الأوقاف النيوزيلندية · سلسلة البحوث والتواصل

عائلة واحدة، لغات متعددة

شخصيات متحركة لتعليم الأضحية والوقف في المجتمعات المسلمة بالغرب: «عائلة أوقاف للحيوانات» دراسةَ حالة

ورقة عمل مؤسسية · الإصدار 1 · نوفمبر 2026 · حسين بن يونس، الأوقاف النيوزيلندية · ترجمة عربية للنسخة الإنجليزية

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23947126



تعرّف على عائلة أوقاف للحيوانات: الشخصيات القائدة لأستراليا وكندا ونيوزيلندا وفنلندا وفرنسا.

الفكرة الأساسية. يمكن لعائلة من الشخصيات الحيوانية المتحركة، ترتبط كل منها بدولة وبيئتها وقيمة، أن تمنح الأوقاف النيوزيلندية والجهات الوقفية الشريكة هوية واحدة يتعرف عليها الناس عبر اللغات والأجيال والدول، وأن تجعل الأضحية والوقف أيسر فهماً.

الحالة والحدود. هذه ورقة عمل استراتيجية للنقاش والاختبار والمراجعة المستقلة. وليست دليلاً على فاعلية الحملات المقترحة، ولا على أن أي وحدة وقفية مجازة للطرح العام، ولا على أن أي مزرعة أو ترتيب تمويلي قائم. ولا يوجد أي طرح في أي بلد.

الملخص التنفيذي

قررت الأوقاف النيوزيلندية تطوير الرسوم المتحركة أداةً طويلة الأمد للتعليم والتواصل. وتهدف «عائلة أوقاف للحيوانات» المقترحة، وهي مجموعة من الشخصيات الحيوانية ترتبط كلٌّ منها بدولة وبيئتها وقيمة تحملها، إلى منح المؤسسة والجهات الوقفية الشريكة هويةً واحدة يتعرف عليها الناس عبر اللغات والأجيال والدول. وقد صُمّم حتى الآن ستة وثلاثون ممثلاً للدول. والأضحية والأوقاف ممارسات إيمانية راسخة لها مؤسساتها، ولا تسعى الأوقاف النيوزيلندية إلى منافستها، بل إلى المساعدة على حسن الانتفاع بهما.

أول استعمال، ابتداءً من عام 2027، هو التثقيف والتوعية بالأضحية مع مؤسسة الأوقاف الكندية، ومع أوقاف فنلندا وأوقاف فرنسا متى اكتمل تأسيسهما. أما المحتوى المتعلق بنموذج الوقف الذكي المقترح فلن يُنتج إلا بعد صدور قرارات منتدى قضايا الوقف الفقهية الثاني عشر، وبعد المراجعة القانونية في كل دولة.

وأقوى المسوّغات قابليةُ الانتقال الثقافي. فالمقدّم البشري يُفهم بسهولة ممثلاً لجماعة عرقية أو وطنية بعينها، والمجتمعات المسلمة في الغرب شديدة التنوع، أما الشخصيات الحيوانية فتحمل الهوية البصرية نفسها بالإنجليزية والعربية والفرنسية والفنلندية. ولا يجعلها ذلك محايدةً ثقافياً، فللحيوانات والموسيقى والصور معانٍ دينية وثقافية، وتعالجها هذه الورقة صراحةً.

وتدعم الأدلة البحثية الاختبار المتأني لا الادعاءات الواثقة. فالرسوم المتحركة تمنح ميزة تعلّم صغيرة في المتوسط مقارنةً بالصور الثابتة، وللبرامج التعليمية جيدة التصميم ذات الشخصيات المتكررة فوائد قابلة للقياس. غير أن دراسة وجدت أن قصةً عن المشاركة رُويت بشخصيات حيوانية لم تزد مشاركة الأطفال الصغار في الواقع، بينما زادتها القصة نفسها بشخصيات بشرية. لذلك تبني الورقة في كل حلقة جسراً من القصة إلى الحياة الواقعية، وتعامل تغيير السلوك فرضيةً تُختبر.

وتقترح الورقة خطة مرحلية لعام 2027: اعتماد الشخصيات والقواعد التحريرية، وتسجيل العلامات التجارية، وإنتاج نموذج تجريبي قصير، واختباره بالإنجليزية والعربية، وتنفيذ حملة أضاحٍ مع الجهات الوقفية الشريكة، ثم الاستمرار أو التعديل أو التوقف بناءً على الأدلة.

1 الغرض والنطاق والصلة بالأعمال المنشورة

ترافق هذه الورقة ورقة العمل «من الهدر الخيري إلى العافية المستدامة» (Benyounis, 2026a)، التي تضع إطاراً بحثياً للقيمة غير المستغلة في الأضاحي وتصوراً لنموذج «الصندوق الوقفي الذكي»، والورقة السابقة «من صكوك الأوقاف إلى وحدات الأوقاف» (Benyounis, 2026b). تصف تلك الورقتان ما تقترحه الأوقاف النيوزيلندية، أما هذه الورقة فتُعنى بكيفية شرح تلك الأفكار للجمهور، ولا سيما للأسر المسلمة في الدول الغربية التي قد لا تقرأ دراسة جدوى أو بحثاً فقهياً.

الأضحية والأوقاف صناعتان إيمانيتان راسختان تخدمهما مؤسسات كثيرة حول العالم، ولا تهدف الأوقاف النيوزيلندية إلى منافستها. وغايتها المساعدة على حسن الانتفاع بهما: هدرٌ أقل من كل أضحية، وانتفاعٌ أدوم بقيمة الوقف. والرسوم المتحركة في

خدمة هذه الغاية.

ونطاقها التوعية والتثقيف العام والهوية المؤسسية لعائلة أوقاف للحيوانات. ولا تصف الورقة أي وحدة وقفية بأنها متاحة أو مضمونة أو معتمدة شرعاً بصيغتها الحالية أو مجازة قانونياً في أي بلد.

> **قرارات اتخذتها الأوقاف النيوزيلندية.** (1) تطوير الرسوم المتحركة واستعمالها على نطاق واسع ابتداءً من 2027. (2) أول استعمال هو التثقيف والتوعية بالأضحية مع الجهات الوقفية الشريكة. (3) ينتظر محتوى الوقف الذكي قرار المنتدى الثاني عشر والمراجعة القانونية. (4) لا تُستعمل الشخصيات إلا بما يتفق مع أخلاقيات الأوقاف النيوزيلندية وقيمها (القسم 7).

2 ماذا تقول الأدلة، وما لا تقوله

2.1 التعلّم من الرسوم المتحركة

تضع خلاصة ماير لأكثر من مئتي تجربة مبادئ تصميم للتعلّم من الكلمات والصور، وتبيّن أن الوسائط المتعددة تفيد حين تُصمم وفق طريقة معالجة الإنسان للمعلومات، لا حين تُضاف الزينة فحسب (Mayer, 2021). ووجد تحليل بعدي ميزة تعلّم صغيرة في المتوسط للرسوم المتحركة على الرسوم الثابتة (Hedges' g = 0.226)، مع تفاوت واسع بحسب الموضوع والتصميم (Berney & Bétrancourt, 2016)، وهو ما يتفق مع مراجعة سابقة (Höffler & Leutner, 2007). فالرسوم المتحركة خيار معقول، لكن نفعها رهن بجودة التصميم ويجب اختباره.

