Strout, E. "Courting Female Donors." *Chronicle of Higher Education*, July 6, 2007.
- (5) Miller, S., and Kelley, T. "Charity Belle: Colleen Willoughby Helps Women Give Money Away." *People*, Nov. 30, 1998.
- (6) Fiori, P. "New Orleans Now." *Town & Country*, June 2006.
- (7) Marzorati, G. "Editor's Notes." *New York Times Magazine*, Aug. 17, 2009, p. 8.
- (8) Forest, S. "Darla Moore: The Lady Is a B-School." *Business Week*, Mar. 30, 1998.
- (9) Parker, A. "State's Future Moore's Passion." *Charleston Post and Courier*, Nov. 11, 2008.
- (10) Krotz, J. "Making Philanthropy Count: How Women Are Changing the World." Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, May 2009.
- (11) Sellers, P. "The Business of Being Oprah." *Fortune*, Apr. 1, 2002.
- (12) "\$15M Matching Fund Encourages Women to Make Their Mark at Harvard." *The Harvard University Gazette*. [<http://www.news.harvard.edu/gazette/1998/05.21/15MMatchingFund.html>]. May 21, 1998.
- (13) Witter, L., and Chen, L. *The She Spot: Why Women Are the Market for Changing the World and How to Reach Them*. San Francisco: Berrett-Koehler, 2008.

الفصل الرابع: عطاء المرأة: المعايير الستة الأساسية، وثلاثة معايير إضافية

(1) Shaw-Hardy, S., and Stevens, C. *Women's Giving: A Generational Perspective*. Traverse City, MI: The Falconer Group Press, 2008.

(2) Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(3) Roper-Batker, Lee. Personal correspondence. Jan. 4, 2010.

(4) Molinary, Rosie. Personal correspondence. Dec. 8, 2009.

(5) Annan, K. "To Save Africa, We Must Save Africa's Women." *Independent*. [http://www.independent.co.uk/opinion/commentators/kofi-annan-to-save-africa-we-must-save-africas-women-612484.html]. Jan. 1, 2003.

(6) Cassin, Carolyn. Personal interview. June 26, 2009.

(7) McCarthy, K. *Lady Bountiful Revisited*. Piscataway, NJ: Rutgers University Press, 1990.

(8) Gary, Tracy. Personal interview. Sept. 14, 2009.

(9) Gary, T., and Kohner, M. *Inspired Philanthropy: Creating a Giving Plan*. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

(10) Gary, T. *Inspired Philanthropy: Your Step-by-Step Guide to Creating a Giving Plan and Leaving a Legacy* (2nd ed.). San Francisco: Jossey-Bass, 2008.

(11) Gary, T. "Inspiring Youth to Bring About Change: Tools for the Generosity Generation." *Inspired Legacies* [www.inspiredlegacies.org/youthgiving/]. 2009.

(12) Fox, Kye, and Paulson, Linda. Personal interview. June 18, 2009.

(13) Fine, A. *Momentum: Igniting Social Change in the Connected Age*. San Francisco: Jossey-Bass, 2006.

(14) Witter, L., and Chen, L. *The She Spot: Why Women Are the Market for Changing the World and How to Reach Them*. San Francisco: Berrett-Koehler, 2008.

(15) McGurn, Linda. Personal interview. July 21, 2009.

(16) Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(17) Ritchie, Debbie. Personal interview. July 16, 2009.

(18) Moore, M. "Anita Roddick's Will Reveals She Donated Entire 51 Million Pound Fortune to Charity." *Telegraph.co.uk*. [<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1895768/Anita-Roddicks-will-reveals-she-donated-entire-51m-fortune-to-charity.html>]. Apr. 16, 2008.

(19) Hughes, D. "An Interview with Anita Roddick." *Share Guide*. [<http://www.shareguide.com/Roddick.html>].

(20) Winter, Alison. Personal interview. June 22, 2009.

(21) "2006 Prudential Financial's Study on Financial Experience and Behaviors Among Women." Prudential Financial. [<http://www.aauwtexas.org/docs/2006PrudentialWomensFinancialStudy.pdf>]. 2006.

