



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المعهد العالي للدعوة والاحتساب

قسم الدعوة

جمعية أصول الدعوة وجهودها في الدعوة إلى الله

بمحة تكميلي لنيل درجة الماجستير

إعداد الباحث

باسل بن عبدالله الفوزان

إشراف

د. عبدالمحسن بن عثمان بن باز

عضو هيئة التدريس في قسم الدعوة

العام الجامعي

1444هـ

2022-2023م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أولاً: المقدمة وأهمية الموضوع

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا من يهده الله فلا مضل له ومن يضلل فلا هادي له وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمدا عبده ورسوله.

أما بعد: فإن لا يخفى على كل ذي علم وفهم وبصيرة في كتاب الله وسنة رسول الله صلى الله عليه وسلم أهمية وشرف الدعوة إلى الله وعظيم منزلتها عنده سبحانه، ولا غرو في ذلك فهي وظيفة الأنبياء والمرسلين ومن سار مسارهم وسلك نهجهم من العلماء والأولياء والأصفياء والمخلصين، وخير أسوة يتأسى به في هذا الباب هو نبينا محمد صلى الله عليه وسلم، فقام بالدعوة إلى الله خير قيام، وبعثه الله إلى أمة كانت تعبد الحجر والشجر والأوثان، فصبر على أذى قومه له حتى بلغ دين الله كما أراد الله، فكانت دعوته منهجا لكل داعية إلى قيام الساعة، قال تعالى: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا) (1). وقال تعالى (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (2)، وقد سلك من بعده صلى الله عليه وسلم أصحابه الذين حملوا لواء الإسلام ونشروا الدعوة للأنام فقاموا بها خير قيام فلا كان ولا يكون مثلهم، حتى اتسعت رقعة الإسلام مشرقا ومغربا، ودخل الناس في دين الله أفواجا، والناظر في كل حقبة من تلك الحقبة منذ صدر الإسلام الأول، يجد أن الوسائل والأساليب الدعوية لإيصال رسالة الإسلام وتبليغها للناس تختلف من مكان لمكان ومن زمان لآخر، فكان حريا بأهل الدعوة ممن تفقهوا في دين الله وحملوا على أعتاقهم تبليغ دين الله ونشره أن يستحدثوا من الأساليب والأساليب والمناهج والطرق ما يوصل رسالة الإسلام بأمثل طريق وأقوم سبيل لأقوامهم، منطلقين بذلك من الكتاب والسنة علما وعملا بما يتوافق مع احتياجات تلك الحقبة وذلك العصر، والمتأمل اليوم في هذه الأعصر المتأخرة التطور التقني الهائل والثورة المعلوماتية المتسعة والمتسارعة،

(1) سورة (الأحزاب / 21)

(2) سورة (يوسف / 108)

والأدوات والتقنيات التي لم يكن لها مثيل سابق منذ أن خلق الله هذه البسيطة، فضلا عن التطور المؤسسي المنظم على مختلف الأصعدة العلمية منها والأدبية، فأصبح الجميع كيانات كانوا أو أفراداً أو دول يتسارعون جميعاً في توظيف هذه التقنيات والأدوات والوسائل في جميع شؤونها لمواكبة الأحداث والوصول للتفوق والنجاح والتقدم، ولأجل ذلك كان حرياً بل واجبا على أهل الدعوة استثمار كل ما يمكن استثماره وتوظيف ما يمكن توظيفه من تلك الوسائل والتقنيات وفق منهج الكتاب والسنة لنشر الدعوة للعالم أجمع والعمل وفق منظمة متكاملة تحقق أضعاف ما يحققه العمل الفردي. ومنذ دخول عالم الإنترنت وثورة الاتصال الاجتماعي بين الناس في بحر الفضاء الرقمي، تسارعت كثير من الجهات لتوظيف هذه التقنيات لخدمة أهدافها، وجد أعداء الإسلام في الاستفادة من تلكم التقنيات لنشر أباطيلهم وبث الشبهات المشككة في دين الله وافتراء الكذب زورا وبهتانا على الإسلام وأهله ووصمهم بالتطرف والإرهاب وغير ذلك من الافتراءات المتكررة وكذا الإساءة للذات الإلهية سبحانه ونشر الإلحاد والإساءة كذلك لخير البشرية محمد بن عبدالله صلى الله عليه وسلم من خلال جهات ومراكز متعددة، فضلا عن الدعوة إلى الشذوذ والتمرد على الفطرة تدعمها منظمات ومؤسسات وكيانات منظمة والله المستعان، غير أن كثيرا من الجهات والمؤسسات الدعوية بفضل الله لا سيما في المملكة العربية السعودية قد سعت لاستثماره تلك التقنيات قدر الإمكان وتوظيفها لصالح الدعوة ونشر الإسلام، فكان سعيهم مشكورا ونرجو أن يكون عملهم مقبولا، مما كان له الأثر الواضح البين في نشر الإسلام والدعوة إليه بالحكمة والموعظة الحسنة والتصدي لكثير من الشبهات والأفكار الهدامة وتعليم الناس أصول الإسلام وأحكامه وشرعه، حتى غدا الإسلام اليوم رغم ما يحاك له من المكر والتزييف والتشويه أسرع الأديان انتشارا⁽³⁾، كل ذلك مصداقا وتحقيقا لبشارة النبي صلى الله عليه وسلم بقوله: (لَيَبْلُغَنَّ هَذَا الْأَمْرُ مَا بَلَغَ اللَّيْلُ وَالنَّهَارُ، وَلَا يَتْرِكُ اللَّهُ بَيْتَ مَدْرٍ وَلَا وَبَرَ إِلَّا أَدْخَلَهُ اللَّهُ هَذَا الدِّينَ، بَعِزِّ عَزِيزٍ أَوْ بَدُلِّ دَلِيلٍ، عِزًّا يُعِزُّ اللَّهُ بِهِ

(3) انظر موقع بيو للأبحاث <https://www.pewresearch.org>

الإسلام، وَذُلًّا يُدُلُّ اللَّهُ بِهِ الْكُفْرَ⁽⁴⁾ وَقَوْلِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (إِنَّ اللَّهَ زَوَى لِي الْأَرْضَ، فَرَأَيْتُ مَشَارِقَهَا وَمَغَارِبَهَا، وَإِنَّ أُمَّتِي سَيَبْلُغُ مُلْكُهَا مَا زُوِيَ لِي مِنْهَا، وَأُعْطِيتُ الْكَنْزَيْنِ الْأَحْمَرَ وَالْأَبْيَضَ)⁽⁵⁾.

ومن هذا المنطلق يتبين لنا أهمية العمل المؤسسي في توحيد وتكثيف الجهود وتكاملها في نشر الإسلام والدعوة إلى الله والتصدي لتلك الشبهات المثارة حول الإسلام، وتعظيم الفائدة في ذلك من خلال دراسة النماذج الناجحة والتي لها جهود في هذا الباب مع تحليل وتقويم عملها ومعرفة نقاط القوة والضعف فيها لتكون نموذجاً بعد ذلك يحتذى بها وتنتفع منها الكيانات والمؤسسات الأخرى في تقويم عملها بحول الله، وسوف يقف الباحث مع إحدى تلك الجهات الدعوية وهي جمعية أصول الدعوية وجعلته بعنوان: (جمعية أصول الدعوية وجهودها في الدعوة إلى الله) والذي يهدف البحث إلى دراسة جهود الجمعية المختلفة من حيث الفكرة والنشأة ومجالات عملها وأهدافها والأساليب والوسائل التي قامت بها مع تحليل نقاط القوة والضعف وتقويمها وجوانب التميز فيها عن غيرها ومدى مواكبتها للتقنيات الحديثة واستثمارها لنشر الإسلام والتعريف به ومعوقات العمل التي مرت بها الجمعية وسبل تفاديها مع الإشارة إلى أهمية العمل المؤسسي للجهات الدعوية مفهومه وأهميته ليكون البحث بإذن الله صدقة جارية تنتفع بها الجهات الدعوية الأخرى وكل من لديه اهتمام في تأسيس جمعيات وكيانات دعوية بحول الله تعالى، وتكمن أهمية الموضوع في النقاط الآتية:

1. إبراز دور الجمعيات الدعوية في الدعوة إلى الله عبر الوسائل الحديثة وجوانب التميز فيها واستشراف مستقبلها في ظل الثورة الرقمية المعاصرة.

(4) رواه أحمد (103/4) (16998)، والطبراني (58/2) (1280)، والحاكم (477/4)، والبيهقي (181/9) (19089). قال الهيثمي في ((مجمع الزوائد)) (17/6): رجاله رجال الصَّحِيح. وقال الألباني في ((تحذير الساجد)) (158): على شرط مسلم، وله شاهد على شرط مسلم أيضاً.

(5) رواه مسلم (2889)

2. تقويم وتحليل نقاط القوة والضعف لدى الجهات الدعوية لتقوم بواجبها في الدعوة إلى الله

3. أهمية العمل المؤسسي والجماعي في تقوية العمل الدعوي ونشره ليصل لكافة أصناف المدعوين.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب جعلت الباحث يختار هذا الموضوع وتعود لأمور تتعلق كذلك بأهمية الموضوع على النحو التالي:

1. رغبة الباحث في التعريف بجهود الجمعيات التي لها دور في الدعوة إلى الله نشر الإسلام والتي منها جمعية أصول.
2. التأكيد على أهمية العمل المؤسسي واستثمار العلوم الإدارية والتقنية وتوظيفها لنجاح العمل الدعوي.
3. الإسهام في وضع حلول ومقترحات للمعوقات التي قد تقف على أعمال الجمعيات الدعوية.
4. استشراف الواقع الدعوي وكيف لتلك الجمعيات التعامل مع التحديات المستقبلية وتوجيهها.
5. معرفة بعض الوسائل والأساليب التي من شأنها الإسهام في نشر الدعوة وتعظيم أثرها.
6. تهيئة وتقويم نموذج متكامل لدور الجمعية لتكون بيت خبرة ونموذج صالح تنتفع به كل الجهات ذات الصلة بعمل الجمعية ولتكون مدخلا مستقبلا لمركز التميز الدعوي تجمع فيها الخبرات والدروس المستفادة (DCOE)

ثالثاً: تساؤلات الدراسة

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن عدد من التساؤلات وهي:

1. ما مفهوم العمل المؤسسي وأنواعه؟
2. ما مشروعية العمل المؤسسي الدعوي؟
3. ما أهمية العمل المؤسسي الدعوي؟
4. متى نشأة جمعية أصول الدعوة، وما هي رؤيتها ورسالتها؟
5. ما أهداف الجمعية، ومجالات ووحدات عملها؟
6. ما ميزة مجالات عمل جمعية أصول في تحقيق رؤيتها ورسالتها؟
7. ما وسائل ویرامج جمعية أصول لتحقيق أهدافها الدعوية؟
8. من هم أصناف المستفيدين من خدمات جمعية أصول؟
9. ما معوقات العمل الدعوي في جمعية أصول وما سبل علاجها؟
10. ما هو استشراف مستقبل العمل الدعوي في جمعية أصول؟

رابعاً: الدراسات السابقة

بعد البحث لم يقف الباحث على رسالة مختصة عن جمعية أصول ومنهجياتها وأساليبها الدعوية واستشراف مستقبلها، وثمت رسائل تناولت شيئاً من المراكز والجمعيات والمكاتب الدعوية، ولم تتناول جمعية أصول، منها:

1- هيئات الإعجاز العلمي في القرآن والسنة وجهودها الدعوية: دراسة نقدية ميدانية، (رسالة دكتوراه) للباحث: سليمان بن محمد بن صالح المحيميد، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، عام 1435هـ.

2- الجهود الدعوية لمراكز الدعوة والإرشاد: دراسة وصفية ميدانية منطقة القصيم أنموذجاً للدراسة الفترة من 1414 هـ إلى 1430 هـ (رسالة ماجستير) للباحث: عجلان بن محمد بن عبدالله العجلان، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، عام 1432هـ.

3- الجهود الدعوية لمكاتب الإصلاح الأسرى بوزارة العدل وسبل تطويرها: دراسة دعوية ميدانية، (رسالة دكتوراه) للباحث: علي بن عبدالله بن حمد البدر، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، عام 1431هـ.

4- الجهود الدعوية لمركز تأهيل التائبين من تعاطي المخدرات: معوقاتها وسبل تطويرها: دراسة وصفية ميدانية، عبدالحميد عبدالكريم منشد الضفيري، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية، مجلد: 55، العدد: 198، (ص: 799 - 857)، صفر: 1443هـ.

5- الجهود الدعوية لحلقات تحفيظ القرآن الكريم ودورها في تحصين الطلاب من الغلو، عبدالله بن محمد عبدالمحسن المطوع، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد - وكالة المطبوعات والبحث العلمي، العدد: 12 (ص: 9-151)، ذوالقعدة: 1426هـ.

6- الجهود الدعوية لجمعيات التنمية الاجتماعية في السعودية ودورها في الدعوة: جمعية المودة نموذجاً، عفاف عبده إبراهيم حداد، مجلة العلوم الإسلامية الدولية، المجلد: 3، العدد: 4 (ص: 105-131)، ديسمبر: 2018م.

وليس في هذه الرسائل والبحوث ما يعارض موضوعي أو يشترك معه.

خامساً: منهج البحث

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج التحليلي التقويمي من خلال النظر في عمل الجمعية الدعوي ومدى تحقيق أهدافها ورؤيتها ورسالتها وأثر ذلك على العمل الدعوي وجوانب التميز بينها وبين الجمعيات الأخرى العامل في المجال ذاته والمعوقات والتحديات التي تواجهها الجمعية ومثيلاتها واستشراف مستقبلها في ظل الثورة الرقمية ثم استخلاص النتائج والتوصيات لمن يريد العمل في ذات المجال وتأسيس كيانات وجمعيات دعوية.