2.2 الشخصيات المتكررة وتعلّم الأطفال

وجد تحليل بعدي لأربع وعشرين دراسة في خمس عشرة دولة آثاراً تعليمية إيجابية لإنتاجات «شارع سمسم» الدولية (Mares & Pan, 2013). وتعلّم الأطفال الصغار من الفيديو أكثر حين قدّمته شخصية عرفوها معرفة شخصية (Calvert et al., 2014). وتدعم النتيجتان وجود طاقم ثابت يلتقيه الأطفال مراراً.

وفي إحدى النتائج تحذير مباشر. فأطفال ما قبل المدرسة الذين سمعوا قصة عن المشاركة بشخصيات بشرية شاركوا أكثر بعدها، بينما لم يفعل ذلك من سمعوا القصة نفسها بشخصيات حيوانية (Larsen et al., 2018). فلا يُفترض أن القيم التي تعلّمها الشخصيات الحيوانية تنتقل إلى سلوك الأطفال. لذلك تنتهي كل حلقة من حلقات عائلة أوقاف للحيوانات بجسر قصير إلى الواقع، يُظهر أسراً أو أطفالاً حقيقيين يطبقون القيمة، ويُقاس الأثر (القسم 10).

2.3 الشخصيات والتعرّف والثقة

تبيّن بحوث التسويق أن الثقة بالشخصية المتحدثة باسم العلامة تؤثر في المواقف تجاه العلامة نفسها (Garretson & Niedrich, 2004)، وأن الشخصيات المصممة لإظهار الصدق تبني الثقة أقوى من تلك المصممة لإظهار الكفاءة (Folse et al., 2012). وهذه نتائج تجارية لا دراسات عن الجمعيات الخيرية أو الجمهور المسلم، لكنها توحي بقاعدة تصميم مفيدة: أن تبدو الشخصيات صادقة ومحبة للخير، لا ذكية متعالية ولا شبيهة بالباعة.

2.4 الإعلام الإسلامي الموجّه للأطفال

تُظهر دراسات الإعلام الإسلامي للأطفال كيف تحمل الرسوم المتحركة رسائل خيرية وأخلاقية: قيم العطاء في المسلسل الماليزي «أوبين وإيبين» (Mohd Aris et al., 2023)، والمشاركة في «عمر وهناء» (Utami & Harianto, 2021). وكلتاهما تحلل ما تبلّغه الحلقات، ولا تقيس أي منهما تغيراً دائماً في سلوك الأطفال. وتوثّق دراسة عن الكتب المصورة الإسلامية في بريطانيا انتقال الناشرين من تجنب رسم ذوات الأرواح إلى صيغ تمثيل متفاوَض عليها (Janson, 2012)، وهذا وثيق الصلة بالقسم 5.

2.5 المجتمعات المسلمة في الغرب ليست جمهوراً واحداً

تُظهر البحوث عن الشباب المسلم البريطاني (Kabir, 2010)، والطلاب المسلمين في فنلندا (Rissanen, 2012)، والأسر العربية في نيوزيلندا (Al-Sahafi, 2015)، والأطفال البنغاليين في المملكة المتحدة (Iqbal & Liddicoat, 2026)، هوياتٍ وخيارات لغوية تختلف باختلاف الأسرة والجيل والبلد. فالأطفال يقدّرون العربية والإنجليزية ولغة التراث لأسباب مختلفة. وتحدد البحوث عن المتبرعين المسلمين في المملكة المتحدة دوافع دينية للعطاء، منها الأجر في الآخرة والانسجام مع المعتقد (Jamal et al., 2019). وتدعم هذه الدراسات التعدد اللغوي والتكييف المحلي، لكنها لا تثبت أنماطاً متماثلة في الدول الست التي تتناولها الورقة.

2.6 أعمال سابقة في رسوم الأضحية والوقف المتحركة

ليست الرسوم المتحركة في الأضحية والوقف أمراً جديداً. فمنصة «قطوف الخير» التابعة للأمانة العامة للأوقاف في الكويت تقدّم قصصاً مصورة ومتحركة ثنائية اللغة، عربية وإنجليزية، عن الوقف والقيم الخيرية، بعضها بشخصيات حيوانية (Kuwait Awqaf Public Foundation, n.d.). وتبث قناة ديانت التركية «عالم يوسف»، وهو مسلسل كرتوني متكرر عن أسرة مسلمة، فيه حلقات عن ترك الإسراف وعن المشاركة (Diyanet TV, n.d.). وأنتجت وزارة الشؤون الدينية الإندونيسية مسلسلاً متحركاً من عشر حلقات عن الزكاة والوقف (Jamil, 2023)، وروّج صندوق وقفي سعودي لنفسه بمقاطع متحركة (FramedKeys, 2020).

وتستعمل الجمعيات الخيرية أيضاً شخصيات حيوانية. فقد روّجت تميمتا مؤسسة لازيسمو، البقرة والخروف «سامو» و«دومو»، لبرنامجها السنوي للأضاحي «قربانمو» في جاكرتا عام 2024. ويعالج البرنامج نفسه مشكلتين أثارتهما ورقة (Benyounis, 2026a): تركّز لحوم الأضاحي في أماكن قليلة، وحفظها عبر لحوم أضاحٍ معلّبة للإغاثة في الكوارث (Lazismu, 2024).

وكان بحثنا (نوفمبر 2026، بست لغات) موجّهاً لا منهجياً شاملاً. ولم نجد مثالاً منشوراً يجمع خمس سمات: عائلة من الشخصيات الحيوانية المرتبطة بالدول، وشخصيات تشترك فيها جهات وقفية في دول عدة، وتكييفاً بلغات كثيرة، وقصة واحدة مترابطة تجمع الأضحية والوقف، وربطاً بين القيمة غير المستغلة في سلسلة الأضحية والوقف النقدي المؤقت (Benyounis, 2026a). وهذا الجمع هو ما تقترح الورقة اختباره، وليس ادعاءً بالسبق.

> **فجوة في الأدلة.** لم نجد دراسة مضبوطة تُثبت أن الرسوم المتحركة الإسلامية متعددة اللغات بشخصيات حيوانية تحسّن فهم الأضحية أو الوقف. وتبقى هذه فرضية على الأوقاف النيوزيلندية اختبارها.

3 لماذا الرسوم المتحركة للمجتمعات المسلمة في الغرب

3.1 هوية واحدة عبر مجتمعات ولغات متعددة

في مدن مثل تورنتو وباريس وهلسنكي وسيدني وأوكلاند تضم المجتمعات المسلمة أسراً عربية وجنوب آسيوية وصومالية وتركية وبوسنية وملايوية ومن المسلمين الجدد. والمقدّم البشري من خلفية واحدة قد يوحي دون قصد بأن الحملة تخص جماعته. أما طاقم الحيوانات فيحتفظ بالوجوه والألوان وبنية القصة نفسها بينما تتغير لغة الصوت. وهذا توقع معقول يُقاس ولا يُفترض (H1، H2).

3.2 جسر بين الأجيال

كثير من المسلمين المولودين في الغرب أكثر ارتياحاً للإنجليزية أو الفرنسية أو الفنلندية منهم للمصطلحات العربية أو الأردية المستعملة في الوقف. ويمكن للرسوم المتحركة أن تعلّم القيم أولاً، كالاستخلاف وترك الإسراف والرفق بالحيوان، ثم تعرّف تدريجياً بمصطلحات مثل الوقف والناظر والقرض الحسن، مع شرح بلغة بسيطة.