(22) Stanny, Barbara. Personal interview. July 16, 2009.

(23) Stanny, B. *Prince Charming Isn't Coming: How Women Get Smart About Money*. New York: Penguin Group, 1997.

(24) Dempsey, S. "Fidelity Study Finds Women Shaping the Future of Philanthropy." [<http://www.onphilanthropy.com/site/News2?page=NewsArticle&id=7819>]. May 22, 2009.

(25) Flessner, Bruce. Personal correspondence. Dec. 8, 2009.

(26) Wasley, P. "Women Take the Lead in Couples' Charitable-Giving Decisions." *Chronicle of Philanthropy*. [<http://philanthropy.com/news/>

updates/8307/women-take-the-lead-in-couples-charitable-giving-decisions]. May 19, 2009.

(27) Lodewick, Christine and Philip. Personal correspondence. Dec. 15, 2009.

(28) Reid, M. "Christine Lodewick Honored for Having Dr. King's Spirit." *The RidgefieldPress.com*. [http://www.acorn-online.com/joomla15/index.php?view=article&id=18804%3Achristine-lodewick-honored-on-martin-luther-king-day&option=com_content&Itemid=767]. Jan. 24, 2009.

(29) Womack, Cheryl. Personal correspondence. Dec. 18, 2009.

(30) Ernst, A. "Q&A With Bobbi Brown: How to Give Back." *Forbes Woman Q&A*. [<http://www.forbes.com/2009/06/24/bobbi-brown-philanthropy-forbes-woman-q-and-dress-for-success.html>]. June 25, 2009.

الفصل الخامس: مراحل، وأنماط، وأجيال

(1) Gajilan, A. "Scrap Mettle." *CNNMoney.com*. [http://money.cnn.com/magazines/fsb/fsb_archive/2005/12/01/8365394/index.htm]. Jan. 20, 2006.

(2) Damen, Margaret May. "Women as Philanthropists: Gender and Generational Synergy for Effective Gift Planning." *Journal of Gift Planning*. [<http://ohiononprofits.org/services.asp?page=ONN-51>]. Dec. 2007.

(3) Shaw-Hardy, S., and Stevens, C. *Women's Giving: A Generational Perspective*. Traverse City, MI: The Falconer Group Press, 2008.

(4) Brown, M., Rooney, P., Hao, H., and Miller, S. "Men, Women, X and Y." The Center on Philanthropy at Indiana University, 2007.

(5) "Margaret Lloyd of Kershaw County, Bolder Giving in Extraordinary Times." [http://www.boldergiving.org/inspiring_stories/profile.php?cat=ages&value=over60&id=56].

(6) Brainy Quote. [http://www.brainyquote.com/quotes/authors/b/barbara_bush.html].

(7) Barletta, M. *Prime Time Women*. Chicago: Kaplan, 2007.

(8) Hipp, Anna Kate. Personal interview. Aug. 13, 2009.

(9) Brainy Quote. [http://www.brainyquote.com/quotes/authors/e/elizabeth_cady_stanton.html].

(10) Stanley, T. "Women Baby Boomers May Boost Your Dollars." Ohio Association of Nonprofit Organizations, Sept. 2006.

(11) Krotz, J. "Advancing Women's Philanthropy through Research." *Making Philanthropy Count*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, May 2009.

(12) Damen, M., and McCuiston, N. *Women, Wealth, and Giving: The Virtuous Legacy of the Boom Generation*. San Francisco: Wiley, 2010.

(13) "Women as Philanthropists: Gender and Generational Synergy for Effective Gift Planning." *Journal of Gift Planning*. [<http://ohiononprofits.org/services.asp?page=ONN-51>]. Dec. 2007.

(14) Weston, Cheryl Rosen. Personal interview. Sept. 9, 2009.

(15) Brainy Quote. [http://www.brainyquote.com/quotes/authors/h/hillary_clinton_2.html].

(16) Goldseker, S. "Beyond Duty and Obligation." *Council on Foundations, Foundation News & Commentary*. Jan./Feb. 2006.

(17) Marquardt, K. "New Money." *US News & World Report*, Aug. 12, 2009.