بالإضافة إلى اتباع الخطوات المنهجية في كتابة البحوث والرسائل العلمية وهي:

1. عزو الآيات القرآنية بذكر اسم السورة، ورقم الآية، مع كتابتها بالرسم العثماني.
2. تخريج الأحاديث النبوية، فإن كان الحديث في الصحيحين أو أحدهما اكتفيت بالعزو إليهما أو أحدهما، وما لم يكن فيهما أعزوه إلى مظانه في كتب السنة، مع ذكر كلام أهل العلم في بيان درجته.
3. عزو النقول إلى مصادرها حسب الطريقة المتبعة في البحث العلمي.
4. ترجمة الأعلام الذين لهم صلة مباشرة بالدراسة من غير المشهورين الوارد ذكرهم في ثنايا البحث، ترجمة موجزة.
5. بيان معنى الغريب من الألفاظ والكلمات الواردة في البحث.
6. التعريف بالأماكن والمواقع غير المشهورة.
7. الالتزام بعلامات الترقيم، وضبط ما يحتاج إلى ضبط.
8. الذيل البحث بفهارس علمية على النحو المبين في الخطة.

سادساً: تقسيمات البحث

يتكون البحث من مقدمة وتمهيد وخمسة فصول وخاتمة وفهارس على النحو التالي:
المقدمة وتشمل على:

- أهمية الموضوع
- أسباب اختيار الموضوع
- تساؤلات الدراسة
- الدراسات السابقة
- منهج البحث

التمهيد، وفيه: التعريف بالمصطلحات الواردة في عنوان البحث.

الفصل الأول: مفهوم ومشروعية العمل المؤسسي الدعوي وأهميته، وفيه ثلاث مباحث:

المبحث الأول: مفهوم العمل المؤسسي وأنواعه

المبحث الثاني: مشروعية العمل المؤسسي الدعوي

المبحث الثالث: أهمية العمل المؤسسي الدعوي

الفصل الثاني: نشأة جمعية أصول الدعوة، وأهدافها، ومجالات عملها، وفيه ستة مباحث:

المبحث الأول: نشأة جمعية أصول الدعوة، ورؤيتها ورسالتها.

المبحث الثاني: أهدافها، ومجالات ووحدات عملها

المبحث الثالث: ميزة مجالات عمل جمعية أصول في تحقيق رؤيتها ورسالتها.

المبحث الرابع: عوامل نجاح وتميُّز العمل الدعوي المؤسسي

الفصل الثالث: وسائل وبرامج جمعية أصول لتحقيق أهدافها الدعوية

المبحث الأول: وسائل وبرامج جمعية أصول في الجانب العلمي

المبحث الثاني: وسائل وبرامج جمعية أصول في الجانب الإداري والمالي.

المبحث الثالث: جوانب التطوير والتميز في إعداد وتنفيذ الوسائل والبرامج والمشاريع

في جمعية أصول الدعوة.

الفصل الرابع: أساليب جمعية أصول في عرض محتواها وبرامجها الدعوية.

المبحث الأول: أصناف المستفيدين من خدمات جمعية أصول

المبحث الثاني: نماذج تطبيقية من رعاية جمعية أصول لأصناف المستفيدين في محتواها

وبرامجها الدعوية.

الفصل الخامس: معوقات العمل الدعوي في جمعية أصول وسبل العلاج

المبحث الأول: أبرز جوانب الضعف والتحديات في عمل جمعية أصول.

المبحث الثاني: أبرز جوانب القوة والفرص في عمل جمعية أصول

المبحث الثالث: استشراف مستقبل العمل الدعوي في جمعية أصول.

الخاصة وتشمل:

أولاً: أهم النتائج

ثانياً: التوصيات

الفهارس وتشتمل على:

- فهرس الآيات القرآنية
- فهرس الأحاديث النبوية
- قائمة المصادر والمراجع
- فهرس الأشكال
- فهرس الجداول
- فهرس الموضوعات والمحتويات

الفصل الأول:

مفهوم ومشروعية العمل المؤسسي الدعوي وأهميته

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: مفهوم العمل المؤسسي وأنواعه

المبحث الثاني: مشروعية العمل المؤسسي الدعوي

المبحث الثالث: أهمية العمل المؤسسي الدعوي

المبحث الرابع: عوامل نجاح وتميُّز العمل الدعوي المؤسسي

الفصل الأول

المبحث الأول

مفهوم العمل الدعوي المؤسسي وأنواعه

يعد العمل المؤسسي اليوم ضرورة محلة في نجاح البرامج والمشاريع والأعمال وتطويرها واستمراريتها وتفوقها لاسيما في هذه الأعصر المتأخرة التي تطور فيها العلم على كافة الأصعدة الإدارية منها والعلمية، وحين النظر لكثير من الأخطاء والقصور في المنظمات على اختلاف مجالات وأنواع عملها يجد ممكن الخلل الأول هو في تطبيق العمل المؤسسي المتكامل في المنظمة وفق المناهج والطرق العلمية المعاصرة في علم الإدارة وما يعزها من علوم أخرى، ويزداد الأمر أهمية حيث تكون هذه المنظمة تعمل في المجال الدعوي، والذي يتطلب مزيدا من الاتقان والابتكار والعمل الجماعي المؤسسي حتى تصل الرسالة الدعوية إلى المستهدفين وتؤثر فيهم وتستمر وتدوم وتقاوم التحديات التي قد تقع في طريقها.

وقد تعددت طرائق التجديد في العمل المؤسسي وفق التوجهات الحديثة للإدارة والتي منها: إدارة الجودة الشاملة والأتمتة لإجراءات العمل، وإعادة هندسة نظم العمل الحديثة (الهندرة)، واستراتيجيات دورة حياة المنظمات والبناء المؤسسي واستثمار أدوات التقنية المعاصرة وتطبيقاتها كالذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي وغيرها كثير من الاستراتيجيات والمهارات والأدوات اللازمة للنجاح والتفوق، مما انعكس أثره على كثير من المؤسسات ازدهرا وتفوقا، وفي هذا الفصل نشير لمفهوم العمل الدعوي المؤسسي ومشروعته وأهميته لاسيما في الوقت الحاضر مع ذكر شيء من العوامل الرئيسة في نجاح العمل الدعوي.

ماهية المؤسسة:

"لقد حَظِيَ تعريف المؤسسة بجهود متعددة؛ فهو من المفاهيم الحديثة، فمصطلح "المؤسسة" - في حد ذاته - هو حديث النشأة، ويستوي في ذلك (المنظمة)، و (الجمعية)، و (الهيئة)، و (الرابطة) أيضاً بالمعنى الذي ينصرف إلى المؤسسة.

فتعرّف المؤسسة بالمفهوم الواسع بأنها: "شخصية اعتبارية لها كيانها المستقل عن إرادة الأفراد المكوّنين لها؛ من أجل تحقيق هدف محدد، وتدار بواسطة مجلس إدارة منتخب بواسطة الجمعية العامة للأعضاء".

فهي بنية مؤسسية، والعمل المؤسسي يقوم على مبدأ العمل الجماعي، فهي تُحيل إلى العمل داخل المجتمع، ومن خلاله".

والمؤسسة: "هي مُنشأة تؤسس لغرض معيّن، أو لمنفعة عامّة، ولديها من الموارد ما تمارس فيه هذه المنفعة؛ كدار المسنين، والسجن، ونحوهما، وهناك مؤسسات علمية ودستورية وخيرية، ومؤسسات الجامعة: ما يتبع لها من كليات ومعاهد ومكتبات ومراكز بحوث"⁽⁶⁾.

ويمكن تعريف المؤسسة بأنها: "عبارة عن مجموعة من الأفراد اجتمعوا مع بعضهم البعض، مع تفاوت درجاتهم العلمية والاجتماعية؛ ليعملوا بروح الفريق، وبطابع الاستمرارية، مع وجود هيكل تنظيمي ينظّم مهامهم؛ لتحقيق أهداف مرسومة وفُق إمكانيات متاحة". مع "وجود استراتيجيات عمل للمؤسسة تضمن من خلالها سير المنظمة بانتظام واستمرار على المدى الطويل".⁽⁷⁾

(6) عاطف عبدالواحد الجاك إدريس. دور المؤسسات الدعوية الإسلامية في التنمية البشرية: دراسة حالة منظمة الدعوة الإسلامية. [بحث مقدم لنيل درجة الماجستير - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .2015م]. (ص 41، 42).

(7) عبد العزيز العمري. مقالة بعنوان بين العمل الدعوي والفكر المؤسسي. [موقع مهارات الدعوة .dawahskills.com]

ماذا نقصد بالمؤسسة الدعوية؟

و"نقصد بالمؤسسة الدعوية كلَّ مؤسسة تحقِّق برامج الدعوة الإسلامية وأنشطتها، وتتَّفِق مع أهدافها، وتقوم على أساس الدعوة والإرشاد والنُّصح، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتجميع الناس واستيعابهم؛ ليكونوا صالحين مُصلِحين"⁽⁸⁾.

و "في الأصل أن دور المؤسسة الدعوية هو القيام بالواجب الدعوي التبليغي للإسلام، غير أنه توسَّع أداؤها ليشمل الجانب الخيري والسياسي، والاهتمام بمشاكل الأقليات المسلمة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية"⁽⁹⁾.

العمل الخيري المقترن بالدعوة:

العمل الخيري: "هو كل مشروع فيه نفع للآخرين، سواء كان تطوُّعياً أم رسمياً؛ كالدعوة، أو تعليم علم، أو بذل مال، أو علاج مريض، ونحو ذلك"⁽¹⁰⁾.

وفي حالة المؤسسات الدعوية فالعمل الخيري مقترن بالدعوة، ويمكن تعريف العمل الخيري المقترن بالدعوة بأنه: "هو العمل الذي يقوم على الجمع بين الدعوة إلى الله تعالى، وتقديم أعمال البرِّ

(8) عثمان محمد دفع الله علي الفرجي. الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية. [مجلة معالم الدعوة الإسلامية المحكمة، ع9، ربيع أول 1437هـ/ديسمبر 2016م]. (ص 10).

(9) عثمان محمد دفع الله علي الفرجي. الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية. [مرجع سابق]. (ص 11).

(10) عبد الله المطوع. الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية، دراسة وصفية تقويمية للجهود الدعوية في مؤسستي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، والحرمين الخيرية. [رسالة دكتوراه. كلية الدعوة والإعلام. قسم الدعوة والاحتساب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. السعودية. 1425هـ]. (ص 42).

والإحسان المتنوّعة، وهذا ما يتمثّل في المؤسسات الخيرية التي تجمع في حُطّتها وبرامجها بين هذين الجانبين الرئيسين؛ لتغطّي بذلك مصالح الخلق وحاجاتهم الروحية والجسدية⁽¹¹⁾.

مفهوم العمل الدعوي المؤسسي:

يعرّف العمل المؤسسيّ بأنه: "تأطير العمل الجماعي الذي تقوم به مؤسّسة ذات شخصية اعتبارية، تبني هيكلها على أساس الالتزام بمبدأ الشورى، وتوزيع الأعمال والتخصّصات، ووضع السياسات والبرامج والصلاحيات الإدارية والمالية على مجالسها الإدارية، ولجانها الفرعية المتخصّصة، مع فرق العمل الميداني المتكاملة"⁽¹²⁾.

"ويخرج من هذا التعريف العمل الفرديّ، حيث له دور آخر يتيسّر القيام به ويستطيعه كل مسلم - كما ذكرنا آنفاً - إلا أن العمل الفردي يتّسم - في الغالب - بالضعف، وسوء التخطيط، والارتجال، والفرديّة، وقد أثبتت تجارب العمل الإسلامي أن الفرديّة في إدارة كثير من العمل الدعوي والتنموي هي السائدة؛ بل قد تستبدُّ الفرديّة أحياناً بكامل المؤسسة، فيصير أمرها إلى فرد واحد مستقلّ عن رأي الجماعة وشورى المؤسسة؛ مما يولّد الثُّفرة بين القلوب، ويُفضي إلى التنازع والفشل.

وبالجملّة، فإن إشاعة ثقافة العمل المؤسسي هي العاصم من تضخّم الفرديّة والعشوائية والرتابة"⁽¹³⁾.

مؤسسات العمل الإسلامي وأنواعها:

(11) عبد الله بن محمد المطوع. الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية. [مرجع سابق]. (ص 51).

(12) خالد بن عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [جامعة إفريقيا العالمية. موقع شبكة المشكاة الإسلامية]. (ص 1).

(13) خالد بن عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق]. (ص 1).

نشأت مؤسسات العمل الإسلامي لسدّ الفجوة في مجالات العمل الدعوي الإنساني والاجتماعي والثقافي والتربوي، كالتالي:

الجانب الإغاثي: وهو الجانب الإنساني الذي يُعدُّ الركيزة الأولى للعمل الخيري، ويتمثّل في تقديم الإغاثة العاجلة، وإعانة الفقراء، وحفر الآبار، وتقديم الخدمة العلاجية، وغيرها من الأعمال الإنسانية.

الجانب الاجتماعي والتربوي والثقافي والدعوي: يتمثّل في كفالة الأيتام، وإنشاء المدارس، وبناء المساجد والمراكز الإسلامية، وكفالة طلاب العلم، وطباعة المصحف ونشره، وطباعة وتوزيع الكتب النافعة، كذلك تهتمُّ المؤسسات الإسلامية بإقامة الدورات الشرعية، وتسيير القوافل الدعوية.