3.3 التعرّف من النظرة الأولى

تكرار تصميم الشخصيات واسم الأوقاف النيوزيلندية وألوانها الخضراء والذهبية وتوقيع صوتي قصير (القسم 9.1) يساعد الأسر على معرفة المصدر قبل قراءة أي تعليق: في معرض، أو على كوب، أو قميص، أو ملصق واتساب. والتعرّف هدف يُقاس، لا نتيجة تُفترض.

3.4 كلفة أقل لكل لغة إضافية

متى وُجدت نماذج الشخصيات والمشاهد القابلة لإعادة الاستعمال، جعلت أدوات الذكاء الاصطناعي إنتاج نسخ بلغات إضافية وحلقات جديدة أرخص بكثير من تصوير مقدّمين جدد. وتبقى لمراجعة الترجمة وجودة الصوت والحقوق وإتاحة الوصول كلفة من الوقت والمال. وكل ادعاء بالكفاءة سيُختبر على سجلات إنتاج فعلية (H5).

4 عائلة أوقاف للحيوانات

العائلة طاقم من الرواة المتكررين لا تمائم إعلانية. ترتبط كل شخصية بدولة وموطن طبيعي وقيمة، ويمكن لكل حلقة أن تعرّف ببيئة تلك الدولة وحيواناتها ومواردها وكيفية الانتفاع بها دون هدر. وقد صُمّم حتى الآن ستة وثلاثون ممثلاً للدول بصور مرجعية (الملحق أ). ونسميهم «ممثلي الدول» لأن الحيوان المرتبط بدولة ما ليس بالضرورة حيوانها الوطني الرسمي. ولا تشترك دولتان في حيوان واحد، ولم يبق في الطاقم إلا كلب واحد (البرتغال).



الشخصيات القائدة للشركاء: الكنغر (أستراليا)، والقندس (كندا)، والكيوي (نيوزيلندا، مضيف العائلة)، والرنة (فنلندا)، والنعجة (فرنسا).

4.1 الشخصيات القائدة لدول الشركاء

الشريك	الشخصية القائدة	الحالة
الأوقاف النيوزيلندية (نيوزيلندا)	الكيوي، مضيف العائلة	مصمَّمة. مستكشف فضولي يلاحظ الموارد غير المستغلة. وحلّ رمز الكورو محل السرخس الفضي المحمي على صدريته.
الأوقاف النيوزيلندية (أستراليا)	الكنغر وصغيره	مصمَّمة. المبادرة والعمل الجماعي العملي ورعاية الأسرة. بعيدة عن أسلوب شعار «صُنع في أستراليا».
مؤسسة الأوقاف الكندية	القندس	مصمَّمة. تُقارن بشخصيات القنادس الأخرى على الإنترنت لتبقى متميزة بوضوح.
أوقاف فنلندا	الرنة	شخصية قائمة.
أوقاف فرنسا	النعجة	شخصية قائمة، وهي أيضاً القائد الطبيعي لقصص الأضحية.

يتقدّم كل شريك بحيوانه، وتظهر الشخصيات كلها معاً في مشهد عائلي مشترك. فيمنح ذلك كل شريك اعتزازاً محلياً، ويمنح الأوقاف النيوزيلندية هوية واحدة مشتركة. ولا تظهر شعارات الشركاء وأسماؤهم إلا بموافقة خطية من كل شريك.

4.2 قواعد تصميم الطاقم

- تثبيت مظهر كل شخصية بورقة مرجعية (من الأمام والجانب، والألوان، والملابس) لتنتج أدوات الذكاء الاصطناعي الشخصية نفسها في كل حلقة.
- الصور المرجعية الست والثلاثون تصاميم مفاهيمية ثلاثية الأبعاد تثبّت مظهر كل شخصية. ويُقرَّر مع المستشارين الشرعيين للأوقاف النيوزيلندية هل تُستعمل الحلقات هذا الأسلوب أم نسخة مرسومة أبسط (القسم 5.1).
- حيوان الدولة دعوة للتعرف على تلك الدولة، لا بديل عن شعبها.
- مراجعة الأنواع بعناية لكل جمهور. فالكلاب يُنظر إليها نظرات مختلفة في المجتمعات المسلمة، لذا لا يُستعمل الكلب الوحيد في الطاقم (البرتغال) في حلقات الأضحية أو الحلقات الدينية دون مراجعة. والبومة نذير شؤم في بعض المعتقدات الشعبية العربية، وهي خرافة أبطلها النبي ﷺ بقوله «ولا هامة»، والبومة في طاقمنا حَكَمٌ حكيم عادل.
- لا رموز وطنية ولا شارات محمية على الملابس، والاكتفاء بشارة علم بسيطة.
- تُضاف شخصية لدولة جديدة حين تطلبها مؤسسة شريكة أو جالية هناك وتوافق على المشاركة في تصميمها.
- عدم تصوير الحيوانات بما يضلل في شأن بيولوجيا الماشية أو رفق الحيوان أو نتائج المزارع.

5 المنظور الإسلامي في الوسيلة نفسها

قبل مراجعة ما تقوله الحلقات، ينبغي للأوقاف النيوزيلندية أن تقر بأن العلماء مختلفون في الوسيلة نفسها. فعرض الرسوم المتحركة كأنها جائزة بالإجماع، أو تجاهل المسألة، يستدعي نقداً يمكن تجنبه.

5.1 تصوير ذوات الأرواح

تذكر دار الإفتاء المصرية الخلاف بين العلماء، وتأخذ بالجواز في رسم الإنسان والحيوان بضوابط في المحتوى (Dar al-Ifta al-Misriyyah, 2013a). ورأى الشيخ ابن باز تحريم رسم ذوات الأرواح مع استثناءات محدودة (Ibn Baz, n.d.-a). وقد تنقّل ناشرو كتب الأطفال الإسلامية في بريطانيا أنفسهم بين هذين الموقفين مع الزمن (Janson, 2012). لذلك ستعلن الأوقاف النيوزيلندية أسبابها بوضوح، وتطلب من مستشاريها الشرعيين مراجعة أسلوب الرسم قبل النشر، وتبقى نسخة ثنائية الأبعاد مبسطة لكل شخصية متاحة إن فضّلوها. والمسائل المعروضة على أهل العلم مفصّلة في الملحق ب.

5.2 الموسيقى والهوية الصوتية

تعدّ دار الإفتاء المصرية الآلات الموسيقية مسألة خلافية، وتأخذ بالجواز في حدود الأخلاق (Dar al-Ifta al-Misriyyah, 2013b). وأجاز الشيخ ابن باز الدف للنساء في الأعراس والأعياد، ومنع غيره من الآلات (Ibn Baz, n.d.-b). فاللحن القائم على

الدف يناسب بعض الجمهور دون بعض.

توصية. يُبنى التوقيع الصوتي للأوقاف النيوزيلندية من إيقاع بلا كلمات يصدر عن الصوت البشري والإيقاع الجسدي (التصفيق والخطوات والهمهمة). فيمنح ذلك صوتاً مميزاً يتعرف عليه الناس ويقبله أوسع جمهور مسلم. ويُطلب عملاً أصلياً تملكه الأوقاف النيوزيلندية، ولا تُستعمل أبداً موسيقى شائعة مستعارة.