(18) Terrell, Tanya Jones. Personal interview. Aug. 14, 2009.

(19) Reed, Candace Dodson. Personal interview. Aug. 17, 2009.

(20) Grant, Sheri Reid. Personal interview. Sept. 21, 2009.

(21) Harrin, L. "10 Tips for Managing Gen Y." *The Glass Hammer*. [<http://www.theglasshammer.com/news/2009/09/02/10-tips-for-managing-gen-y/>]. Aug. 2, 2009.

(22) Bay, W. "What a Generation Y Woman Really Wants?" *Huffington Post*. [http://www.huffingtonpost.com/willow-bay/what-a-generation-y-woman_b_44132.html]. Mar. 23, 2007.

(23) Goldseker, Sharna. Personal interview. Aug. 28, 2009.

(24) Azout, Sara. Personal interview. Sept. 24, 2009.

(25) Walter, Kristin. Personal interview. Sept. 17, 2009.

(26) Madzel, Melissa. Personal interview. Aug. 17, 2009.

(27) "Five Things Your Nonprofit Needs to Know About Web 2.0 Donors." *Nonprofit Tech 2.0: A Social Media Guide for Nonprofits*. [http://nonprofitorgs.wordpress.com/]. Sept. 17, 2009.

الفصل السادس: مستقبل المؤسسات غير الربحية: التنمية مع مراعاة الفوارق بين الجنسين

(1) Scully, M. K. "The Pendulum Swings." *Council for Advancement and Support of Education Currents*, July/Aug. 2009.

(2) Crabtree, Elizabeth. Personal interview. July 10, 2009.

(3) Sharpe, Robert. Personal interview. July 13, 2009.

(4) Mead, Nancy. Personal interview. Oct. 8, 2009.

(5) Larson, David. Personal interview. July 13, 2009.

(6) "I Am Powerful." CARE Web site. [http://mycare.org/site]. July 2009.

(7) Moline, Patricia. Personal interview. July 9, 2009.

(8) Brown, Marion. Personal interview. Oct. 21, 2009.

(9) Gaudiani, Claire. Personal interview. July 17, 2009.

(10) Jackson, Patricia. Personal interview. Aug. 26, 2009.

(11) Wayson, Tracy. Personal interview. July 8, 2009.

(12) Rowland Frautschi, Pleasant. Personal correspondence. Feb. 5, 2010.

(13) Flessner, Bruce. Personal interview. July 10, 2009.

(14) Weber, Erick. Personal interview. July 8, 2009.

(15) Henze, Lawrence. Personal interview. July 8, 2009.

(16) *Making Philanthropy Count: How Women Are Changing the World*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, May 2009.

(17) Hubert, L. M. "Emerging Donors: The Reliability and Validity of the Survey of Women Donors at the University of Notre Dame." Department of Educational Leadership and Policy Analysis, College of Education, University of Missouri-Columbia, 2009.

(18) "The 2008 Study of High Net Worth Philanthropy: Issues Driving Charitable Activities Among Affluent Households." Center on Philanthropy at Indiana University, Mar. 2009.

(19) Altinkemer, Cheryl. Personal interview. July 20, 2009.

(20) Picus, Joy. Personal interview. Aug. 4, 2009.

(21) Miles, Barbara. Personal correspondence. Jan. 4, 2010.

(22) Collier, C. W. *Wealth in Families*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2006.

(23) Remmer, Ellen. Personal interview. Feb. 4, 2010.

(24) *The Art and Science of Donor Development Workbook*. Advancement Resources, LLC, 2006.

الفصل السابع: إشراك المرأة في اتخاذ القرار

(1) Women in Philanthropy. [<http://www.womeninphilanthropy.com/>].

(2) Thorne, Dune. Personal interview. Sept. 18, 2009.

(3) Bach, D. *Smart Women Finish Rich: 9 Steps to Achieving Financial Security and Funding Your Dreams*. New York: Broadway, 2002.

(4) Dempsey, S. "Fidelity Study Finds Women Shaping the Future." [http://www.onphilanthropy.com/site/News2?page=NewsArticle&id=7819]. May 22, 2009.