وبصفة عامّة فإن المؤسسات تسعى عبر نشاطاتها المتنوّعة إلى تقوية الإيمان في نفوس المسلمين، وذلك عن طريق تعليمهم أمور دينهم، عقيدةً وشرعيةً، وتحصينهم ضدّ الدعوات الضالّة، والمناهج المنحرفة، والنظريات الباطلة.

كما تحرص المؤسسات بشكل استراتيجي على الوقوف إلى جوار ضعفاء المسلمين عند نزول المحن والمصائب والكوارث؛ كالفيضانات والمجاعات والحروب والأوبئة الفتّاقة، حيث تقدّم العون الإغاثي، فتواصي آلام المصابين، وتداوي جراحهم، وتخفّف مصابهم.

كما تهذّب المؤسسات إلى توسيع دائرة المنتمين للإسلام، بدعوة غير المسلمين إلى الدخول في الإسلام.

هذا وتتخذ المؤسسات الإسلامية وسائلَ متنوّعةً، وأساليبَ متعدّدةً؛ مما يحقّق في المحصّلة النهائية تكامل الجهود، وتناسق العطاء، وتأكيد بعضه بعضاً؛ فالتنوّع في الأساليب لا يخلق تناقضاً؛ بل يؤسّس تكاملاً وتعاوناً وتعاضداً، خاصّةً إذا حرص القائمون على المؤسسات على تبادل الخبرات والمعلومات، وسدّ الثغرات هنا وهناك، سواء كان ذلك بالمال إذا دعا الحال، أو بالفكرة

والتوجيه والرأي، خاصة في أوقاتنا الحرجة هذه؛ بسبب توالي المصائب، وكيد الأعداء، وقلّة النصير (14).

وبعد هذا يمكن تصنيف المؤسسات الدعوية بعد اعتبارات:

أولاً: باعتبار النظام والتشريع:

1. مؤسسات دعوية حكومية
2. مؤسسات دعوية شبه حكومية
3. مؤسسات وجمعيات أهلية خيرية
4. مؤسسات وشركات وقفية دعوية
5. مؤسسات دعوية مانحة.
6. مؤسسات دعوية تجارية.

ثانياً: باعتبار الخدمات والمنتجات:

1. مؤسسات إنتاجية: تنتج وتصنع سلعة أو منتج معين دعوي.
 2. مؤسسات خدمية: والتي تقدم خدمات دعوية من تعليم أو دراسات دعوية أو مركز تميز دعوي تخدم الجهات الدعوية والرسمية وغيرها.
- وهذه المؤسسات قد تكون ربحية ووقفية وقد تكون مجانية

ثالثاً: باعتبار أصناف المدعويين:

1. جهات دعوية مخصصة لدعوة غير المسلمين أو صنف من غير المسلمين كالنصارى، أو لغة أو بلد معين، كدعوة الصينيين.
2. جهات دعوية مخصصة لدعوة المسلمين

(14) انظر: خالد بن عبد الرحمن العجمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق] (ص 3، 4).

3. جهات دعوية مخصصة لدعوة وتعليم المسلم الجديد
4. جهات مخصصة لدعوة المشاهير على اختلاف أنواعهم وأصنافهم.
5. جهات دعوي مخصصة لدعوة وتعليم الأطفال.
6. جهات مختصة في تدريب الكوادر البشرية الدعوية.

المبحث الثاني

مشروعية العمل الدعوي المؤسسي وتجويده وتحسينه

لقد نظمت شريعة الإسلام علاقة الناس بربهم سبحانه؛ حتى ينالوا السعادة في الدنيا والآخرة، وفي الوقت نفسه شرع لهم الإسلام ما ينظّم علاقتهم بعضهم ببعض؛ حتى تسود الألفة والمحبة في المجتمع المسلم، ولا يتحقق ذلك إلا إذا حرص كل فرد من أفرادها على مصلحة غيره حرصه على مصلحته الشخصية، وبذلك ينشأ المجتمع الإسلامي القوي المترابط، ذو الأساس المتين ويؤثر على المدعوين بما يوافق الشريعة.

أول المؤسسات الدينية في تاريخ الإسلام:

"كان المسجد هو أول المؤسسات الدينية التي أقامها المسلمون في المدينة؛ فلقد أسس الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مسجد قباء وهو في الطريق إلى المدينة، ولما وصل إليها ونزل في دار أبي أيوب الأنصاري، أسس المسجد الحرام بالمدينة، واتخذ المسلمون دار عبادتهم وسياستهم؛ ففيه كان ينزل الوحي، وفيه يجتمع الأصحاب برسول الله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، وعنده التقى الوفود برسول الله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، ومنه تتحرّك الوسائل، وينطلق الدعاة، وتجهّز الجيوش.

لقد أصبح المسجد هو بيت الإسلام في المدينة، وبخاصة بعد أن شرع الله الأذان يدوي في الآفاق خمس مرات في اليوم والليلة، ويتردّد صداه في الأفق البعيد، ويعلم القاصي والداني أن أمة الإسلام عزيزة كريمة تُعلن حقيقتها بصوت جهوريٍّ مكرّر واضح المعالم، بين معروف، فالله ربهم، وهو الكبير المتعال، ومحمد هو رسولهم، والمبعوث بدين الله فيهم، وهو رائدهم إلى الفوز والفلاح، وإمامهم في الصلاة، وحياتهم هي الإسلام كله"⁽¹⁵⁾.

(15) أحمد أحمد غلوش . السيرة النبوية والدعوة في العهد المدني . [بيروت . مؤسسة الرسالة . ط الأولى . 2004م] . (ص 220 ، 221).

مشروعية العمل الدعوي المؤسسي:

إن الحديث عن العمل الدعوي المؤسسي له جوانب متعدّدة، ومن أهمّ تلك الجوانب جانب المشروعية، وإن كان لم يُعدّ ثمّة مجالّ اليوم للنزاع حول مشروعية العمل المؤسسي في الدعوة وأهميته، وأنه خير وأولى من العمل الفردي، الذي لا نقلل من شأنه؛ فلا غنى عنه أيضاً للدعوة؛ بيد أن لكلّ مجاله الذي يُفيد الدعوة، وسنعرض للمحة ونبذة مختصرة من أدلّة مشروعية العمل الدعوي المؤسسي.

لقد تكاثرت نصوص القرآن والسنة التي تحضّ المسلمين على الاجتماع على البرّ والتعاون والتكاتف على الخير، كذا أقوال وأفعال الصحابة ومن تبعهم من القرون المفضلة، وإليك بعض تلك النصوص، وما ذكره أهل العلم في تأويلها:

(1) قال تعالى: ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾ (16).

قال ابن كثير - رحمه الله - : " قيل: (بجبل الله)؛ أي: بعهد الله، وقيل: (بجبل الله)؛ يعني: القرآن. وقوله: (وَلَا تَفَرَّقُوا): أمرهم بالجماعة ونهاهم عن التفرقة، وقد وردت الأحاديث المتعدّدة بالنهي عن التفرّق والأمر بالاجتماع والائتلاف" (17).

قال السعدي - رحمه الله - : "أمرهم تعالى بما يُعينهم على التقوى، وهو الاجتماع والاعتصام بدين الله، وكون دعوى المؤمنين واحدةً مؤتلفين غير مختلفين؛ فإن في اجتماع المسلمين على دينهم، وائتلاف قلوبهم، يصلح دينهم، وتصلح دنياهم، وبالاجتماع يتمكّنون من كلّ أمر من الأمور، ويحصل لهم من المصالح التي تتوقّف على الائتلاف ما لا يمكن عدّها، من التعاون على

(16) سورة (آل عمران/ ١٠٣).

(17) ابن كثير. تفسير القرآن العظيم. [الرياض. دار طيبة للنشر والتوزيع. الطبعة الثانية. 1999م].

البرِّ والتقوى، كما أن بالافتراق والتعادي يختل نظامهم، وتنقطع روابطهم، ويصير كلُّ واحد يعمل ويسعى في شهوة نفسه، ولو أدَّى إلى الضرر العام⁽¹⁸⁾.

ولا جرَمَ أن العمل الدعوي المؤسسي من أفضل ما يكون فيه الاعتصام بحبل الله تعالى من أجل تبليغ رسالته والتوادد بين المسلمين ونحو ذلك، وهو أفضل استجابة للتعاون على البرِّ والتقوى.

(2) قال تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾⁽¹⁹⁾.

قال ابن كثير - رحمه الله - : "يأمر تعالى عباده المؤمنين بالمعاونة على فعل الخيرات، وهو البرُّ، وترك المنكرات وهو التقوى، وينهاهم عن التناصر على الباطل، والتعاون على المآثم والمَحَارِم"⁽²⁰⁾.

قال السعدي - رحمه الله - : " (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ)؛ أي: ليعن بعضكم بعضًا على البرِّ، وهو: اسم جامع لكلِّ ما يُحِبُّه الله ويرضاه، من الأعمال الظاهرة والباطنة، من حقوق الله وحقوق الآدميين. والتقوى في هذا الموضع: اسم جامع لترك كل ما يكرهه الله ورسوله، من الأعمال الظاهرة والباطنة. وكلُّ خصلة من خصال الخير المأمور بفعلها، أو خصلة من خصال الشر المأمور بتركها، فإن العبد مأمور بفعلها بنفسه، وبمعاونة غيره من إخوانه المؤمنين عليها، بكلِّ قول يبعث عليها وينشط لها، وبكل فعل كذلك. (وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ)، وهو التجرُّؤ على المعاصي التي يأثم صاحبها، ويخرج، (وَالْعُدْوَانِ): وهو التعدي على الخلق في دمائهم وأموالهم وأعراضهم؛ فكلُّ معصية وظلم يجب على العبد كفُّ نفسه عنه، ثم إعانة غيره على تركه"⁽²¹⁾.

(18) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [بيروت، مؤسسة الرسالة، ط 1، 2000م]. (ص 142).

(19) سورة (المائدة/2).

(20) ابن كثير. تفسير القرآن العظيم. [مرجع سابق]. (2/ 12، 13).

(21) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق]. (ص 219).

3) قال تعالى: ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ﴾ (22).

قال الشوكاني - رحمه الله - : "أي: فلو أنهم متحدة في التوادد، والتحابب، والتعاطف؛ بسبب ما جمعهم من أمر الدين، وضمهم من الإيمان بالله" (23).

وذلك هو ما يجمع العاملين في المؤسسات الدعوية.

4) قال تعالى: ﴿وَالْعَصْرُ * إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ * إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾ (24).

قال السعدي - رحمه الله - : "والخسار مراتب متعددة متفاوتة: قد يكون خسارة مطلقاً؛ كحال من خسر الدنيا والآخرة، وفاته النعيم، واستحقَّ الجحيم، وقد يكون خسارة من بعض الوجوه دون بعض؛ ولهذا عمم الله الخسار لكل إنسان، إلا من اتَّصف بأربع صفات: الإيمان بما أمر الله بالإيمان به، ولا يكون الإيمان بدون العلم، فهو فرع عنه لا يتم إلا به. والعمل الصالح، وهذا شامل لأفعال الخير كلها، الظاهرة والباطنة، المتعلقة بحق الله وحق عباده، الواجبة والمستحبة.

والتواصي بالحق، الذي هو الإيمان والعمل الصالح؛ أي: يوصي بعضهم بعضاً بذلك، ويحثُّه عليه، ويرغبه فيه. والتواصي بالصبر على طاعة الله، وعن معصية الله، وعلى أقدار الله المؤلمة. فبالأميرين الأولين، يكمل الإنسان نفسه، وبالأميرين الأخيرين يكمل غيره، وبتكميل الأمور الأربعة، يكون الإنسان قد سلّم من الخسار، وفاز بالربح العظيم" (25).

(22) سورة (التوبة/ 71).

(23) محمد بن علي الشوكاني. فتح القدير. [دمشق، بيروت. دار ابن كثير، دار الكلم الطيب. ط 1. 1414 هـ]. (2/ 434).

(24) سورة (العصر/ 1-3).

(25) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق]. (ص 934).

5) قال تعالى: ﴿وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ * قَالَ سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ وَنَجْعَلُ لَكَ مَلَكًا مَلْفُوفًا يُصَلُّونَ إِلَيْكَ بِآيَاتِنَا أَنْتُمْ وَمَنْ اتَّبَعَكُمَا الْعَالِيُونَ﴾ (26).

قال السعدي - رحمه الله - : " (فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا)؛ أي: معاونًا ومساعدًا. (يُصَدِّقُنِي)، فإنه مع تضافر الأخبار يقوى الحق، فأجابه الله إلى سؤاله، فقال: (سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ)؛ أي: نُعاونُكَ به ونقويك" (27).

ولا شك أن في العمل الدعوي المؤسسي تعاضدًا وتعاونًا واستقواء بالإخوة في عمل الخير والدعوة إلى الله تعالى.

6) عَنْ أَبِي الدَّرْدَاءِ، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يَقُولُ: «مَا مِنْ ثَلَاثَةٍ فِي قَرْيَةٍ وَلَا بَدْوٍ وَلَا تُقَامُ فِيهِمُ الصَّلَاةُ إِلَّا قَدِ اسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ الشَّيْطَانُ، فَعَلَيْكَ بِالْجَمَاعَةِ؛ فَإِنَّمَا يَأْكُلُ الذَّنْبُ الْقَاصِيَةَ» (28).

قال ابن عثيمين - رحمه الله - : "وفي قوله: (وعليكم بالجماعة؛ إنما يأكل الذنب القاصية من الغنم) دليل على أنه لا ينبغي للمسلمين الافتراق والاختلاف، وأنه واجب عليهم الاجتماع، وأن الشرود عن الجماعة سبب في الهلاك؛ لأن النبي - صلى الله عليه وسلم - شبه ذلك

(26) سورة (القصص/34، 35).