6 مساران للتواصل، وهوية واحدة

المسار	ما ينبغي أن يفهمه الجمهور	الدعوة إلى الفعل
التثقيف بالأضحية (من 2027)	الشعيرة، ورعاية الحيوان، وحسن الانتفاع بكل جزء، والمشاركة مع المحتاجين، وأسئلة البحث في القيمة غير المستغلة	اعرف المزيد؛ اطلب أضحيتك عبر الجهة الوقفية الشريكة في بلدك
التثقيف بالوقف (الآن)	ما الوقف، وتاريخه، ولماذا انتقلت الأوقاف النيوزيلندية من الصكوك إلى الوحدات (الحلقة 3)	اقرأ الورقة المنشورة؛ أرسل ملاحظاتك
الوقف الذكي (بعد المنتدى)	مؤجل حتى يصدر قرار المنتدى الثاني عشر وتكتمل المراجعة القانونية في كل دولة	لا شيء حتى ذلك الحين

الأضحية عبادة لها أحكامها، والوقف الذكي نموذج مؤسسي مقترح. ولا يجوز أن توحي الحلقات أبداً بأن شراء وحدة هو أضحية بحد ذاته، أو أن أي مشاركة مضمونة النتيجة مالياً أو دينياً. وحين تأتي حلقات شرح الوقف الذكي، ستستعمل أسلوباً بصرياً مستقلاً للكبار، وتكون عائلة الحيوانات راوية فقط.

7 الأخلاقيات والحياد السياسي

لا تُستعمل شخصيات عائلة أوقاف للحيوانات إلا لأغراض تتفق مع أخلاقيات الأوقاف النيوزيلندية وقيمها. فلا تتخذ مواقف في السياسة أو الانتخابات أو النزاعات أو القضايا العامة الخلافية، ولا تُرخَّص أو تُعار لمثل ذلك، ولا تظهر في محتوى يسخر من أي مجتمع أو دين أو أمة. وتلتزم الجهات الوقفية الشريكة التي تستعمل الشخصيات بالقاعدة نفسها كتابةً.

ولهذا أهميته، لأن الشخصيات الحيوانية تُستعمل فعلاً في الرسائل السياسية على الإنترنت. والحيوان الوطني قد يُقرأ بسهولة رمزاً سياسياً، وأي ارتباط من هذا النوع يضر بمكانة الأوقاف النيوزيلندية الخيرية وبالترحيب بها بين المجتمعات.

8 حملة الأضاحي 2027

8.1 من يستقبل الطلبات والمدفوعات

السوق	الجهة المستقبِلة	نقاط تُؤكَّد قبل الإطلاق
نيوزيلندا وأستراليا	الأوقاف النيوزيلندية (يدفع العملاء الأستراليون إلى الحساب المصرفي النيوزيلندي)	تحديث عبارة الموقع بأن الأوقاف النيوزيلندية لا تجمع تبرعات عامة؛ والتحقق من قواعد جمع التبرعات في الولايات الأسترالية (ACNC, n.d.; NSW Government, 2026)
كندا	مؤسسة الأوقاف الكندية: خمسة أقساط شهرية بتحويل مصرفي إلى حسابها الكندي، تُدار في سجل طلبات على جداول Google عبر برنامج Google for Nonprofits. الذبح في كندا أولاً، ونيوزيلندا أو أستراليا بديلاً.	الشروط والأحكام؛ ومعاملة وكالة الإيرادات الكندية، إذ ثمن الأضحية ليس تبرعاً (CRA, 2012)؛ واتفاق مشروع مستقل لأي ذبح خارج كندا؛ وحظر كيبيك للإعلان التجاري الموجه لمن دون الثالثة عشرة (OPC Québec, n.d.)
الاتحاد الأوروبي	أوقاف فرنسا وأوقاف فنلندا، بحسابات مصرفية أوروبية	لا يبدأ إلا بعد تأسيس كل جهة؛ وقواعد الإعلان للأطفال في فرنسا (ARPP, 2025)؛ وقواعد الاتحاد الأوروبي بشأن القاصرين (European Parliament & Council, 2010)

يوجَّه الترويج للأضحية إلى الكبار. وتعلّم حلقات الأطفال القيم، ولا تطلب أبداً من الأطفال إقناع والديهم بالشراء، وهو ما تحظره مدونات الإعلان في نيوزيلندا وأستراليا وفرنسا والاتحاد الأوروبي (ASA, 2024; AANA, 2023; ARPP, 2025; European Parliament & Council, 2010).

وحين تدير جهات شريكة عدة حملة واحدة مشتركة، فإن معياري الحوكمة الصادرين عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (أيوفي) في التمويل الجماعي الإسلامي والتمويل المجمّع مرجعان مفيدان في الأدوار والإفصاح وتعارض المصالح (AAOIFI, n.d.-a, n.d.-b). والاستشهاد بهما لا يعني أن الحملة ملتزمة بهما.

8.2 تقويم الحملة

يُتوقع أن يكون عيد الأضحى 2027 في منتصف مايو 2027 تقريباً، بحسب رؤية الهلال.

متى	المحتوى
من يناير 2027 (كندا)	فتح الطلبات مع أول الأقساط الشهرية الخمسة؛ وتتلقى الأسر تحديثات تلقائية من سجل الطلبات
قبل العيد بستة أسابيع	تعرّف على العائلة: تعريف من خمس عشرة ثانية لكل شخصية قائدة، يُنشر واحد كل يوم
العشر الأوائل من ذي الحجة	عشر حلقات من ستين ثانية، قيمة كل يوم (النية، ورعاية الحيوان، والانتفاع بكل جزء، والمشاركة مع الجيران والفقراء). ويحيل المشهد الأخير إلى صفحة الأضاحي لدى كل شريك.
بعد العيد	ماذا حدث لأضحيتك: التوزيع والانتفاع بالجلود والصوف، لبناء الثقة للعام التالي

9 منظومة العلامة والاستعمالات المبتكرة

9.1 التوقيع الصوتي

شعار صوتي من ثلاث إلى خمس ثوانٍ في بداية كل حلقة ونهايتها، مع إيقاع خلفي أطول مبني على النمط نفسه، كما في القسم 5.2.

9.2 حزمة ملصقات واتساب

تتواصل الأسر المسلمة في الغرب كثيراً عبر مجموعات واتساب. وحزمة ملصقات مجانية للشخصيات، بتهاني العيد بالعربية والإنجليزية والفرنسية والفنلندية، تنشر التعرّف عبر آلاف المجموعات العائلية بكلفة تكاد تكون معدومة.

9.3 المعارض التراثية المتنقلة

لافتات قائمة لكل شخصية مع رمز QR يحيل إلى حلقتها بلغة الزائر، وجواز سفر عائلي للأطفال يُختم عند كل شخصية، وأوراق تلوين، ولوحة للتصوير. والصور العائلية التي تُنشر تمدّ أثر المعرض.

9.4 المنتجات

قمصان وأكواب ودمى محشوة تُباع عبر كل جهة وقفية شريكة مع بيان الغرض، بعد تسجيل العلامات التجارية (القسم 11.3).

9.5 المدارس والمساجد

حقيبة تعليمية مجانية لمدارس نهاية الأسبوع الإسلامية: حلقة، وورقة نقاش، ونشاط قصير عن ترك الإسراف. والمواد الجيدة بالإنجليزية والفرنسية نادرة في هذا القطاع، وهي تبني تعرّفاً دائماً.