(5) [http://www.news.cornell.edu/chronicle/96/2.15.96/adams.html].

(6) Miles, Joyce. Personal correspondence. Dec. 7, 2009.

(7) Morris, M. "Purdue Alumni Give to Consumer and Family Sciences to Help Families." [http://news.uns.purdue.edu/html3month/2006/060407.Mullen.gift.html]. Apr. 6, 2006.

(8) Grabmeire, J. "Better Grades and Greater Incentives Help Explain Why Women Outpace Men in College Degrees." Ohio State University Research. [http://researchnews.osu.edu/archive/womcolge.htm]. Sept. 19, 2006.

(9) Buchmann, C., and DiPrete, T. A. "The Growing Female Advantage in College Completion: The Role of Parental Resources and Academic Achievement." *American Sociological Review*, 2006.

(10) DiPrete, T. A., and Buchmann, C. "Gender Specific Trends in the Value of Education and the Emerging Gender Gap in College Completion." *Demography*, 2006.

(11) Oppedisano, J. "Leaving Men Behind: Women Go to College in Ever-Greater Numbers." *Women in Management Review*, 2004.

(12) "Women in the Professions." Bureau of Labor Statistics. [http://www.bls.gov/opub/ted/2006/dec/wk1/art02.htm]. Dec. 5, 2006.

(13) Ibid.

(14) Shipman, C., and Kay, K. "Women Will Rule Business." *Time* in partnership with CNN. [http://www.time.com/time/specials/packages/printout/0,29239,1898024_1898023_1898078,00.html]. May 14, 2009.

(15) Hesselbein, F., and Collins, J. *Hesselbein on Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass, 2002.

(16) Helgesen, S. *The Female Advantage*. New York: Broadway Business, 1991.

(17) Levesque, C. "Highlights of a Leadership Discussion with Frances Hesselbein." American Society of Association Executives. [http://www.asacenter.org/files/FileDownloads/Hesselbein_Summary.pdf]. Jan. 28, 2004.

(18) Janis, I. L. *Groupthink: Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascoes* (2nd ed.) New York: Houghton Mifflin, 1982.

(19) Shipman, C., and Kay, K. "Women Will Rule Business." *Time* in partnership with CNN. [http://www.time.com/time/specials/packages/printout/0,29239,1898024_1898023_1898078,00.html]. May 14, 2009.

(20) Biskupic, J. "Ginsburg: Court needs another woman." *USA Today*. [http://www.usatoday.com/news/washington/judicial/2009-05-05-ruthginsburg_N.htm]. May 5, 2009.

(21) Rooney, Patrick. Personal correspondence. June 1, 2009.

(22) Fouke, Dr. Janie. Personal correspondence. Jan. 1, 2010.

(23) Peters, T. *Re-Imagine! Business Excellence in a Disruptive Age*. New York: DK Publishing, 2003.

(24) Milk, L., and Ryan, E. "2006 Washingtonians of the Year: Anne Mosle." *Washingtonian.com.*, Jan. 31, 2007.

(25) McGurn, Linda. Personal interview. July 21, 2009.

(26) Lyden, J. "Women Dominate New Hampshire State Senate." *All Things Considered*. [<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=96799349>]. Nov. 9, 2008.

(27) West, N. "Women More Likely Than Men to Volunteer." RTI International. [<http://www.rti.org/news.cfm?nav=268&objectid=429C1F1D-0B08-428E-A69F74EEB74EA1DB>]. June 6, 2006.

(28) Minter, M. "Seeking Volunteer Leaders: Tips for Increasing Women's Giving." On Philanthropy. [<http://www.onphilanthropy.com/site/News2?page=NewsArticle&id=7737>]. Mar. 5, 2009.

(29) Nonprofit Governance Index 2007, BoardSource. [<http://www.boardsource.org/UserFiles/File/Research/GovIndex-2007.pdf>]. 2007.

(30) Krotz, J. "Revolution REDUX." *Contribute: The People and Ideas of Giving*. Jan./Feb. 2008.