(27) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق]. (ص 616).

(28) رواه أبو داود. سنن أبي داود. [دمشق. دار الرسالة العالمية. الطبعة الأولى. 2009م]. كتاب الصلاة. باب: في التشديد في ترك الجماعة. (ح/547) (1/150). ورواه النسائي. السنن الكبرى للنسائي. [بيروت. مؤسسة الرسالة. الطبعة الأولى. 2001م]. كتاب: ذكر الإمامة والجماعة. باب: التشديد في ترك الجماعة. (ح/922) (1/445). وصححه الألباني. صحيح أبي داود - الأم. [الكويت. مؤسسة غراس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002 م]. (ح/556) (3/58).

بالقاصية من الغنم البعيدة يأكلها الذئب، فتَهْلِكُ، فهكذا الذي يشدُّ عن الجماعة، حتى لو برأيٍ ينفرد به ويظنُّ أن النصوص معه، وتدلُّ عليه⁽²⁹⁾.

وإن الجماعة من أهمِّ عوامل ثبات الداعية على الحقِّ الذي يدعو إليه؛ حيث إن الأصل أن يتواصى مع إخوانه من خلالها بالحق والصبر، لا سيِّما في هذا الزمان الذي كثرت فيه الفتن والشهوات والشُّبهات، وما أكثر الذئاب التي لا تكِلُّ ولا تَمُكُّ عن البحث عن القاصية والشاردة والبعيدة والمنفردة لتفترسها.

(7) عن عمر بن الخطاب - رَضِيَ اللهُ عَنْهُ - عن رسول الله - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - : «فَمَنْ أَرَادَ مِنْكُمْ بَجَبْحَةِ الْجَنَّةِ فَلْيَلِزْمِ الْجَمَاعَةَ؛ فَإِنَّ الشَّيْطَانَ مَعَ الْوَاحِدِ، وَهُوَ مِنَ الْإِثْنَيْنِ أَبْعَدُ»⁽³⁰⁾.
قال المناوي - رحمه الله - : «(فإن الشَّيْطَانَ مَعَ الْوَاحِدِ، وَهُوَ مِنَ الْإِثْنَيْنِ أَبْعَدُ)، وهو من الثلاثة أبعد منه من الاثنيين، وهكذا. (من أَرَادَ بِجَبْحَةِ الْجَنَّةِ) بِضَمِّ الْمَوْحِدَيْنِ؛ أَي: من أَرَادَ أَنْ يَسْكُنَ وَسَطَهَا وَأَوْسَعَهَا وَأَحْسَنَهَا، (فليلزم الجماعة)، فإن من شَدَّ وَانْفَرَدَ بِمَذْهَبٍ عَنِ مَذَاهِبِ الْأُمَّةِ، فقد خرج عن الحق؛ لأن الحق لا يخرج عن جماعتها»⁽³¹⁾.

وإن الاجتماع على الدعوة والخير وسيلة للتعرف على الحق والوصول إليه، والبعد عن الباطل والنفور منه؛ حيث إن حديث المرء مع إخوانه الصالحين، وتداول الآراء والأفكار، يُبَيِّرُ الطَّرِيقَ، وبه تتضح الرؤية.

(29) محمد بن صالح العثيمين. شرح رياض الصالحين. [الرياض. دار الوطن للنشر. طبعة 2010م]. (79 /5).

(30) رواه أحمد. مسند أحمد. [بيروت. عالم الكتب. الطبعة الأولى. 1998 م]. مُسْنَدُ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ. (ح/ 114) (1/ 110). وصححه الألباني. سلسلة الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها. [الرياض. مكتبة المعارف للنشر والتوزيع. ط1. 1995م] (ح/ 430) (1/ 792).

(31) زين الدين المناوي. التيسير بشرح الجامع الصغير. [الرياض. مكتبة الإمام الشافعي. ط3. 1988م]. (1/ 388).

8) عن ابن عُمَرَ عَنِ النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - أَنَّهُ قَالَ: «الْمُؤْمِنُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ، وَيَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ، أَعْظَمَ أَجْرًا مِنَ الَّذِي لَا يُخَالِطُهُمْ، وَلَا يَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ» (32).

قال الصنعائي - رحمه الله -: "فيه أفضلية من يُخالط الناس مخالطةً يأمرهم فيها بالمعروف، وينهاهم عن المنكر، ويُحسن معاملتهم، فإنه أفضل من الذي يعتزلهم ولا يصبر على المخالطة" (33).

وهذا ردُّ على من يُكثر الحديث عن سلبية مخالطة الناس، حتى في الدعوة؛ بأن الخير هو في دعوة الناس للحق ومخالطتهم؛ إعلاءً لكلمة الله تعالى، وإظهارًا للحق، ودحضًا للباطل.

9) عَنْ أَبِي مُوسَى الْأَشْعَرِيِّ، عَنِ النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَالَ: «إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا» وَشَبَّكَ أَصَابِعَهُ (34).

قال ابن القيم - رحمه الله -: "إن العبد بإيمانه وطاعته لله ورسوله قد سعى في انتفاعه بعمل إخوانه المؤمنين مع عمله، كما ينتفع بعملهم في الحياة مع عمله، فإن المؤمنين ينتفع بعضهم بعمل بعض في الأعمال التي يشتركون فيها؛ كالصلاة في جماعة، فإن كل واحد منهم تُضاعف صلاته إلى سبعة وعشرين ضعفًا؛ لمشاركة غيره له في الصلاة، فعمل غيره كان سببًا لزيادة أجره، كما أن عمله سبب لزيادة أجر الآخر؛ بل قد قيل: إن الصلاة يُضاعف ثوابها بعدد المصلين، وكذلك اشتراكهم في الجهاد والحج والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والتعاون على

(32) رواه أحمد. مسند أحمد. [بيروت. عالم الكتب. الطبعة الأولى. 1998 م]. مُسْنَدُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا. (ح/5022) (2/322). وصححه الألباني. صحيح الجامع الصغير وزيادته. [بيروت. المكتب الإسلامي. الطبعة الثالثة. 1988 م] (ح/6651) (2/1129).

(33) محمد بن إسماعيل الصنعائي. سبل السلام. [القاهرة. مكتبة مصطفى البابي الحلبي. الطبعة الرابعة. 1960 م] (2/697).

(34) رواه البخاري. صحيح البخاري. [بيروت. دار طوق النجاة. الطبعة الأولى. 1422 هـ]. كتاب: الصلاة. باب: تَشْبِيكِ الْأَصَابِعِ فِي الْمَسْجِدِ وَغَيْرِهِ. (ح/481) (1/103). ورواه مسلم. صحيح مسلم. [بيروت. دار إحياء التراث العربي. ط1. 1955 م]. كتاب: البر والصلة والآداب. باب: تراحم المؤمنين وتعاطفهم وتعاضدهم. (ح/2585) (4/1999).

البرِّ والتَّقوى، وقد قال النَّبِيُّ: (المؤمن للمؤمن كالبنیان يشد بعضه بعضاً) وشبَّك بين أصابعه. ومعلوم أن هذا بأمور الدِّين أُولى منه بأمور الدُّنيا؛ فدخل المسلم مع جُملة المسلمين في عقد الإسلام من أعظم الأسباب في وصول نفع كل من المسلمين إلى صاحبه في حياته، وبعد مماته، ودعوة المسلمين تحيط من ورائهم، وقد أخبر الله سبحانه عن حَمَلَة العرش ومن حوله أنهم يستغفرون للمؤمنين، ويدعون لهم، وأخبر عن دعاء رُسُلِهِ واستغفارهم للمؤمنين؛ كنوح وإبراهيم ومحمد؛ فالعبد بإيمانه قد تسبَّب إلى وصول هذا الدعاء إليه، فكأنَّه من سَعِيهِ يوضِّحه أن الله سبحانه جعل الإيمان سبباً لانتفاع صاحبه بدعاء إخوانه من المؤمنين، وسعيهم، فإذا أتى به، فقد سعى في السبب الذي يوصل إليه" (35).

10) عَنِ النَّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ، وَتَرَاحُمِهِمْ، وَتَعَاطُفِهِمْ، مَثَلُ الْجَسَدِ، إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ، تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهْرِ وَالْحُمَّى» (36).

قال النووي رحمه الله: "«مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ»... إِلَى آخِرِهِ، هَذِهِ الْأَحَادِيثُ صَرِيحَةٌ فِي تَعْظِيمِ حَقُوقِ الْمُسْلِمِينَ بَعْضِهِمْ عَلَى بَعْضٍ، وَحَثِّهِمْ عَلَى التَّرَاحُمِ وَالْمُلَاطَفَةِ وَالتَّعَاوُدِ فِي غَيْرِ إِثْمٍ وَلَا مَكْرُوهٍ، وَفِيهِ جَوَازُ التَّشْبِيهِ، وَضَرْبُ الْأَمْثَالِ لِتَقْرِيبِ الْمَعَانِي إِلَى الْأَفْهَامِ" (37).

قال ابن عثيمين رحمه الله: "«مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ، وَتَرَاحُمِهِمْ، وَتَعَاطُفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهْرِ وَالْحُمَّى»، فَأَنْتَ إِذَا أَحْسَسْتَ بِأَلْمٍ فِي أَطْرَفِ

(35) ابن قيم الجوزية. الروح. [بيروت. دار الفكر العربي. تاريخ الطبع: 1996م]. (ص 189).

(36) رواه البخاري (6011)، ومسلم (2586). رواه البخاري. صحيح البخاري. [بيروت. دار طوق النجاة. الطبعة الأولى. 1422هـ]. كتاب: الأدب. باب: رحمة الناس والبهائم. (ح/6011) (8/11). ورواه مسلم. صحيح مسلم. [بيروت. دار إحياء التراث العربي. ط1. 1955م]. كتاب: البر والصلة والآداب. باب: تراحم المؤمنين وتعاطفهم وتعاضدهم. (ح/2586) (4/1999).

(37) النووي. شرح النووي على صحيح مسلم. [بيروت. دار إحياء التراث العربي. ط2. 1392هـ] (16/139، 140).

شيء من أعضائك، فإن هذا الألم يسري على جميع البدن، كذلك ينبغي أن تكون للمسلمين هكذا، إذا اشتكى أحد من المسلمين، فكأنما الأمر يرجع إليك أنت" (38).

وهكذا نرى أنّ النصوص متكاثرة على مشروعية العمل الدعويّ المؤسسي، وتؤكد على معنى الجماعية والتعاون على الخير والحق والدعوة، ومشروعيته، ويكفي من القلادة ما أحاط بالعنق.

تجويد العمل الدعويّ المؤسسي وتحسينه:

من أهم الخطوات التي يمكن اتّباعها لتجويد العمل الدعويّ المؤسسي وتحسينه، تحسين الخطط والبرامج الدعويّة، وتطوير مهارات الدعاة، إضافة إلى الاهتمام بجودة المواد الدعويّة، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق أقصى قدر من الفعالية في نشر الرّسالة وتحقيق الأهداف بطريقة منهجيّة وسليمة.

وهذا تؤكد نصوص الكتاب والسنة من خلال حثّها على الإحسان في العمل - أي عمل - وتجويد وضبطه وتحسينه، وفيما يلي عرض للآيات والأحاديث مفصّلة:

1) قال الله تعالى: ﴿وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ﴾ (39).

قال الطبري - رحمه الله - في تفسير (وأحسنوا إن الله يحب المحسنين)؛ "أحسنوا أيها المؤمنون في أداء ما التزمت من فرائضي، وتجنب المعاصي، فالإحسان يعني أداء الفرائض" (40)، ومعلوم أن طلب العلم فريضة واجبة على المسلم، والفريضة يجب أن تؤدي بحق غير ناقصة، وذكر

(38) محمد بن صالح العثيمين. شرح رياض الصالحين. [الرياض. دار الوطن للنشر. طبعة 2010م]. (398/2).

(39) سورة (البقرة/195).

(40) الطبري. جامع البيان عن تأويل آي القرآن. تحقيق: محمود محمد شاكر. [مكة المكرمة. دار التربية والتراث. بلا تاريخ]. (595/3).

البیهقي في تفسيره لذلك، قال إن طلب العلم في أن يتعلّم البالغ العاقل أمر دينه⁽⁴¹⁾، وكي يتعلّمه يجب أن يؤدّى له بحق مجوّد محسّن يسهل عليه تلقيه وفهمه.

قال السّعديّ - رحمه الله- الإحسان يشمل كل أنواع الإحسان، ومن أنواعه تعليم العلم النّافع⁽⁴²⁾، وهذا يتطلب الجهد في العمل والإخلاص والإحسان فيه، كي يصل إلى المتعلمين منقّى ومهدّب وغير منقوص، وهذا لا يكون إلا بالبحث والتّقصي، وجمع المعلومات، واختيار ما هو مفيد للمتعلمين.

(2) وفي غير موضع يقول الله تعالى: ﴿لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا﴾⁽⁴³⁾، والمفهوم الظاهر من الآية الكريمة أن العمل الحسن واتفقانه ابتلاء، لأنّ الاتقان يكون من العقل الحسن، والعبادة الحسنة، وهذا من طاعة الله، والابتعاد عن الدنيا والإخلاص في العمل⁽⁴⁴⁾، ولا يستطيع الابتعاد عن ملذّات الدنيا وزخرفها إلّا من تعلّق قلبه بالله، واستطاع أن ينقّي قلبه من شوائب الدنيا، وقال الحسن البصري: "إحسان العمل من ترك الدنيا"⁽⁴⁵⁾، والزهد فيها، وهذا بالضرورة يؤدي إلى الإخلاص في العمل وابتغاء وجه الله تعالى فيه، وإفادة المسلمين منه.