9.6 مسار الإنتاج بالذكاء الاصطناعي

النص، فاللوحات المصورة، فالتحريك والصوت بالذكاء الاصطناعي، ثم المراجعة البشرية للدقة الشرعية واللغة والامتثال القانوني، ثم النشر. وتُذكر أدوات الذكاء الاصطناعي المستعملة في وصف كل فيديو، وفق سياسة الأوقاف النيوزيلندية المنشورة في الذكاء الاصطناعي.

9.7 استعمال مستقبلي: الألعاب التعليمية

يمكن أن تصبح الشخصيات لاحقاً ألعاباً تعليمية بسيطة، مثل إدارة مزرعة بلا هدر. وتلتزم أي لعبة بقاعدة الأخلاق والحياد نفسها (القسم 7)، وتحمي خصوصية الأطفال (FTC, 2025; Privacy Act 2020)، ولا تتضمن مشتريات داخل اللعبة موجهة للأطفال، ولا عناصر شبيهة بالمقامرة كالصناديق العشوائية المدفوعة.

10 تصميم البحث

10.1 الفرضيات

- H1: الشخصية الحيوانية المتكررة تزيد التعرّف التلقائي على الأوقاف النيوزيلندية بعد التعرض المتكرر.
- H2: بعد التكييف، تُحدث الحلقة نفسها فهماً متقارباً بالإنجليزية والعربية والفرنسية والفنلندية.
- H3: الحلقة التي تقودها شخصية تحسّن فهم مفهوم وقفي غير مألوف مقارنةً بالنص وحده.
- H4: يميّز المشاهدون المحتوى التعليمي من الدعوة إلى المشاركة المالية.
- H5: إعادة استعمال أصول الشخصيات تقلل وقت الإنتاج لكل لغة إضافية.
- H6: إضافة جسر إلى الواقع في نهاية قصة الحيوانات تزيد نية الأطفال للعمل بالقيمة (Larsen et al., 2018) اختباراً لتحذير.

10.2 منهج الدراسة

- المقارنة: النص نفسه رسوماً متحركة، ونصاً فقط، ومقدّماً بشرياً، مع توزيع المشاهدين عشوائياً على نسخة واحدة.
- العينات: مجموعات من الكبار والأسر في نيوزيلندا أولاً، ثم كندا وفنلندا، ويُحدد العدد مع شريك جامعي.

- المقاييس: الفهم بعد المشاهدة مباشرة وبعد أسبوعين، والتعرّف على العلامة، والصدق والثقة المدركان، ودقة الترجمة، والكلفة لكل مشاهدة مكتملة، وأي فهم خاطئ.
- خط الأساس: إحصاءات قناة الأوقاف النيوزيلندية على يوتيوب قبل التجربة.
- الأخلاقيات: موافقة لجنة أخلاقيات جامعية، وموافقة الوالدين لأي مشارك دون السادسة عشرة.
- لا تُقرأ أرقام التفاعل دليلاً على الأثر الخيري أو الالتزام الشرعي.

11 الضمانات

11.1 محتوى الأطفال والخصوصية

يشترط يوتيوب تحديد جمهور كل فيديو بدقة، وتفقد الفيديوهات الموجهة للأطفال التعليقات وشاشات النهاية والإعلانات المخصصة (YouTube, n.d.-a, n.d.-b). لذلك تُنشر حلقات الأطفال ومحتوى الأضحية أو الوقف للكبار في قوائم تشغيل أو قنوات منفصلة. وأي مسابقة أو اختبار أو قائمة بريدية يشارك فيها أطفال يجب أن تفي بقانون الخصوصية النيوزيلندي (Privacy Act 2020, s 22; Office of the Privacy Commissioner, 2026)، وبقاعدة COPPA المعدلة لأي جمهور في الولايات المتحدة (Federal Trade Commission, 2025). وتشمل مدونات الإعلان في نيوزيلندا وأستراليا وكندا صراحةً الشخصيات الكرتونية والحيوانية (ASA, 2024; AANA, 2023; Ad Standards, n.d.).

11.2 الدقة والصياغة

- استعمال مصطلحات دقيقة: مقترح، قيد الدراسة، استكشافي، مختبر باستقلال، نسخة سابقة معتمدة، ومعتمد فقط حيث تدعم الأدلة ذلك.
- مراجعة شرعية متخصصة لكل محتوى ديني، ومنه أحكام الأضحية والتمييز بين الوقف النقدي المؤقت والقرض الحسن.
- مراجعة قانونية قبل أي إعلان في بلد جديد؛ فإتاحة المنصة ليست موافقة تنظيمية.
- عدم تقديم برنامج Google for Nonprofits أو أدوات الذكاء الاصطناعي أو سير العمل الرقمي على أنها حفظ للأموال أو ضمانات أو موافقة قانونية.
- مراجعة متحدث أصلي لكل نص وصوت بمساعدة الذكاء الاصطناعي، ومنها نطق المصطلحات الإسلامية.
- ترجمة نصية ونصوص مكتوبة لكل حلقة.

11.3 الملكية الفكرية

في الولايات المتحدة قد لا تحظى الصور المولدة بالذكاء الاصطناعي وحده بحماية حق المؤلف دون إسهام بشري كافٍ (US Copyright Office, 2023, 2025). ويعامل قانونا نيوزيلندا والمملكة المتحدة الأعمال المولدة حاسوبياً معاملة مختلفة (Copyright Act 1994, s 5(2)(a); Copyright, Designs and Patents Act 1988, s 9(3); DSIT et al., 2026). لذلك

ينبغي للأوقاف النيوزيلندية أن تحفظ سجلات قرارات التصميم البشرية وراء كل شخصية، وأن تسجّل اسم «عائلة أوقاف للحيوانات» والشخصيات القائدة علاماتٍ تجارية لدى مكتب الملكية الفكرية النيوزيلندي قبل إنتاج المنتجات، مع مد الحماية إلى كندا وأستراليا والاتحاد الأوروبي عبر نظام مدريد (IPONZ, n.d.-a, n.d.-b).

12 التنفيذ المرحلي لعام 2027

المرحلة	المُخرَج	بوابة القرار
أ. الهوية (أواخر 2026)	أوراق مرجعية للصور الست والثلاثين (أُنجزت)، وقواعد التحرير والحياد، والتوقيع الصوتي	موافقة مجلس الأمناء؛ وتقديم طلبات العلامات التجارية
ب. التجربة (أوائل 2027)	ثلاث حلقات (القسم 13) بالإنجليزية والعربية	مراجعة شرعية وقانونية وللمحتوى
ج. الاختبار (أوائل 2027)	دراسة للمشاهدين مع شريك جامعي	بلوغ عتبات الفهم والترجمة
د. أضاحي 2027	حملة مع مؤسسة الأوقاف الكندية في كندا، والأوقاف النيوزيلندية في نيوزيلندا وأستراليا	توقيع اتفاقات الشركاء؛ وحسم النقاط القانونية في 8.1
هـ. التقييم (منتصف 2027)	تقرير عن التعرّف والتعلّم والكلفة والملاحظات	الاستمرار أو التعديل أو التوقف بناءً على الأدلة
و. التوسع (من 2027)	نسخ فرنسية وفنلندية، ومعارض، وحقيبة مدارس، ومنتجات	تأسيس الشركاء؛ وتسجيل العلامات التجارية

13 الحلقات التجريبية

الحلقة 1: تعرّف على عائلة أوقاف للحيوانات

تعريف ودود بالشخصيات وبقيم الاستخلاف والكرم والتعلّم. ويرسّخ المشهد الأخير هوية الأوقاف النيوزيلندية وتوقيعها الصوتي، ولا يطلب من المشاهدين شيئاً. الجمهور: الأسر.