(31) Graybow, M. "Female Directors Improve Financial Results." MSN.money, Oct. 1, 2007.

(32) Berkman, J. "Philanthropy from Venus Differs from Philanthropy from Mars." JewishJournal.com. [http://www.jewishjournal.com/philanthropy/article/philanthropy_from_venus_differs_from_philanthropy_from_mars_20081118/]. Nov. 18, 2009.

(33) Krotz, J. L. *The Guide to Intelligent Giving: Make a Difference in the World—And in Your Own*. New York: Hearst, 2009.

(34) Shaw-Hardy, S., Stevens, C., and Taylor, M. "The Effect of a Global Recession on Women's Giving." [<http://www.philwomen.com>]. 2009.

الفصل الثامن: برامج العمل الخيري النسائي وحلقات العطاء

- (1) Weisberg, Doris. Personal interview. Oct. 3, 2009.
- (2) Jorgensen, Judy. Personal correspondence. July 30, 2009.
- (3) Jackson, Patricia. Personal interview. Aug. 26, 2009.
- (4) Altinkemer, Cheryl. Personal interview. July 20, 2009.
- (5) McGurn, Linda. Personal interview. July 21, 2009.
- (6) Gilliams, L. Virginia Tech University Survey of Women's Philanthropy Programs in Higher Education, Aug. 14, 2009.
- (7) Lovell, Jeanie. Personal correspondence. Oct. 6, 2009.
- (8) Hubert, Lynn. Personal interview. July 17, 2009.

(9) University of California–Los Angeles Women & Philanthropy Web site. [<http://women.support.ucla.edu>]. Aug. 2009.

(10) Freiberg, Kristen. Personal interview. July 9, 2009.

(11) “Making Philanthropy Count: How Women Are Changing the World.” Women’s Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, May 2009.

(12) Ibid.

(13) Learned, A., and Johnson, L. *Don’t Think Pink: What Really Makes Women Buy—and How to Increase Your Share of This Crucial Market*. New York: AMACOM, 2004.

(14) Silverman, M., and Sayre, K. “The Female Economy.” *Harvard Business Review*, Sept. 2009.

(15) Farella, N. Rutgers Survey of Women’s Philanthropy Programs in Higher Education, Aug. 5, 2009.

(16) Biles, Tracey. Personal correspondence. Aug. 3, 2009.

(17) Farella, Rutgers Survey.

(18) “Making Philanthropy Count: How Women Are Changing the World.” Women’s Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University, May 2009.

(19) Ibid.

(20) University of Virginia Web site. [<http://campaign.virginia.edu/site>]. Sept. 2009.

(21) Shaw–Hardy, S. *Women’s Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women’s Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(22) Tempel, Eugene. Personal interview. Dec. 18, 2009.

(23) Miller, S., and Kelley, T. “Charity Belle: Colleen Willoughby Helps Women Give Money Away.” *People*, Nov. 30, 1998.

(24) Gladwell, M. *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. New York: Back Bay Books, 2002.

(25) Shaw-Hardy, S. C. *Creating a Women's Giving Circle*. Women's Philanthropy Institute. [http://www.philanthropy.iupui.edu/Products/product_list.aspx]. 2000.

(26) Strup, Linda. Personal interview. Jan. 4, 2010.

(27) The Women's Giving Circle of Howard County Web site. [www.womensgivingcircle.org].

(28) Moscow Giving Circle Web site. [www.moscowgivingcircle.org].

(29) Giving Circles Network Web site. [www.givingcircles.org].

(30) The Omaha Venture Group Web site. [www.omahacf.org].

(31) Chapman, H. "The Growth of Giving Circles." *The Glass Hammer*. [http://www.theglasshammer.com/news/2009/01/02/the-growth-of-giving-circles/]. Jan. 2, 2009.

(32) Eikenberry, Angela. Personal interview. Dec. 15, 2009.

(33) Bettger, Sandy. Personal correspondence. Dec. 15, 2009.

الفصل التاسع: موروث أم مكتسب: البرامج التثقيفية للمتبرعات

(1) Krotz, J. "Revolution REDUX." *Contribute: The People and Ideas of Giving*. Jan./Feb. 2008.