قال السّعديّ - رحمه الله- "أحسن العمل أخلصه وأصوبه"⁽⁴⁶⁾، فالعمل الحسن هو العمل الخالص لله تعالى، وهذا لا يكون إلا بالتخطيط والتنظيم قبل بدء العمل، إضافة إلى جمع

(41) انظر. البیهقي. المدخل إلى علم السنن. تحقيق: محمد عوامة. [القاهرة. دار اليسر للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى. 1437هـ/ 2017م]. (665/2).

(42) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق] (ص 90).

(43) سورة (الكهف/7).

(44) صديق حسن خان. فتح البيان في مقاصد القرآن، [بيروت. المكتبة العصرية للطباعة والنشر. 1412هـ/ 1992م]. (13/8).

(45) الرازي. تفسير القرآن العظيم. تحقيق: أسعد محمد الطيب. [المملكة العربية السعودية. مكتبة نزار مصطفى الباز الطبعة الثالثة. 1419هـ]. (345/7).

(46) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق] (ص 470).

المعلومات من مصادرها، والمراجعة والتصحيح، كي يقدم متقناً ومجوداً وخالياً من الأخطاء ما أمكن ذلك

(3) وقال الله تعالى: ﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾ (47).

قال السَّعدي -رحمه الله- ليتفقهوا في الدين أي: ليتعلموا العلم الشرعي، ويعلموا معانيه، ويفقهوا أسرارها، وليعلموا غيرهم، ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم.

ففي هذا فضيلة العلم، وأنه أهم الأمور، وأن من تعلم علماً، فعليه نشره وبثه في العباد، ونصيحتهم فيه، فإن انتشار العلم عن العالم، من بركته وأجره، الذي ينمي له.

وفي هذه الآية أيضاً دليل وإرشاد وتنبيه لطيف، لفائدة مهمة، وهي: "أنَّ المسلمين ينبغي لهم أن يعدُّوا لكل مصلحة من مصالحهم العامة من يقوم بها، ويوفر وقته عليها، ويجتهد فيها، ولا يلتفت إلى غيرها، لتقوم مصالحهم، وتتم منافعهم، وتكون وجهة جميعهم، ونهاية ما يقصدون قصداً واحداً، وهو قيام مصلحة دينهم ودنياهم، ولو تفرقت الطرق وتعددت المشارب، فالأعمال متباينة، والقصد واحد، وهذه من الحكمة العامة النافعة في جميع الأمور" (48)، وهذا يعني بالضرورة الاتقان في العمل والإخلاص والاجتهاد، كي يقدم لعامة المسلمين ما ينفعهم ويفيدهم.

وقال الطَّبري -رحمه الله- ليتفقهوا في الدين، أي: "يتعلموا ما أنزل على نبيِّه ثم يعلموه السرايا إذا رجعت" (49)، أي يجب أن يكون هناك فئة تتعلم أمور الدين وتعلِّمه لغيرها، وهذا يحتاج إلى الجهد والإخلاص، والبحث الجاد، والتعاون على فهم أمور الدين بالمذاكرة والمتابعة، كما في

(47) سورة (البقرة/122).

(48) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق] (ص 355).

(49) الطبري. جامع البيان عن تأويل آي القرآن. [مرجع سابق] (567/14).

كل شأن من شؤون الحياة، كي يقدم بشكل تام وجيد، يستطيع من خلاله المتعلمون فهم أمور دينهم بسهولة ويسر.

(4) قال الله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُيَانٌ مَّرْصُومٌ﴾⁽⁵⁰⁾.

قال السَّعدي - رحمه الله - في تفسير (صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُيَانٌ مَّرْصُومٌ): "أن تكون صفوفهم على نظام وترتيب به تحصل المساواة بين المجاهدين والتَّعاضد، وتنشيط بعضهم بعضاً، بحيث لا يحصل اتِّكال بعضهم على بعض، بل تكون كل طائفة منهم مهتمة بمركزها وقائمة بوظيفتها، وبهذه الطَّريقة تتم الأعمال ويحصل الكمال"⁽⁵¹⁾.

وفي هذا المعنى يكون كل عمل من الأعمال، ليس فقط الجهاد، بل شؤون الحياة كلها، ومنها العمل الدَّعوي المؤسَّسي، لكي يكون ناجحاً ومتألِّقاً يجب على الفريق أن يكون متفاهماً يشد بعضه بعضاً، لا يتَّكل بعضه على بعض، كخلية النحل، تعمل بجِدِّ، كي تؤدي الغرض المطلوب منها بأمانة وإخلاص.

قال القرطبي - رحمه الله - في تفسير الآية (كأنهم ببيان مرصوص "قال الفراء: مرصوص بالرصاص. وقال المبرد: هو من رصصت البناء إذا امت بينه وقاربت حتى يصير كقطعة واحدة. وقيل: هو من الرصيص وهو انضمام الأسنان بعضها إلى بعض. والتراص التلاصق؛ ومنه وتراصوا في الصف... ولا يجوز الخروج عن الصف إلا للحاجة تعرض للإنسان، أو في رسالة يرسلها الإمام، أو في منفعة تظهر في المقام، كفرصة تنتهز ولا خلاف فيها"⁽⁵²⁾ وفي هذا تفسير واضح على أهميَّة العمل الجماعي، والابتعاد عن العمل الفردي، لأن ذلك يؤدي إلى تشتُّت الأعمال، وعدم نجاحها.

(50) سورة (الصف/4).

(51) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق]. (ص 858).

(52) القرطبي. الجامع لأحكام القرآن. تحقيق: أحمد البردوني، إبراهيم أطفيش. [القاهرة. دار الكتب المصرية. الطبعة الثانية. 1384هـ/1964م]. (81/18).

5) قال الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ» (53).

قال السَّعْدِي -رحمه الله- "هذا يشمل جميع أنواع الإحسان، لأنه لم يقيد به بشيء دون شيء... ويدخل فيه الإحسان بالأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر، وتعليم العلم النافع، ويدخل في ذلك قضاء حوائج الناس، وإعانة من يعمل عملاً والعمل لمن لا يحسن العمل ونحو ذلك" (54)، وهذا ينطبق على العمل الدَّعْوِي، حيث إن كثيراً من الناس لا يجيد البحث العلمي، ولا يجيد العمل الدَّعْوِي، فلذلك كان واجباً على من تصدَّر هذا العمل، أن يجود به ويتقنه ويحسنه ويقدمه لعامة النَّاس.

6) قال رسول الله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ «إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يَتَّقَنَهُ» (55). فعلى الصَّانِع الذي استعمله الله في الصُّور والآلات والعدد مثلاً أن يعمل بما علمه الله عمل إتقان وإحسان بقصد نفع خلق الله الذي استعمله في ذلك ولا يعمل على نية أنه إن لم يعمل ضاع، ولا على مقدار الأجرة بل على حسب إتقان ما تقتضيه الصنعة (56). فهذا من الكمال في الأعمال والتميز فيه، وبذل الجهد والمثابرة والاستمرار في تطوير المهارات والمعارف، إضافة إلى الاهتمام بتفاصيل العمل، كي يقدم على أكمل وجه ممكن. والحض على الإحسان والتكاتف في العمل كان واضحاً في الوثيقة النبوية التي اعتمد عليها النبي صلى الله عليه وسلم وصحابته لبناء حياتهم الجديدة في مهجرهم، فقال فيها إن المؤمنين

(53) مسلم. صحيح مسلم. تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي. [القاهرة. مطبعة عيسى البابي الحلبي. 1374هـ/1955م]. (584/3).

(54) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن. [مرجع سابق]. (ص 90).

(55) الألباني. صحيح الجامع الصغير وزيادته. [بلا مكان. المكتب الإسلامي. بلا تاريخ]. (383/1).

(56) عبد الرؤوف المناوي. فيض القدير شرح الجامع الصغير. [مصر. المكتبة التجارية الكبرى. الطبعة الأولى. 1356هـ]. (286/2).

المسلمين من قريش ويثرب ومن تبعهم أمة واحدة من دون الناس⁽⁵⁷⁾. وهذا البند الأول من بنود الوثيقة أو الدستور الإسلامي، والذي يحض على التعاون وعلى التكاتف، والعمل الجماعي، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على حرص النبي صلى الله عليه وسلم، على إظهار أهمية التكاتف في بناء الدولة، ومثله مثل أي عمل، فالعمل الدعوي يجب فيه التكاتف والتعاقد كي يخرج سليماً قوياً مقبولاً عند المهتمين بالعمل الدعوي والمقبلين عليه.

ومثله بناء المسجد النبوي، فالنبي صلى الله عليه وسلم عندما عزم أمره ببناء المسجد، كان حريصاً أن يشارك الجميع ببناؤه وتأسيسه ليكون اللبنة الأولى في بناء دولتهم. ثم أصبح فيما بعد جامعة للإسلام، ومنتدى للحوار والنقاشات، وبناء الأعمال الجماعية بين المسلمين، وهذا يدل على أن العمل الجماعي من أهم لبنات نجاح الأعمال، فالانفراد بالعمل يؤدي إلى نقصه وضعفه.

ومن خلال العرض السابق يبين مشروعية العمل المؤسسي والجماعي، وأهمية الإحسان في العمل وإتقانه، مقروناً بأدلة من القرآن والسنة وأقوال أهل العلم وما يشهد له من قواعد الشريعة وما يؤكد الواقع المعاصر.

(57) منير محمد الغضبان. *فقه السيرة النبوية*. [المملكة العربية السعودية. جامعة أم القرى. الطبعة الثانية.

1413هـ/1992م]. (ص 368).

المبحث الثالث

أهمية العمل الدعوي المؤسسي وتجويده وتحسينه

قد أشرنا في المبحث الأول والمبحث الثاني لمفهوم العمل المؤسسي ومشروعيته، ونشير هنا إلى أهمية العمل الدعوي المؤسسي في نجاح واستمرارية ونضوج العمل الدعوي ومخرجاته حتى تصل الدعوة كما أرادها الله سبحانه وتعالى.

تكمن أهمية وجود المؤسسة الدعوية في أنها قادرة بإذن الله تعالى على القيام بإبلاغ الدعوة ونشرها مع العناية بتحقيق ضوابطها والالتزام بشروطها.

إذ إن تأسيس الأعمال الدعوية منطلق من الخيرية لهذه الأمة، كما فيها استلهاً لخطوات النبي صلى الله عليه وسلم فإنه أسس أعظم مجتمع مسلم في مكة والمدينة.

كما أن العمل الدعوي المؤسسي ترجمة عملية لمبادئ وقيم إسلامية تحث على فضل الجماعة والعمل الجماعي، وهو يتفوق على العمل الفردي مهما كان نوعه وجدديته⁽⁵⁸⁾.

وتتجلى أهميته أيضاً بما يلي:

1. ينقل العمل من الفردية إلى الجماعية.
2. ينقل العمل من العفوية إلى التخطيط.
3. ينقل العمل من الغموض إلى الوضوح.
4. ينقل العمل من محدودية الموارد إلى تعددية الموارد.
5. ينقل العمل من التأثير المحدود إلى التأثير الواسع⁽⁵⁹⁾.
6. يزواج بين خبرة الكبار وحكمتهم وحيوية الشباب واندفاعاتهم ومواهبهم المتجددة.

(58) محمد شكري التلاوي. تصور مقترح لتفعيل دور المؤسسات الدعوية في تنمية قيم التعلم مدى الحياة للجميع. [مجلة البحث العلمي في التربية. ع17. 2016م]. (ص 190).

(59) محمد علي إسماعيل. المؤسسة والعمل المؤسسي. [مقال بتاريخ 16/سبتمبر/ 2021 على موقع

الأستاذ محمد علي إسماعيل [\[https://www.m-ismail.net/13496\]](https://www.m-ismail.net/13496).

7. يضمن ثبات العمل واستقراره وتطوره وتنميته.
8. يحافظ على تراكم الخبرات والتجارب والمعلومات.
9. يجنب المؤسسة فوضى الارتيالية وأزمات القيادة.
10. يعين الدعوة على مواجهة التحديات والمخاطر الداخلية والخارجية وتجاوزها⁽⁶⁰⁾.

وهكذا رأينا كيف تجلت أهمية العمل الدعوي المؤسسي وتحدثنا عن تلك الأهمية بالتدرج من العموم إلى الخصوص، بدءاً بأهميتها في مجال الدعوة إلى الله وكيف يمكن توظيف العمل المؤسسي للوصول إلى نتائج مرضية في سبيل الدعوة، وانتهاء بالمؤسسة وكيف ينعكس العمل المؤسسي الناجح على نجاح المؤسسة الدعوية وتحقيق غاياتها.

العمل الدعويُّ المؤسَّسيُّ والحاجة الماسَّة إليه:

إذا كانت الدعوة الفردية يسيرةً سهلة، يستطيع القيام بها أيُّ مسلم ومسلمة، فإن العمل الجماعي المؤسسي في العصر الحديث - رغم احتياجه إلى إعداد وتخطيط وتجاوز الصعوبات والتحدّيات والعوائق - لا غنى للبشرية عامّةً، وللأمة الإسلامية خاصّةً، عنه؛ فلا يمكن للأفراد - مهما كانت إمكانياتهم - تبليغ رسالة الإسلام في مشارق الأرض ومغاربها، والردود على الشُّبهات المُثارة دائماً حول الإسلام، وإغاثة المسلمين المنكوبين في كثير من أرجاء المعمورة، ومواجهة التحديات التّفنّية الحديثة التي في كثير منها دمار للقيم والعقيدة، وهلمَّ على هذا الجِزِّ؛ فمن من الدعاة يستطيع أن يسدَّ كل هذه الثغور إلا من خلال عمل مؤسَّسيٍّ محدّد الأهداف، ويمتلك الوسائل والإمكانيات المادية والبشرية.