الحلقة 2: حيوان واحد ومسؤوليات كثيرة

ترشد النعجة المشاهدين إلى رعاية الحيوان، ومعنى الأضحية، وكيف يُحسن الانتفاع بكل جزء مباح. وتفصل بين الممارسة المستقرة وأسئلة البحث، وتنتهي بمشهد واقعي قصير لأسرة تقتسم لحم الأضحية مع جيرانها. الجمهور: الأسر.

الحلقة 3: من صكوك الأوقاف إلى وحدات الأوقاف

حلقة وثائقية للكبار، تكون فيها عائلة الحيوانات راوية فقط، تحكي قصة قرار: الإجازة العامة عام 2016 من تسعة علماء لهيكل صيغ في صورة صكوك؛ ولماذا لم تمض فيه الأوقاف النيوزيلندية (الكلفة والوقت والتعقيد، وأداة غير مألوفة للمسلم العادي في الغرب)؛ والتحول إلى وحدة مشاركة بسيطة (Benyounis, 2026b). ولا تعرض مبالغ أو شروطاً أو عوائد للوحدات. وتنتهي بأن المسألة الفقهية معروضة على المنتدى الثاني عشر، وأنه لا يوجد أي طرح في أي بلد، مع المعرّف الرقمي للورقة. والدعوة الوحيدة هي قراءة الورقة.

14 التوصيات

التموضع الموصى به: عائلة حيوانات واحدة يُتعرف عليها، ولغات كثيرة، ورسالة واحدة في الاستخلاف الخيري المسؤول. وينبغي التعامل مع الرسوم المتحركة أصلاً مؤسسياً طويل الأمد، لا بديلاً عن الإفصاح القانوني ولا حملة إعلانية قصيرة.

- اعتماد الأوراق المرجعية للشخصيات، وقواعد التحرير والحياد السياسي، والتوقيع الصوتي القائم على الصوت والإيقاع الجسدي.
- اعتماد الصور المرجعية الست والثلاثين، والكيوي مضيفاً، والكنغر والقندس والرنة والنعجة شخصياتٍ قائدة للشركاء.
- تقديم طلبات العلامات التجارية قبل المنتجات.
- إنتاج الحلقات التجريبية الثلاث واختبارها مع شريك جامعي قبل حملة أضاحي 2027.
- عرض المسائل الشرعية في الملحق ب على أهل العلم قبل النشر.
- إبقاء محتوى الوقف الذكي منفصلاً ومؤجلاً حتى قرار المنتدى الثاني عشر والمراجعة القانونية.

حدود الورقة

هذه ورقة عمل استراتيجية مبنية على الأهداف المعلنة للأوقاف النيوزيلندية وتصاميم شخصياتها والمصادر المذكورة. وليست مراجعة منهجية للأدبيات، ولا تقييماً تجريبياً، ولا رأياً قانونياً، ولا فتوى شرعية. وادعاءات الفاعلية وانخفاض الكلفة تحتاج إلى اختبار. ولم يزكِّ هذا البرنامج أي شريك أو جامعة أو عالم ذُكر أو أُشير إليه في الورقة. والنقاط القانونية مطروحة للاستشارة المهنية وليست محسومة.

المراجع

1. Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions. (n.d.-a). Governance Standard (GS) 14: Islamic crowdfunding governance. AAOIFI.
2. Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions. (n.d.-b). Governance Standard (GS) 15: Syndicated financing. AAOIFI.
3. Ad Standards. (n.d.). The broadcast code for advertising to children. Ad Standards Canada.
4. Advertising Standards Authority. (2024). Children's advertising code. ASA New Zealand.
5. Al-Sahafi, M. (2015). The role of Arab fathers in heritage language maintenance in New Zealand. International Journal of English Linguistics, 5(1), 73–83. https://doi.org/10.5539/ijel.v5n1p73
6. ARPP – Autorité de régulation professionnelle de la publicité. (2025). Recommandation Enfant (version of 21 May 2025).
7. Australian Association of National Advertisers. (2023). Children's advertising code.
8. Australian Charities and Not-for-profits Commission. (n.d.). Fundraising hub. ACNC.
9. Benyounis, H. (2026a). From charitable waste to sustainable wellbeing: A research framework for unused Qurbani value and a proposed "Smart Waqf Fund" model (Version 1.0). Awqaf New Zealand. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.23874278
10. Benyounis, H. (2026b). From Awqaf Sukuk to Awqaf Units: Instrument choice and accessible participation in Awqaf New Zealand's proposed Cash Waqf model (Version 2.0). Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.23634738
11. Berney, S., & Bétrancourt, M. (2016). Does animation enhance learning? A meta-analysis. Computers & Education, 101, 150–167. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.06.005
12. Calvert, S. L., Richards, M. N., & Kent, C. C. (2014). Personalized interactive characters for toddlers' learning of seriation from a video presentation. Journal of Applied Developmental Psychology, 35(3), 148–155. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2014.03.004
13. Canada Revenue Agency. (2012). Fundraising by registered charities (Guidance CG-013).
14. Copyright Act 1994 (NZ), s 5(2)(a).
15. Copyright, Designs and Patents Act 1988 (UK), s 9(3).
16. Dar al-Ifta al-Misriyyah. (2013a, 25 July). What is the Islamic ruling on photography and drawing humans? [Fatwa]. dar-alifta.org
17. Dar al-Ifta al-Misriyyah. (2013b, 22 December). Musical instruments in Islam [Fatwa]. dar-alifta.org
18. Department for Science, Innovation and Technology, Department for Culture, Media and Sport, & Intellectual Property Office. (2026, 18 March). Report on copyright and artificial intelligence. GOV.UK.
19. Diyanet TV. (n.d.). Yusuf'un Dünyası [Yusuf's world] [Animated series]. Retrieved 2 November 2026, from https://www.diyanet.tv/yusufun-dunyasi
20. European Parliament & Council of the European Union. (2010). Directive 2010/13/EU (Audiovisual Media Services Directive), as amended, art. 9(1)(g).
21. Federal Trade Commission. (2025). Children's Online Privacy Protection Rule, 16 C.F.R. Part 312. Federal Register, 90, 16918–16989.