(2) Women Moving Millions. [http://www.womenmovingmillions.net/].

(3) "Merrill Lynch Investment Managers (MLIM) Survey Finds When it Comes to Investing, Gender a Strong Influence on Behavior." Merrill Lynch. [http://www.ml.com/index.asp?id=7695_7696_8149_46028_47486_47543]. April 18, 2005.

(4) Burkhart, Lorene. Personal correspondence. Dec. 17, 2009.

(5) Ibid.

- (6) Gaudiani, Claire. Personal correspondence. Dec. 17, 2009.
- (7) Thorne, Dune. Personal interview. Sept. 18, 2009.
- (8) Descano, Linda. Personal interview. Jan. 1, 2010.
- (9) Brainy Quote. [www.brainyquote.com/quotes/quotes/e/eleanor roo393444.html].
- (10) Gary, T. *Inspired Philanthropy: Your Step-by-Step Guide to Creating a Giving Plan and Leaving a Legacy*. San Francisco: Jossey-Bass, 2008.
- (11) Ellinger, C. and A. *The Bolder Giving Workbook*. [http://www.boldergiving.org/programs/workbook.php]. Arlington, MA: Bolder Giving, 2010.
- (12) Rosenberg, C. *Wealthy and Wise*. Boston: Little, Brown, 1994.
- (13) "Annual Donations Can Raise \$27.5 Billion." Newtithing Group. [http://www.charitynavigator.org/index.cfm/bay/content.view/cpid/523]. Oct. 11, 2006.
- (14) "A Biographical Sketch of Mary Elizabeth Garrett." The Johns Hopkins University School of Medicine. [http://www.medicalarchives.jhmi.edu/garrett/biography.htm]. 2010.
- (15) "Women—Or the Female Factor." Johns Hopkins Medicine. [http://www.hopkinsmedicine.org/about/history/history6.html]. 2010.
- (16) Strout, E. "Courting Female Donors." *Chronicle of Higher Education*, July 6, 2007.
- (17) Miles, Joyce. Personal correspondence. Dec. 7, 2009.
- (18) Gary, Tracy. Personal interview. Sept. 14, 2009.
- (19) Stergiou, C. "Kay Sprinkel Grace, America's doyenne of board excellence and mission development." *SOFII*. [http://www.sofi i.org/active%20site/Members%20area/GG5KaySprinkelGrace.html]. 2010.
- (20) Bradshaw, Reene. Personal interview. Sept. 8, 2009.

- (21) Ghrist, Liz. Personal interview. Aug. 13, 2009.
- (22) Orvañanos de Rovzar, Marcela. Personal interview. Sept. 14, 2009.
- (23) Basch, Linda. Personal interview. Sept. 17, 2009.
- (24) Hall, S. "Six Principles of Women's High-Engagement Philanthropy." Tactical Philanthropy Advisors. [<http://tacticalphilanthropy.com/2009/05/six-principles-of-womens-high-engagement-philanthropy>]. May 27, 2009.
- (25) Verhovek, Lisa. Personal interview. July 13, 2009.

الفصل العاشر: نساء العمل الخيري الجريئات: آفاق جديدة للعمل الخيري النسائي

- (1) Women Moving Millions. [<http://www.womenmovingmillions.net/>].
- (2) Brill, B. "Women in Philanthropy." *Forbes*. [<http://www.forbes.com/2009/08/18/brill-women-philanthropy-intelligent-investing-wealth.html>]. Aug. 18, 2009.
- (3) Mieszkowski, K. "Learning and Change—Catherine Muther." *Fast Company*. [<http://www.fastcompany.com/magazine/30/muther.html>]. Dec. 19, 2007.
- (4) Shriver, M. *The Shriver Report*. A Study by Maria Shriver and the Center for American Progress. [<http://www.awomansnation.com/quotes.php>]. Oct. 2009.
- (5) Talburtt, Peg. Personal interview. Aug. 11, 2009.
- (6) Minter, Michele. Personal interview. Sept. 17, 2009.
- (7) Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(8) Malveaux, J. "Black Women and Philanthropy." [http://www.julian-nemalveaux.com/downloads/black_women.pdf]. June 2005.