فلا شكَّ أن العمل الدعويَّ المؤسَّسيَّ يمكنه اختصار كثير من الجهود والأوقات، وتعويض النقص الكبير في أعداد الدعاة المؤهلين للدعوة والدفاع عن العقيدة على مستوى الأمة الإسلامية.

(60) طه أحمد الزبيدي. برنامج إدارة الدعاة - المؤسسات الدعوية. [مقالة على موقع

متى بدأ العمل الدعوي المؤسسي؟

"بدأ العمل الخيري الإسلامي بصورة مؤسسية في بداية الثمانينيات من القرن الماضي، رغم أن حبَّ الخير متأصل منذ بداية الرسالة المحمّدية في نفوس المسلمين، ونظرًا للظروف الصعبة التي أحاطت بهذه المؤسسات الرائدة؛ فإن الالتفات إلى التنمية لم يكن من أولويات هذه المؤسسات" (61).

أهمية مؤسسات المجتمع المدني:

تُعتبر مؤسسات المجتمع المدني أو المؤسسات غير الحكومية عامة - سواء أكانت إسلامية أم غير إسلامية - أحد أهم أشكال الإرادة الشعبية في المجتمعات لتكوين الكيانات المعبرة عن رغبات واحتياجات المجتمعات المحلية، التي لا تستطيع أن تقوم بها الحكومات بمفردها، أو لا تقوم بها أصلاً، ومن ثمّ تمثّل هذه المؤسسات - في مجموعها - الأداة الرئيسة اللازمة لإحداث التوازن بين الأمة (المجتمع) والدولة.

ويثور تساؤل حول قدرة هذه المؤسسات الإسلامية للعب دور أكبر في المرحلة المقبلة، التي تشهد بشكل أو بآخر تراجع دور الدولة، وتزايد الدور المطلوب من مؤسسات المجتمع المدني بمختلف مسمياتها على مستوى العالم أجمع، وخاصّةً في الدول الغربية، ففي كثير من الدول المتقدّمة تمّ خصخصة قطاعات واسعة من المؤسسات الحكومية، وزيادة مشاركة المواطن في إدارة الخدمات الحكومية، وهذا يخفّف العبء الواقع على عاتق الدولة.

(61) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [الخرطوم. جامعة إفريقيا العالمية. 2009م]. (ص 368).

لذا؛ ثمة حاجة ماسةً لمراجعة الوضع الداخلي لهذه المؤسسات الإسلامية؛ مثل: الواقع التنظيمي الإداري، والواقع التمويلي، والكادر البشري المُسيّر لهذه المؤسسات، وغيرها من أمور التقييم الداخلي؛ لتقوية الجبهة الداخلية لهذه المؤسسات لمواجهة أيّ تحديات (62).

أهمية المؤسسات الإسلامية:

إن أهمية المؤسسات الإسلامية تنبع من كونها مكوناً أساسياً من مكونات مؤسسات المجتمع المدني، ويمكن الإشارة لأهميتها من حجم أعمالها في المجتمع، وحجم التمويل الأهلي المباشر المقدم لها، وانتشارها داخل المجتمع. وإن حجم أعمال هذه المؤسسات الإسلامية، وانتشارها الواسع داخل المجتمعات الإسلامية، قد حملها مسؤولية أكبر من غيرها للإسهام في تنمية المجتمعات (63).

التحديات التي تواجه العمل الدعويّ المؤسسيّ:

ثمة الكثير من التحديات التي تواجه العمل الدعويّ المؤسسيّ الإسلاميّ، وهذه التحديات تزداد وتتنوع باطراد، خاصة في حالة النجاح الدعويّ الكبير على المستوى العالميّ، ومن أبرز التحديات:

- "عدم وجود رؤية وفلسفة في إدارة العمل الخيريّ، تعكس الاتجاهات الإدارية الحديثة، مع تطبيقاتها وأساليبها.
- أغلب المؤسسات لديها الرغبة، ولديها القدرة المالية؛ ولكنها لا تملك الخبرة، ولا حتى المعلومات النظرية.
- عدم توفر كوادر متخصصة، والانتشار أصبح هدفاً بذاته على حساب الجودة.

(62) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص 367) بتصرّف.

(63) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص 367) بتصرّف.

- العمل في دول العالم المتخلفة، وهي ذات نُظم وقوانين متغيّرة في مناطق مضطربة.
- آثار المشكلات السياسية العالمية، وإسقاطات الإرهاب العالمي على المؤسسات الخيرية.
- مفاهيم العولمة، وإجبار الآخرين على قيم الأقوياء، والاتفاقيات المجحفة، وأن نستفيد من الجوانب الإيجابية من العولمة.
- غياب التنسيق بين المؤسسات وتكرار تجارب فاشلة.
- عدم وجود قيادة لها خبرة ورؤية ودراية، ولها القدرة على رسم الإستراتيجيات، وقيادة القوى البشرية في المنظمة، وتحفيزها، وإيضاح الرؤية لهم⁽⁶⁴⁾.

أهم ما يميّز المؤسسات الإسلامية عن غيرها من المؤسسات في مجتمعاتها:

- المنطلق الشرعي الذي تنطلق منه في أعمالها.
- قُربها من المجتمع، وقدرتها على تلّمس احتياجات المجتمع بشكل مباشر.
- الثقة التي تختصُّ بها هذه المؤسسات من قِبَل المجتمع الذي تعمل به، سواءً قيادتها والعاملون فيها.
- المرونة في عملها نتيجة بروز البُعد التطوّعي للعاملين بها أكثر من غيرها من المؤسسات التقليدية.
- استناد هذه المؤسسات في عملها على موروث اجتماعي قديم وأصيل تمثّل المؤسسات الإسلامية الحاليّة امتدادًا له⁽⁶⁵⁾.

ضرورة تجويد وتحسين العمل الدعويّ المؤسّسيّ:

(64) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص 368).

(65) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص 367، 368)

إنه لمن المهم جداً التطوير الدائم للعمل الدعوي، وعدم الوقوع في فخ الاستقرار وترك الأمور تسير بالدفع الذاتي، وإلا حتماً ستظهر المشكلات وتزداد التحديات والعوائق، حتى يكون مأل العمل المؤسسي سيئاً؛ فلا بد من متابعة الأهداف وسبل الوصول إليها والأسس التي تقوم عليها المؤسسة، وهلمَّ جرّاً.

ولا يسعنا المقام للحديث عن تجويد وتحسين المؤسسات الدعوية من كافة جوانبها. لذا؛ سنركز على تجويد وتحسين وتنمية أهم عامل بالمؤسسات الدعوية، وهو العامل البشري بنوعيه: الموظف والمطوّعين؛ حيث إن المؤسسات في أشد الحاجة إلى حُسن توظيف هاتين الفئتين والاستفادة منهما؛ للقيام بالعمل الخيري على أكمل وجه.

فإنه "بناءً على الاحتياجات الفعلية للعمل الخيري، التي تزداد يوماً بعد يوم؛ فإن ذلك يتطلب إعداد كوادر بشرية قادرة على الإبداع والابتكار في مجال العمل الخيري؛ حتى تتعدّد روافد العطاء؛ لأنه إذا لم يكن هناك إبداع في عرض مشاريع العمل الخيري بمختلف صورته، فلن يكون هناك إقبال من قِبَل الناس لدعمه مادياً ومعنوياً، وحتى يظهر العمل الخيري بصورة مقبولة ومستحسنة من الناس، ولا يكون في مستوى أقلّ مما تقدّمه باقي فئات المجتمع في عرض أيّ سلعة دُنوية، فيقبل عليها الناس، ويتركون دعم العمل الخيري. لذلك؛ كان لا بدّ من الاهتمام بالعنصر البشري حتى يقدّم العمل الخيري في صور وأشكال تتناسب مع التطوُّر الحاصل في مختلف الأماكن والجوانب"⁽⁶⁶⁾.

أهمية تنمية الموارد البشرية في المنظّمات الخيرية وأساليب تقييمها:

بدايةً، إن "العمل الخيري يحتاج إلى جميع أفراد المجتمع الإسلامي، رجالاً ونساءً، شبيهاً وشباباً، صغاراً وكباراً، في دعمه مادياً ومعنوياً، ومن هنا برزت أهمية توظيف العنصر البشري بكلّ فئاته، وأنواعه، وقدراته، واستعداداته، وإمكاناته؛ لخدمة العمل الخيري وتطويره، والارتقاء به؛ لسدّ

(66) خالد بن عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق].

احتياجات المسلمين من جميع الجوانب: الاقتصادية والتعليمية والتربوية والصناعية والزراعية والاجتماعية والصحية. لذلك؛ فالعنصر البشري يعدُّ من أغنى الموارد التي تملكها المنظمة؛ لأن قوَّة أيِّ منظمة تُستمدُّ من قوَّة رجالها، لا من قوَّة حُطَّطها أو لوائحها أو أنظمتها أو مواردها المالية، ولا سيَّما إذا وجدت القوى البشرية المدرَّبة التي تستطيع تسخير هذه الإمكانيات لتحقيق أهداف المنظمة الخيرية"⁽⁶⁷⁾.

وقد "أصبحت الإدارة الحديثة مؤمنة بأنه إذا كان نجاح المنظمة مرهوناً بتحقيق أهدافها، فإن أفراد القوى العاملة هم الوسيلة لتحقيق هذه الأهداف، وحتى تزدهر وتتطوَّر المنظمة؛ فإن عليها أن تُعيد ترتيب أولوياتها، وأن تتبنَّى مدخلاً بنائاً وفعالاً لإدارة الموارد البشرية يقوم على تكوين فريق متكامل من العاملين، لديهم الخبرة، والمهارة، ولديهم أيضاً الرغبة الاختيارية في العمل بكفاءة، ويتوفَّر لديهم الحافز لرفع كفاءتهم الإنتاجية، ويشعرون بالرغبة في البقاء في المنظمة، والولاء لها، ويتأكَّد ذلك بأهمية سعي المنظمة للإبقاء والمحافظة على قوَّة عاملة مستقرَّة، وتقوية جهود أعضائها بطريقة إيجابية وبناءة"⁽⁶⁸⁾.

وسائل تطوير العنصر البشري:

لتطوير العنصر البشري، والارتقاء بأدائه في العمل المؤسسي؛ ثمة وسائل متعدِّدة، من أهمِّها:

التدريب:

التدريب من أهمِّ وسائل الارتقاء بالعنصر البشري وتطويره في المؤسسات؛ حيث إنه يزيِّد من معلومات المتدرِّب وخبرته، وينمِّي مهاراته، وللأسف فإن التدريب - رغم أهميته - معطلٌ - إلى درجة كبيرة - لدى المؤسسات العاملة في العمل الدعوي والخيري.

(67) خالد بن عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق]. (ص 334).

(68) زكي محمود هاشم. إدارة الموارد البشرية. [الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1989م]. (ص 22).

ويعرّف التدريب بأنه: "كلُّ جهدٍ إداريٍّ يؤدِّي إلى إمداد العاملين بالتعليمات والإرشادات والتوجيهات والمعلومات، بالشكل أو الأسلوب الذي يضمن إمامهم بدقائق عمل معيّن، وظروفه، أو من شأنها أن تُمدّهم بمهارات فنية أو علمية أو سلوكية، تمهّد المسيرة نحو تحقيق أهدافهم وأهداف المنظمة" (69).

ويعرّف أيضاً بأنه: "تلك الجهود الهادفة إلى تزويد الموظف بالمعلومات والمعارف التي تكسبه مهارةً في أداء العمل، أو تنمية وتطوير ما لديه من مهاراتٍ ومعارفٍ وخبرات، بما يزيد من كفاءته في أداء عمله الحالي، أو بعده؛ لأداء أعمال ذات مستوى أعلى في المستقبل" (70).

ولا شك أن التدريب صار مكلفاً مادياً، ويحتاج لجهد ووقت كبير؛ بيد أنه لا غنى عنه للمؤسسات الدعوية باعتباره سبيلاً للتطور والتحسين، وعلى المؤسسات إنشاء إدارة خاصة به (إدارة التدريب)، يديرها مختصون يتابعون العاملين وما يحتاجونه لتطويرهم وتنميتهم.

أهداف التدريب في العمل الدعوي المؤسسي:

للتدريب العديد من الأهداف؛ منها:

- إحداث تغيير في طبيعة الفرد بما يحقق أهداف المنظمة.
- تأهيل العامل في المجال الخيري لمواجهة التحديات الخارجية، وفهم طبيعة هذه التحديات.
- تحقيق توزيع العاملين في المنظمة بوضع الرجل المناسب في المكان المناسب.
- التخلص من حدة الإشراف؛ إذ إن التدريب يمكّن الإنسان من القيام بعمله على أحسن وجه؛ مما يجعله أقل حاجة للإشراف عليه.
- الكشف عن الأفكار الجديدة والأساليب المستخدمة في العمل.

(69) منصور أحمد منصور. قراءات في تنمية الموارد البشرية. [الكويت، وكالة المطبوعات، طبعة عام 1976م]. (ص 203).

(70) زكي محمود هاشم. إدارة الموارد البشرية. [مرجع سابق]. (ص 22).

- تسهيل مهمّة الإشراف على العاملين، ومن ثمّ توجيههم بالطرق المناسبة؛ وذلك لما يفعله التدريب في الكشف عن مواطن القوّة والضعف عند هؤلاء العاملين.
- توطيد العلاقة بين العاملين بعضهم ببعض، وبينهم وبين رؤسائهم.
- زيادة كفاءة العاملين؛ مما يفتح أمامهم فرص الترقّي، ويرفع معنوياتهم.
- تمكينهم من أداء أعمالهم بكفاءة، حتى في حالة تغيير المديرين.
- زيادة مهارات العاملين، ومن ثمّ زيادة إنتاجهم.
- ترشيد العادات السلوكية، وتطوير القيم عند العاملين؛ لنكفل لهم المحافظة على توازنهم النفسي (71).