22. Folse, J. A. G., Netemeyer, R. G., & Burton, S. (2012). Spokescharacters: How the personality traits of sincerity, excitement, and competence help to build equity. Journal of Advertising, 41(1), 17–32. https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367410102

23. FramedKeys. (2020, 16 February). Alkhabeer Waqf: Animation videos [2019] [Project portfolio]. Behance.

24. Garretson, J. A., & Niedrich, R. W. (2004). Spokes-characters: Creating character trust and positive brand attitudes. Journal of Advertising, 33(2), 25–36. https://doi.org/10.1080/00913367.2004.10639159

25. Höffler, T. N., & Leutner, D. (2007). Instructional animation versus static pictures: A meta-analysis. Learning and Instruction, 17(6), 722–738. https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2007.09.013

26. Ibn Baz, A. (n.d.-a). Ḥukm al-rasm wa-al-taṣwīr [Ruling on drawing and image-making] [Fatwa]. binbaz.org.sa

27. Ibn Baz, A. (n.d.-b). Jawāz ḍarb al-duff li-al-nisāʾ fī al-zawāj [Permissibility of women playing the daf at weddings]. In Majmūʿ fatāwā wa-maqālāt mutanawwiʿa (Vol. 21, p. 178). binbaz.org.sa

28. Intellectual Property Office of New Zealand. (n.d.-a). Introduction to the Trade Marks Act 2002. IPONZ.

29. Intellectual Property Office of New Zealand. (n.d.-b). International trade marks. IPONZ.

30. Iqbal, M. M., & Liddicoat, A. J. (2026). Between heritage and the here-and-now: Bangladeshi children's multilingual ideologies in the UK. International Journal of Bilingual Education and Bilingualism, 29(9), 1306–1326. https://doi.org/10.1080/13670050.2026.2713453

31. Jamal, A., Yaccob, A., Bartikowski, B., & Slater, S. (2019). Motivations to donate: Exploring the role of religiousness in charitable donations. Journal of Business Research, 103, 319–327. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.064

32. Jamil, S. (2023). [Thesis on the production of the Serial Animasi Zakat Wakaf; full title to be confirmed]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta repository.

33. Janson, T. (2012). Imaging Islamic identity: Negotiated norms of representation in Euro-Muslim picture books. Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East, 32(2), 323–338.

34. Kabir, N. A. (2010). Young British Muslims: Identity, culture, politics and the media. Edinburgh University Press.

35. Kuwait Awqaf Public Foundation. (n.d.). Qutoof Al Khair [Interactive stories platform]. Retrieved 2 November 2026, from https://qutoof.awqaf.org.kw/

36. Larsen, N. E., Lee, K., & Ganea, P. A. (2018). Do storybooks with anthropomorphized animal characters promote prosocial behaviors in young children? Developmental Science, 21(3), e12590. https://doi.org/10.1111/desc.12590

37. Lazismu. (2024, 10 June). Lenggang Samu dan Domu bahagiakan sesama di Car Free Day [Samu and Domu bring happiness to others at Car Free Day]. https://lazismu.org/2024/06/10/lenggang-samu-dan-domu-bahagiakan-sesama-di-car-free-day/

38. Mares, M.-L., & Pan, Z. (2013). Effects of Sesame Street: A meta-analysis of children's learning in 15 countries. Journal of Applied Developmental Psychology, 34(3), 140–151. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2013.01.001

39. Mayer, R. E. (2021). Multimedia learning (3rd ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781316941355

40. Mohd Aris, S., Musa, H., Harun, F., Harun, N. H., Ismail, F. A., & Sahari, N. H. (2023). Implementation of Islamic philanthropic culture among children through animated stories: A study on Upin and Ipin

animation. Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies, 30(2), 164–175.

41. NSW Government. (2026). Authority to fundraise in NSW: Charitable fundraising guidelines.
42. Office de la protection du consommateur. (n.d.). Advertising directed at children under 13 years of age: Guide to the application of sections 248 and 249. Gouvernement du Québec.
43. Office of the Privacy Commissioner. (2026). Children's privacy guidance for the education sector. privacy.org.nz
44. Privacy Act 2020 (NZ), s 22 (information privacy principle 4).
45. Rissanen, I. (2012). How Finnish Muslim students perceive and deal with religious and cultural difference: Negotiating religious tradition with modern liberal and postmodern ideals. Education Research International, 2012, Article 978317. https://doi.org/10.1155/2012/978317
46. US Copyright Office. (2023). Copyright registration guidance: Works containing material generated by artificial intelligence. Federal Register, 88, 16190–16194.
47. US Copyright Office. (2025). Copyright and artificial intelligence, Part 2: Copyrightability.
48. Utami, S. P., & Harianto, Y. A. (2021). Da'wa critical discourse analysis in the Omar and Hana cartoon film on Alalala Raju episode. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 15(1). https://doi.org/10.24090/komunika.v15i1.4493
49. YouTube. (n.d.-a). Determining if your content is "made for kids". YouTube Help.
50. YouTube. (n.d.-b). Set your channel or video's audience. YouTube Help.

أعدّت الأوقاف النيوزيلندية هذه الورقة بمساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي (من Gemini وOpenAI، وChatGPT من Anthropic، وClaude من Google) في الصياغة والترجمة والتحقق من المصادر. والمسؤولية عن مضمونها على الأوقاف النيوزيلندية وحدها.

الملحق أ ممثلو الدول الستة والثلاثون

صور مرجعية، نوفمبر 2026. تتبع الأرقام أسماء الملفات في مكتبة الشخصيات. والأدوار تصف دور كل شخصية في القصص، لا صفات الشعوب.



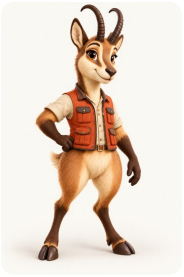
٠١ نيوزيلندا
الكيوي
المضيف: مستكشف فضولي يلاحظ الموارد غير المستغلّة



٠٢ أستراليا
الكنغر وصغيره
المبادرة والعمل الجماعي ورعاية الأسرة



٠٣ كندا
القندس
البناء والتعاون العملي



٠٤ النمسا
الشامواه
الموائل الجبلية والاستخدام الحريص للموارد



٠٥ بلجيكا
حصان الجرّ
الجهد الصبور في المهام المشتركة



٠٦ بلغاريا
القنفذ
الأسئلة المتأنية والانتباه للتفاصيل



٠٧ كرواتيا
البومة النسارية
الحَكَم العادل الذي يزن الأدلة



٠٨ قبرص
الموفلون (الضأن البري)
احترام موائل الحياة البرية



٠٩ التشيك
السنجاب الأحمر
تنظيم الموارد والتخطيط المسبق



١٠ الدنمارك
البجعة
الحوار الهادئ ورعاية المجاري المائية



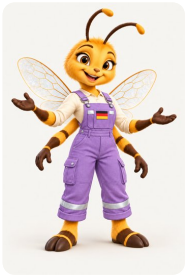
١١ إستونيا
الذئب
الإصغاء والتعاون



١٢ فنلندا
الرنة
الشمول والرفاه المشترك



١٣ فرنسا
النعجة
القيادة في المزرعة وتعلّم الألبان والرعاية



١٤ ألمانيا
النحلة
التلقيح والعمل المنتج



١٥ اليونان
السلحفاة البحرية
الموائل البحرية والاستخدام الواعي



١٦ المجر
الصقر الحرّ
مراقب الحقول والمراعي



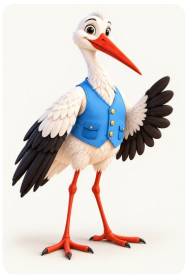
١٧ أيرلندا
البفن (طائر بحري)
التساؤل والموائل الساحلية