(9) Minter, M. "Philanthropy and Impactful Giving." Empowerment Summit for Women, Women's Philanthropy Institute. Oct. 8, 2009.

(10) Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(11) Africa, S. "Growth Figures Expose Government's Fake Stimulus, Limits of Relying on Remittances." IBON Foundation. [http://info.ibon.org/ibon_features.php]. Nov. 29, 2009.

(12) Osborne, Karen. Personal interview. Aug. 31, 2009.

(13) "Expanding the Circle: An African American and Asian Women's Perspective on Giving." A collaboration of the Boston Women's Fund, Haymarket People's Fund and the Women's Theological Center, 2007.

(14) Maehara, Paulette. Personal interview. Aug. 11, 2009.

(15) Joslyn, M. "A Man's World." *The Chronicle of Philanthropy*, Sept. 17, 2009.

(16) Basch, Linda. Personal interview. Sept. 17, 2009.

(17) Karimzadeh, M. "Donna's 'Urban Zen': Her Vision for Well-being." WWD.com. [http://www.blingdomofgod.com/urbanzen.pdf]. Apr. 25, 2007.

(18) Riddle, K. "Capturing the Moments." Hospice of the Western Reserve. [http://www.hospicewr.org/uploads/pdf/news/A-G/Currents_051806.pdf]. May 18, 2006.

(19) Wilson, Trisha. Personal correspondence. Jan. 4, 2010.

(20) Rairez, M. "Photos of Dying Children Win Hearts of Many." *Seattle Times*, Sept. 7, 2005.

(21) Hall, C. "Dallas Designer Is a 'Rock Star' Overseas: Trisha Wilson Balances Ritzy Career with Healing Efforts in S. Africa." *Dallas Morning News*. [<http://www.aegis.com/news/dmn/2006/DM060301.html>]. Mar. 5, 2006.

(22) Picus, Joy. Personal interview. Aug. 4, 2009.

(23) Rockefeller Philanthropy Advisors. [http://rockpa.org/special_programs/muslim-womens-fund/].

(24) Sellers, P. "Melinda Gates Goes Public." *Fortune*, Jan. 7, 2008.

(25) Dempsey, S. "Fidelity Study Finds Women Shaping the Future." [<http://www.onphilanthropy.com/site/News2?page=NewsArticle&id=7819>]. May 22, 2009.

(26) Remmer, E. "TPI's Remmer Kicks Off Philadelphia Fdn. Women's Philanthropy Network." *Philanthropic Initiative*, Aug. 27, 2008.

(27) Ibid.

(28) "The Dynamics of Women and Family Philanthropy." *The Transformative Power of Women's Philanthropy*. Council on Foundations, Winter, 2005.

(29) Shaw-Hardy, S. *Women's Giving Circles: Reflections from the Founders*. Women's Philanthropy Institute at the Center on Philanthropy at Indiana University. [http://www.philanthropy.iupui.edu/PhilanthropicServices/WPI/docs/IU_GivingCircle_082809.pdf]. Aug. 2009.

(30) "Women Unite to Cut Into Hedge Funds' Male Thicket." *Reuters News*. [http://www.100womeninhedgefunds.org/pages/in_the_press.php]. Feb. 6, 2002.

(31) Ghandi, M. Thinkexist.com. [http://thinkexist.com/quotation/we_must_become_the_change_we_want_to_see/11442.html].

(32) Edwards, M. "Transformative Leadership Employs Spirituality for Social Change." *Chronicle of Philanthropy*, Oct. 1, 2009.