الدورات المقترحة في العمل الدعويّ المؤسسيّ:

العمل الدعويّ والخيريّ به الكثير من الوظائف المتنوّعة التي تحتاج لدورات تدريبية، نذكر منها أمثلة - على سبيل المثال لا الحصر - وعلى المؤسسات أن تنظر ما تحتاج منها، أو تنسج على منوالها حسب احتياجها، منها:

- ❖ مهارات كتابة التقارير.
- ❖ فنّ توزيع الأغذية والأدوية في موقع الكارثة.
- ❖ إعداد تكاليف ميزانية الإغاثة.
- ❖ فنّ جمع التبرعات.
- ❖ مهارات إدارة المنظمات الخيرية.
- ❖ كيفية التعامل مع المتطوّعين.
- ❖ إدارة الاجتماعات.
- ❖ بناء فريق العمل.

(71) خالد بن عبد الرحمن العجمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق].

- ❖ فن الإلقاء والتحدُّث العام.
- ❖ مهارات تشخيص المشكلات واتِّخاذ القرارات.
- ❖ مهارات الاتِّصال الفعَّال.
- ❖ مهارات إدارة المشاريع الخيرية ومتابعتها.
- ❖ فنُّ إعداد البرنامج الخيري للمجتمع.
- ❖ مهارات إقامة المعارض الخيرية(72).

(72) خالد بن عبد الرحمن العجيمي . مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق].

(ص 337).

المبحث الرابع

عوامل نجاح وتميُّز العمل الدعوي المؤسَّسي

العمل الدعوي المؤسسي في أي منظمة دعوية تمر بمراحل تسمى دورة حياة المنظمات، وحين دراسة هذه النماذج المتعددة نجد أن لكل مرحلة من مراحل عمر المنظمة إجراءات ومعايير نجاح تمر بها حتى تنتقل للمرحلة التي بعدها، ونشير بشكل مختصر لهذه المراحل:

1. دورات الحياة غير الربحية:

بعد بحث سريع وجدنا أن أكثر القطاعات غير الربحية تعتمد هذا النموذج والذي يتميز بمعايير نظامية في الحياة التنظيمية للمنظمة من خمسة مراحل⁽⁷³⁾:

1. الفكرة Idea.

2. البدء Start-up.

3. النمو Growth.

4. النضج Maturity.

5. التراجع Decline.

6. الأزمة Crisis.

(73) Susan Kenny Stevens. Nonprofit Lifecycles: Stage-Based Wisdom for Nonprofit Capacity 2005.

2. قامت شركة Speakman Management Consulting بتطوير النموذج، وتم دراسة النموذج بشكل مفصل، وتعتبر الدراسة من أفضل الدراسات في هذا الباب لكن من عيوبها الرئيسة أنها دراسة عنيت بالقطاع الربحي وليس الغير الربحي، وتم تقسيمها إلى ستة مراحل⁽⁷⁴⁾:

1. الابتكار (جذور العشب) Invention (Grass Roots)
2. بدء (الحضانة) Start-Up (Incubation)
3. مراهق (النمو) Adolescent (Growing)
4. النضج (الاستدامة) Mature (Sustainability)
5. الركود والتجديد Renewal & Stagnation
6. الرفض والإغلاق Decline and Shut-Down

3. دراسة ونموذج Adizes Organizational Lifecycle 2004

اعتمدت هذه الدراسات تفصيلا أكثر حول مراحل عمر المنظمة حيث جعلتها في 10 مراحل، وفيها تفاصيل لكل مرحلة وتوجيهات وحلول، ويعتبر النموذج من أفضل النماذج لدورة حياة المنظمة، غير أنها مناسبة للقطاع الربحي أكثر منها لغير الربحي وهذه المراحل هي:

1. التودد courtship
2. الطفولة infancy
3. الازدهار GO-GO
4. المراهقة adolescence
5. الامتياز prime
6. الخريف (الشيخوخة) The Fall
7. الارستقراطية Aristocracy

(74) Nonprofits, Judith Sharken Simon. Speakman Management Consultin. www.Speakmanconsulting.com

8. الاتهام (البيروقراطية المبكرة) recrimination

9. البيروقراطية Bureaucracy

10. الموت Death

4. دراسة ونموذج Grainer's Model of Organizational Growth

تتكون هذه الدراسة من خمس مراحل لدورة حياة المنظمة ولكل مرحلة فيها جزئيتين: تطوّر ونمو وتخبّط ينتهي بأزمة أو Crisis وحين إذ يجب على المنظمة حل هذه المشكلة لتنتقل للمرحلة التي بعدها، وتعتبر الأزمة في نهاية كل مرحلة ظاهر صحية ومتوقعة والتحدي في قدرة القادة لتجاوز كل مرحلة بذكاء ويسر حتى لا يحصل أزمة قد تؤدي بالمنظمة للفشل أو الانهيار، وهذه المرحل الخمسة بشكل مختصر دون تفصيل هي:

1. الإبداع من رائد الأعمال Growth through Creativity وأهم الأزمات فيها أزمة القيادة Crisis of Leadership.

2. الجماعية وتكوين فريق العمل Growth through Direction وأهم الأزمات فيها أزمة الاستقلالية Crisis of Autonomy.

3. التشكيل الرسمي (التفويض) Growth through Delegation وأهم الأزمات فيها أزمة السيطرة Crisis of Control.

4. التفصيل (التنسيق والمراقبة) Growth through Coordination & Monitoring وأهم الأزمات فيها أزمة الروتين والبيروقراطية Red Tape Crisis.

5. التعاون Collaboration Stage وأهم الأزمات فيها ضرورة وجود فريق داخلي لإدارة الأزمات Crisis of Management Team.

فلكل مرحلة عناصرها التي تخصها حتى ترتقي للنجاح المستمر وسنشير لاحقا لتطبيق عملي لجمعية أصول لهذه المراحل بإذن الله تعالى.

بين العمل الجماعي والعمل المؤسسي:

العمل المؤسسي هو "كلُّ تجمُّع منظم يهدف إلى تحسين الأداء، وفعالية العمل؛ لبلوغ أهداف محدّدة، ويقوم بتوزيع العمل على لجان كبرى، وفرق عمل، وإدارات متخصصة: علمية، ودعوية، واجتماعية؛ بحيث تكون لها المرجعية، وحرية اتخاذ القرار في دائرة اختصاصها".

فليس المراد بالعمل المؤسسي العمل الجماعيّ المقابل للعمل الفردي؛ إذ مجرد التجمع على العمل، وممارسته من خلال مجلس إدارة، أو جمعية، أو مؤسسة، لا يجعله مؤسسيًا، فكثير من المؤسسات والمنظمات والجمعيات التي لها لوائح ومجالس وجمعيات عمومية، إنما تمارس العمل الفردي؛ لأنها مرهونة بشخص منها؛ فهو صاحب القرار، وهذا ينقض مبدأ الشورى، الذي هو أهمُّ مبدأ في العمل المؤسسي⁽⁷⁵⁾.

العمل المؤسسي بين الفشل والنجاح:

"الإنسان بطبعه مُحبُّ لذاته، متعصِّب لأفكاره، معتدُّ برأيه، يحبُّ من يوافقه، ويُبادل العداة من يُعاندُه ويضادُّه، ويميل إلى حبِّ التفرد والسيطرة على الآخرين، مع تفاوت بين الناس في تطبيق هذه المفاهيم؛ فتمَّة نفوس - وإن كانت نادرة أو قليلة - تسمو فوق هذه الغريزة، فتمتلك روحًا مؤسسية، وتفكر بعقلية جماعية، فتراها تقدِّم رأي الجماعة، وتتنازل عن التعصُّب لرأيها؛ رغبةً في وحدة الصفِّ وقوته، وحذرًا من تمزُّقه وإضعافه. لذا؛ تفشل المؤسسات ويُخفق المنظَّمات، وتجد المؤسسات الناجحة نادرة الوجود، بُدرة العقلية القيادية التي تمتلك الرؤية المؤسسية الجماعية، وما نجحت الدول الكبيرة والمؤسسات العريقة، إلا لأنه توفَّر لديها فكر المؤسسة، فكان المهيمن، وتقلَّص دور الفرد، حتى صار تابعًا لفكر المؤسسة، وليس مهيمنًا عليه، وصار غياب الفرد أو حضوره لا يؤثِّر كثيرًا في النشاط الرئيس للمنظمة.

ومع أن من أجلِّ اهتمامات المؤسسة الاهتمام الكبير بالفرد؛ لكن ليكون محكومًا بالمؤسسة، لا لتكون المؤسسة محكومةً بمزاجيته وتصرفاته المستمدَّة من حبه للتفرد والسيطرة.

ومن ذلك اعتماد الداعمين على الثقة الكبيرة بشخصيات الأفراد القائمين على هذه المؤسسات أكثر من اعتمادهم على المؤسسات ذاتها؛ نظرًا لأمانتهم وإخلاصهم، وقدرتهم على الإقناع

(75) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مجلة البيان، الرياض، ع143، رجب 1420هـ، نوفمبر 1999م]. (ص 46).

بمستوى الكفاءة في تحقيق رغباتهم وطموحاتهم الخيرية، وهو ما يشكّل أبرز عوامل الجذب للداعمين والمتبرعين، وما لم تهدّب هذه الشخصيات بحبّ المؤسسة والعمل الجماعي، وإشراك الآخرين في توجيه تلك الموارد، فستجد نفسها مدفوعة بتيار الثقة والأمانة التي يوليها إيّاها الداعمون، نحو التفرد والمزيد من السيطرة وتهميش الآخرين، وما لم تحسب العواقب ونهاية هذا التيار، فستؤول المؤسسة إلى الضياع والانهيار بعد تحلّف هذه الشخصية عنها، إلا أن يشاء الله رب العالمين" (76).

عوامل نجاح العمل الدعوي المؤسسي:

إن العمل الدعوي المؤسسي الإسلامي يمتلك من المقوّمات الذاتية التي تدفعه للنجاح الذاتي، والتي لا توجد في غيره من المؤسسات؛ فلا شكّ أن للتربية الإيمانية المتكاملة أكبر الأثر في بناء الطاقات، وتنميتها، واستثمارها استثماراً مناسباً، وهذا عمادُ العمل المؤسسي الدعوي؛ أنه عمل لله بدافع الإيمان.

و"إن مجرد ممارسة العمل من خلال مجلس إدارة، أو من خلال جمعية ومؤسسة خيرية، لا يتقلّ العمل من كونه عملاً فردياً إلى عمل مؤسسي؛ فكثير من المنظمات والجمعيات الخيرية الإسلامية التي لها لوائح وأنظمة، ومجالس إدارة، وجمعيات عمومية - إنما تمارس العمل الفردي؛ فالمنظمة أو الجمعية لا تعني إلا فلاناً من الناس؛ فهو صاحب القرار. وحتى يؤتي العمل المؤسسي ثماره المرجوة، وحتى يُجنّب آثار العمل الفردي؛ كان لا بدّ له من مقومات تسهم في إنجاحه" (77). ومن أهمّ هذه المقوّمات والعوامل:

(76) محمد ناجي بن عطية. البناء المؤسسي في المنظمات الخيرية.. الواقع وآفاق التطوير. [صنعاء، اليمن، 2006م]. (ص 2-4).

(77) عبد الله المسلم. عوامل النجاح في العمل المؤسسي. [مجلة البيان، الرياض، ع118، جمادى الآخرة، 1418هـ، أكتوبر 1997م] (ص 18).

1) توفّر القناعة الكافية بهذا الأسلوب من العمل، بإدراك ضرورته، وخاصّةً في زمن القوّة، وبمعرفة مزاياه وثمراته، وفهم مقوّمات نجاحه؛ للوصول به إلى المستوى المطلوب(78).

2) أن يكون مصدر القرارات مجالس الإدارة، أو اللجان المخوّلة، لا أن يكون القائد أو الفرد هو مصدر القرار؛ بل إن القائد يستمدُّ صلاحياته من المجلس، لا العكس، وأن تملك هذه اللجان مراجعة قرارات القادة ونقضها(79).

3) أن تكون مجالس الإدارة أو اللجان غير محصورة في بيئة واحدة محكومة بأطر تنشئة وتربية وتفكير محدّدة؛ مما يؤثّر على طبيعة اتّخاذ القرار؛ فوجود أفراد من بيئات مختلفة ضمن هذه المجالس يُثري العمل المؤسّسي بتوسيع أنماط التفكير، وتعدد طرق التنفيذ(80).

4) على رئيس المؤسسة أن يرفق بمن معه، ويشعرهم بعطفه ورعايته ولا يغلظ عليهم؛ ولكن الترفق لا يعني إعطاءهم ما يخالف الشرع، ولا أن يفعل ما يهونونه ويترك ما يكرهونه إذا كان ذلك منهم لا يُبيح الشرع، كما يجب على الرئيس أن يسعى إلى بقاء عزيمتهم على العمل في الدعوة إلى الله تعالى، وأن يمنع عنهم المتبّطات والمفترّات، وما يوهن عزائمهم، ويفتّ في أعضادهم(81).

5) أن تكون لغة الحوار هي اللغة السائدة، وأن يكون التنازل عن الرأي الشخصي حين يُعارض رأي المجموعة أسلوب العاملين بما فيهم القادة، أما حين يتمسك الفرد برأيه بحجّة اقتناعه به، فسوف يفقد العمل المؤسّسي قيمته(82).