١٨ إيطاليا
الحمار
الصبر ومساعدة الجيران



١٩ لاتفيا
الدعسوقة
رعاية المخلوقات الصغيرة



٢٠ ليتوانيا
اللقلق الأبيض
الرحلات الموسمية والموائل المشتركة



٢١ لوكسمبورغ
الزغبة
مساعدة الأهدأ على المشاركة



٢٢ مالطا
الماعز المالطي
تعلّم الألبان والرعاية اللطيفة



٢٣ هولندا
بقرة الهولشتاين
تربية الألبان والإنتاج المسؤول



٢٤ بولندا
البيسون الأوروبي
العمل الجماعي الثابت ورعاية الغابات



٢٥ البرتغال
كلب الماء البرتغالي
استكشاف المياه والعمل معاً



٢٦ رومانيا
الدب البني
الدعم الصبور ورعاية الغابات



٢٧ سنغافورة
ثعلب الماء
المجاري المائية والتعاون الأسري



٢٨ سلوفاكيا
الوشق
الملاحظة الدقيقة



٢٩ سلوفينيا
الأرنب البري
مساعد الحديقة والمشتل



٣٠ إسبانيا
الحصان الأندلسي
الثقة والتشجيع



٣١ السويد
الموظ
التعلّم في الغابة والموارد المشتركة



٣٢ المملكة المتحدة
الثعلبة الطبيبة البيطرية
صحة الحيوان ورفاهه



٣٣ الولايات المتحدة
النسر الأصلع
تخطيط المزرعة ورؤية الصلة بين أجزائها



٣٤ آيسلندا
الثعلب القطبي
التكيّف وحسن استغلال الموارد الشحيحة



٣٥ النرويج
قط الغابة النرويجي
اللطف والرفق بالحيوان



٣٦ سويسرا
المرموط الألبي
اليقظة والاستعداد المسبق

الملحق ب مسائل شرعية للاستشارة

عُرضت هذه المسائل على منتدى الاقتصاد الإسلامي في نوفمبر 2026 للنقاش العلمي المفتوح. وهي استشارة لا طلب تزكية، ويُرجى أن يجيب كلٌّ في حدود اختصاصه مع ذكر الدليل والمذهب وأوجه الخلاف. ويمضي المشروع التربوي مستقلاً عن ترتيبات الأضحية، ونرحب بأي مسألة لم تُذكر.

أولاً: الوسيلة (الرسوم المتحركة والصوت)

١ رسم ذوات الأرواح وتحريكها

ما حكم إنتاج رسوم متحركة لحيوانات بأسلوب ثلاثي الأبعاد قريب من الواقع، كالصور المرفقة؟ وهل يُشترط الأسلوب الثنائي الأبعاد المبسّط ليكون أقرب إلى الجواز؟

٢ أنسنة الحيوانات

ما حكم تصوير الحيوانات تتكلم وتلبس الملابس وتقوم بأدوار بشرية (طبيبة بيطرية، مزارعة، حَكَم عادل) في قصص تعليمية متخيَّلة؟

٣ الهوية الصوتية

نقترح إيقاعاً بلا كلمات ولا آلات موسيقية، مكوّناً من الصوت البشري والتصفيق والخطوات والهمهمة. فهل هذا جائز؟ وهل يجوز استعمال الدف في خلفية الحلقات؟

٤ أصوات الرواة

ما الضوابط في استعمال أصوات النساء في التعليق والأداء الصوتي، ومنها الأصوات المولَّدة بالذكاء الاصطناعي؟

٥ المنتجات والألعاب

ما حكم بيع الدمى والألعاب المحشوّة على صور هذه الحيوانات؟ وما حكم تحويل الشخصيات إلى ألعاب إلكترونية تعليمية خالية من الشراء داخل اللعبة ومن عناصر المقامرة؟

ثانياً: محتوى الأضحية

٦ النعجة شخصيةً محبوبة

النعجة هي الشخصية الرئيسة لقصص الأضحية. هل في جعل حيوانٍ من بهيمة الأنعام شخصيةً يتعلق بها الأطفال ثم الحديث عن ذبح جنسه محذورٌ شرعي أو تربوي؟ مع العلم أننا لا نعرض مشاهد الذبح.

ثالثاً: معاملات الأضحية (مؤسسة وقفية شريكة في كندا)

٧ **الدفع بالتقسيط**

يدفع المضحّي ثمن الأضحية على خمسة أقساط شهرية (من يناير إلى مايو)، ولا تُذبح الأضحية إلا بعد سداد الثمن كاملاً. فهل يصح ذلك؟ وما الحكم إذا توقف المضحّي عن السداد: هل تُرَدّ أقساطه، أم تُرحَّل إلى العام التالي، أم تُصرف صدقةً بإذنه؟

٨ **الوكالة بأجر**

تتولى المؤسسة شراء الأضحية وذبحها وتوزيعها وكالةً عن المضحّي، ويتضمن السعر هامشاً يُصرف في تنمية المجتمع المحلي. فهل يجوز ذلك إذا أُعلن للمضحّي بوضوح؟

٩ **الذبح في بلد آخر**

إذا تعذّر الذبح في كندا، فهل يجوز ذبح الأضحية في نيوزيلندا أو أستراليا؟ وبأي توقيت يُعتبر وقت الذبح: بتوقيت بلد المضحّي أم بلد الذبح؟ علماً أن العيد يبدأ في نيوزيلندا قبل كندا بنحو يوم.

١٠ **الطلبات المتأخرة وتعذّر التنفيذ**

إذا تعذّر ذبح أضحيةٍ مدفوعةٍ في أيام النحر لسببٍ خارج عن الإرادة، فما الواجب على المؤسسة؟

١١ **الدفع المسبق قبل تعيين الحيوان**

هل يصح أن يدفع المضحّي ثمن أضحيةٍ موصوفةٍ غير معيّنة، تُشترى وتُعيَّن لاحقاً قبل العيد؟

رابعاً: الأجزاء غير المستغلّة من الأضحية (أساس مشروع مؤشر استغلال الأضحية)

١٢ **الجلود والصوف والأحشاء والعظام**

هذه الأجزاء يُهدر أغلبها في الدول الغربية. ومع العلم بالنهي عن بيع شيء من الأضحية وعن إعطاء الجزّار أجرته منها، فما الطرق المشروعة للانتفاع بها؟ ومنها:

- أن يتصدق بها المضحّي على المؤسسة الخيرية، ثم تبيعها المؤسسة بعد تملّكها وتصرف ثمنها في وجوه الخير.
- أن يوكّل المضحّي المؤسسة مسبقاً في التصدق بها عنه.
- أن تُصنَّع (دبغ الجلود، غزل الصوف) ثم تُوزَّع أو تُوقَف.

١٣ **الربط بالوقف**

هل يجوز أن يُوجَّه ما تحصل عليه المؤسسة من هذه الأجزاء بعد تملّكها صدقةً، إلى وقفٍ يخدم الأغراض الخيرية نفسها؟

> **ملاحظة.** مسألة الوقف النقدي المؤقت والقرض الحسن معروضة حالياً على منتدى قضايا الوقف الفقهية الثاني عشر، ولن تُطرح أي وحدات وقفية قبل صدور قراره، لذا لا يُطلب الرأي فيها هنا.

للاستشهاد: Benyounis, H. (2026). One family, many languages (Version 1.0, Arabic edition). Awqaf New Zealand. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.23947126

© 2026 الأوقاف النيوزيلندية. مرخّصة بموجب CC BY-NC 4.0. ويُستثنى من الترخيص اسم الأوقاف النيوزيلندية وشعارها وشخصيات عائلة أوقاف للحيوانات.