- (33) Ibid.
- (34) Maehara, Paulette. Personal interview. Aug. 11, 2009.
- (35) Grumm, Chris. Personal interview. Aug. 18, 2009.
- (36) Baretta, Bridget. Personal interview. Jan. 17, 2010.
- (37) Krotz, Joanna L. Personal interview. May 25, 2009.
- (38) Roper-Batker, Lee. Personal correspondence. Jan. 4, 2009.
- (39) Lee, B. "A Woman's Place Is in the White House." *Albany Times Union*, Mar. 3, 2006.
- (40) Redorbit. [http://www.redorbit.com/news/entertainment/1655838/music_center_of_los_angeles_county_announces_20_million_gift/].
- (41) Kennedy, J. F. "Poetry and Power." *Atlantic*, Feb. 1964.
- (42) Grumm, Chris. Personal interview. Aug. 18, 2009.
- (43) Stepanek, M. "60 Seconds with Philanthropist Sheila Johnson." *Contribute*. [http://www.contributemedia.com/people_details.php?id=203].
- (44) The Goromonzi Project. [<http://www.goromonziproject.org/>].
- (45) Shaw, Janet. Personal correspondence. Jan. 8, 2010.
- (46) Lampman, J. "Researchers Say Giving Leads to a Healthier, Happier Life." *Christian Science Monitor*, July 25, 2007.

الفصل الحادي عشر: عصر العمل الخيري النسائي

- (1) About.com. Women's History. [http://womenshistory.about.com/od/quotes/a/jane_addams.htm].
- (2) Solomon, D. "Questions for Ellen Johnson Sirleaf, Madame President." *New York Times Magazine*, Aug. 23, 2009.
- (3) Shaw-Hardy, S., and Stevens, C. *Women's Giving: A Generational Perspective*. Traverse City, MI: Falconer Group Press, 2008.
- (4) Hirsch, Liz Levitt. Personal interview. Sept. 29, 2009.

(5) Kristof, N., and WuDunn, S. *Half the Sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide*. New York: Knopf, 2009.

(6) Weeks, Julie. Personal interview. Sept. 28, 2009.

(7) Elkington, John. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Briolola Island, BC, Canada: New Society Publishers, 1998.

(8) Orvañanos de Rovzar, Marcela. Personal interview. Sept. 14, 2009.

(9) Basch, Linda. Personal interview. Sept. 17, 2009.

(10) "Education and Development: Why Is Education Important to Development?" The World Bank. [<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTEDUCATION/0,,contentMDK:20591648~menuPK:1463858~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:282386,00.html>]. 2009.

(11) Belkin, L. "The Power of the Purse." *New York Times Magazine*, Sept. 23, 2009.

(12) "Raising Women's Voices for the Health Care We Need." A collaborative initiative of the Avery Institute for Social Change, MergerWatch Project of Community Catalyst, and the National Women's Health Network. [http://www.raisingwomensvoices.net/storage/pdf_files/RWV-Principles-4.07.08.pdf]. Apr. 7, 2008.

(13) Condon, S. "Michelle Obama: Health Care Is a Women's Issue." CBS News Blogs. [<http://www.cbsnews.com/blogs/2009/09/18/politics/politicalhotsheet/entry5320221.shtml>]. Sept. 28, 2009.

(14) Seattle Children's Hospital. [<http://www.seattlechildrens.org/about/history/>].

(15) Abbott, P., Wallace, C., and Tyler, M. *An Introduction to Sociology: Feminist Perspectives*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005.

(16) Ellinger, Anne. Personal interview. Aug. 20, 2009.

(17) "Bolder Giving in Extraordinary Times." *FUNdraising Opinions, News & Successes*. [<http://fundraisinggoodtimes.wordpress.com/tag/women-in-philanthropy-and-fundraising/>]. July 26, 2009.

(18) Shriver, M. *The Shriver Report*. A Study by Maria Shriver and the Center for American Progress. [<http://www.awomansnation.com/quotes.php>]. Oct. 2009.

(19) Kawasaki, G. "Hitting the She Spot: How to Market to Women as Consumers and Social Change Agents." Open Forum. [<http://www.openforum.com/idea-hub/topics/the-world/article/hitting-the-she-spot-how-to-market-to-women-as-consumers-and-social-change-agents-guy-kawasaki>]. June 22, 2009.

(20) The Boston Consulting Group. [<http://www.bcg.com/media/PressReleaseDetails.aspx?id=tcm:12-24864>]. Sept. 28, 2009.

(21) Mesch, Debra. Personal interview. Aug. 27, 2009.