(78) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسّسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(79) عبد الله المسلم. عوامل النجاح في العمل المؤسّسي. [مرجع سابق]. (ص 18).

(80) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسّسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(81) انظر: عبد الكريم زيدان. أصول الدعوة. [مرجع سابق] (ص 468).

(82) عبد الله المسلم. عوامل النجاح في العمل المؤسّسي. [مرجع سابق]. (ص 18).

6) الاستفادة من خبرات السابقين في مؤسسات المجتمع المدني؛ فمن الممكن أن نكتسب من خبرات الآخرين؛ كالمنظمات الغربية والدولية مثلاً، مَن سبقونا في العمل الخيري المؤسَّساتي، ونأخذ منهم ما لا يتعارض مع عقيدتنا(83).

7) تحديد ثوابت ومنطلقات مشتركة للعاملين في المؤسسة تكون إطاراً مرجعياً لهم، توجه حُطَّة العمل، وتُناسب المرحلة والظروف التي تعيشها المؤسسة(84).

8) التسامي عن الخلافات الشخصية، وتقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية، وهذا يتمُّ بتحسين الاتصال والتواصل بين أفراد المؤسسة بعضهم مع بعض، وبينهم وبين سائر العاملين في الحقل الإسلامي، وهذا أساس قويٌّ للنجاح؛ ففي استفتاء لعدد من القياديين الناجحين اتَّضح أن الصفة المشتركة بينهم هي القدرة على التعامل مع الآخرين، ولن يتمَّ ذلك لأحد ما لم تتربَّ أنفسنا على العدل والإنصاف، ومعرفة ما لدى الآخرين من حقِّ، ومحاولة فهم نفسياتهم من خلال نظرهم هم لأنفسهم، لا من خلال نظرنا نحن(85).

9) التنسيق بين الأقسام واللجان في المؤسسة الخيرية الواحدة، وكذلك التنسيق بينها وبين المؤسسات الخيرية الأخرى، وإقامة جسور التنسيق والتعاون فيما بينها عبر مختلف الصور التي تعطي قوة للعمل الخيري، وتحقيق مزيداً من النفع للمستفيدين منه، وقبل ذلك كله الإسهام بأكبر قدر ممكن في نشر دعوة الإسلام(86).

(83) انظر: عبد الرحمن حمود السميطة. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص 369، 370).

(84) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(85) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(86) انظر: عبد الله المطوع. الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية (دراسة وصفية تقويمية للجهود الدعوية في مؤسستي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، والحرمين الخيرية). [مرجع سابق]. (ص 115).

10) الاعتدال في النظرة للأشخاص؛ إذ تسيطر على كثير من مجتمعات المسلمين نظرة للأفراد مُبالغ فيها، وقد تصل الصورة إلى حدِّ العُلُوِّ لدى بعض الفئات المنحرفة، وحتى أهل السنَّة الذين سلّموا من العُلُوِّ وتقديس الأشخاص، قد لا يسلم بعضهم من إعطاء هالة لبعض الأشخاص تترك أثرها في مدى استعداد هؤلاء لمناقشة رأيهم، أو احتمال رفضه مع بقاء الاحترام والتقدير الشخصي؛ فحين يوجد أمثال هؤلاء في ميادين العمل، فقد يشكّلون ضغطاً وتوجيهاً غير مباشر للآراء⁽⁸⁷⁾.

11) إتقان التخطيط، وتحديد الأهداف لتنفيذها، وتوزيع الأدوار، وهذا يتطلّب مستوى جيّداً في إعداد القادة والمسؤولين، وتدريب العاملين، مع الاستفادة من كلّ الإمكانيات، وتوظيف جميع الطاقات، بعد التعرّف عليها جيّداً⁽⁸⁸⁾.

12) وجود جذور جماهيرية تدعم المؤسسة وتدافع عن استقلاليتها⁽⁸⁹⁾.

13) تطوير العمل المؤسسي باستمرار وسرعة لمجاراة أهمّ ما يميّز هذا العصر، وهو سرعة التغيير على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، والدعوة كعمل مؤسسي يجري عليه ما يجري على المؤسسات من الحاجة إلى التطوير في هذا العالم المتغير⁽⁹⁰⁾.

(87) عبد الله المسلم. عوامل النجاح في العمل المؤسسي. [مرجع سابق]. (ص 18).

(88) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(89) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص 369).

(90) جمال أحمد بادي. الإبداع كمتطلّب أساس للتطوير الدعوي في عالم متغير. [الجامعة الإسلامية العالمية الماليزية. مجلة الإسلام في آسيا. المجلد 17، العدد 1، يونيو 2020م]. (ص 125).

14) التركيز في جداول الأعمال على المنطقات والأسس، وعلى الخطوط العامّة دون المسائل الإجرائية، أو تلك التي يكثرُ الجدل والخلاف حولها، أو المسائل الإجرائية التي تحتاج لمجرّد قرارات إدارية بحتة؛ فهذه يجب أن تُترك للأفراد⁽⁹¹⁾.

15) الأناة في التخطيط، والحماسة في التنفيذ؛ فالأول: لمراعاة القدرات والإمكانات، ومعرفة التحدّيات، وحسن تقدير العواقب، وتحاشي مخاطر السرعة، والثاني: لاستباق الخيرات، وكسب الزمان، واغتنام الهمة، ومبادرة العزيمة⁽⁹²⁾.

16) تنويع مصادر الدخل من خلال الاستثمارات، وتوسيع القاعدة الجماهيرية، والتركيز على بناء كفاءات محلية لضمان استمرار العمل⁽⁹³⁾.

17) أهمية قيام المؤسسات بأداء أعمالها بأساليب علمية حكيمة تكفل استمرارها، وأداءها لعملها على الوجه المطلوب، وحتى لا تتعرّض لكيد الكائدين، وأساليب المغرضين، ولا ينبغي أن يكون أهل النفاق أكثر حنكةً منا؛ فكم نالوا أهدافهم من جمعياتهم وأعمالهم حتى بلغوا مناهم⁽⁹⁴⁾.

18) الإبداع في كافة المجالات المرتبطة بالعمل الدعوي المؤسسي؛ لتجاوز التحدّيات التي تواجهه، وتوسيع آفاقه وميادينه، وإيصال الرسالة لطوائفها بشقّي خلفيّاتهم واحتياجاتهم،

(91) عبد الله المسلم. عوامل النجاح في العمل المؤسسي. [مرجع سابق]. (ص 18).

(92) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(93) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحدّيات. [مرجع سابق]. (ص 369).

(94) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

واختلاف مداركهم وفتاتهم، في عالم سريع التغير، كثير المستجدات والنوازل، والإبداع في حلّ المشكلات التي لا يمكن حلّها بالطرق التقليدية⁽⁹⁵⁾.

(19) السعي للدخول في شراكات مع مؤسّسات غربية، تعمل بنفس الأهداف، مع مراعاة حدود صارمة لذلك؛ حتى لا يتمّ تمييع عقيدتنا، وأسلوبنا الخاص في الحركة⁽⁹⁶⁾.

(20) البحث المستمرّ عن التغطية الرسمية لجميع أنشطة وبرامج المؤسسات الإسلامية، سواء داخل بلدانها الأصلية، أو الدول المضيفة؛ فالوضع لم يعدّ يَحْتَمِل الاختلاف مع الحكومات (هناك استثناءات طبعًا) بعد أن أصبح الجميع مستهدفًا، كلٌّ فيما يخصّه⁽⁹⁷⁾.

(21) الاهتمام بتقديم البرامج الدعوية المناسبة للمرأة عمومًا، والمسلمة خصوصًا؛ لأنّ أغلب أنشطة هذه المؤسسات توجّه للرجال. لذا؛ ينبغي الاجتهاد في تفعيل دور اللجان النسائية في هذه المؤسسات؛ لتقوم بالدور المأمول منها وفق الاستطاعة⁽⁹⁸⁾.

(22) اكتشاف وتصيد الفرص الجديدة في شتى المجالات المرتبطة بالعمل الدعوي المؤسسي⁽⁹⁹⁾.

(95) انظر: جمال أحمد بادي. الإبداع كمتطلب أساس للتطوير الدعوي في عالم متغير. [مرجع سابق]. (ص125).

(96) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص369).

(97) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص369).

(98) عبد الله المطوع. الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية (دراسة وصفية تفويجية للجهود الدعوية في مؤسستي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، والحرمين الخيرية). [مرجع سابق]. (ص460).

(99) انظر: جمال أحمد بادي. الإبداع كمتطلب أساس للتطوير الدعوي في عالم متغير. [مرجع سابق]. (ص125).

23) توظيف شبكة الإنترنت في كل مجالاتها في عمل المؤسسات الدعوية على كل الأصعدة؛ حتى تواكب التطور الذي وصلت إليه المؤسسات في الغرب، وأن تلعب دورها الرسالي في النهوض بالمجتمع، وتنفيذ أهدافها واستراتيجياتها في أسرع زمن وبأقل تكلفة⁽¹⁰⁰⁾.

24) إنشاء مواقع إسلامية دعوية باللغات الأجنبية المختلفة؛ كالإنجليزية والفرنسية والروسية والسواحلية تحت إشراف المجيدين والممارسين لهذه اللغات؛ للتواصل مع شريحة كبيرة من أمة الدعوة، وكذلك إنشاء مواقع خاصة لأهل العلم والفُتيا؛ للتواصل مع الجمهور، واستقبال أسئلتهم ومشكلاتهم، والتفاعل معها، والردّ عليها⁽¹⁰¹⁾.

25) الاستثمار في العنصر البشري، وفي الدراسات المتخصصة بشأن هذه المؤسسات، ورصد المؤشرات التي تتأثر بها، والمحيط الذي تعمل فيه⁽¹⁰²⁾.

26) التركيز على وضع أولويات في كل نشاط ومنطقة عمل، من خلال دراسات علمية جادة، اجتماعية واقتصادية للمناطق؛ لإعطاء العمل أثراً أكبر ومردوداً أفضل⁽¹⁰³⁾.

27) تُنشئ كل مؤسسة من المؤسسات الخيرية إدارة أو لجنة تختصُّ بالنظر في تقويم جهود هذه المؤسسات الخيرية والدعوية، ومتابعة تنفيذها، وتنظر في مدى فعالية هذه البرامج في إفادة

(100) عثمان محمد دفع الله علي القُرْجِي. الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية. [مرجع سابق]. (ص2).

(101) انظر: عثمان محمد دفع الله علي القُرْجِي. الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية. [مرجع سابق]. (ص2).

(102) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص369).

(103) عبد الرحمن حمود السميّط. فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات. [مرجع سابق]. (ص370).

المدعوين والمستفيدين، وتقبُّلهم لها، ونحو ذلك مما يُسهم في الرفع من أداء أعمال المؤسسات الخيرية وكفاءتها (104).

خصائص العمل الدعوي المؤسسي ومميزاته:

إن العمل المؤسسي يمتاز بمزايا عدَّة على العمل الفردي، منها:

(1) أنه يَحقق مبدأ التعاون والجماعية الذي هو من أسمى مقاصد الشريعة (105).

(2) عدم الاصطباغ بصبغة الأفراد؛ ذلك أن العمل الفرديّ تَظَهَر فيه بصمات صاحبه واضحة، فضِعُّه في جانب من الجوانب، أو غُلُوُّه في آخَر، أو إهماله في ثالث، لا بدَّ أن ينعكس على العمل، وقد يُقبَل بقدر من الضعف والقصور في فرد باعتبار أن الكمال عزيز، والبشرية صفة ملازمة للعمل البشري؛ لكن لا يقبل المستوى نفسه من القصور في العمل الجماعي المؤسسي، وإن كان لا بدَّ فيه أيضًا من قصور، فقد يُقبَل من مصلح وداعية معيَّن أن يكون لديه قصور وضعف في الجانب السياسي أو الاقتصادي مثلاً، باعتبار أن الفرد لا يمكنه الإحاطة بكل ذلك؛ لكن ذلك لا يُقبَل من مؤسسة دعوية بأكملها؛ إذ هي قادرة على تحقيق هذا التكامل من خلال مجموع أفرادها.

(104) عبد الله المطوع. الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية (دراسة وصفية تقويمية للجهود الدعوية في مؤسستي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، والحرمين الخيرية). [مرجع سابق]. (ص د).

(105) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

3) تضيق الفجوة بين عمل الدعاة، وردم الهوة بينهم، وتأسيس الأعمال المشتركة بينهم؛ فإن ذلك يقلل التصادم والنزاع، وهي الطريقة المتبعة بين الدول في تأسيس اللجان والمجالس المشتركة، وهو ما لم يشعر بعض الدعاة بأهميته وضرورته بعد⁽¹⁰⁶⁾.

4) الاستقرار النسبي للعمل، أما العمل الفردي فيتغير بتغير اقتناعات الأفراد، ويتغير بذهاب قائد ومجيء آخر، يتغير ضعفاً وقوة، أو مضموناً واتجاهاً⁽¹⁰⁷⁾.

5) تحقيق التكامل في العمل، وذلك في عمل الفرد عزيز؛ فكثيراً مما يحصل من القصور في عمل الفرد يتلاشى في عمل المؤسسة؛ إذ المفترض حدوث التكامل باجتماع الجهود، والمواهب، والخبرات، والتجارب، والعلوم، مع التزام الشورى، والتجرد للحق⁽¹⁰⁸⁾.

6) يمتاز العمل المؤسسي بالقرب من الموضوعية في الآراء أكثر من الذاتية؛ ذلك أن جو المناقشة والحوار الذي يسود العمل المؤسسي يفرض على أصحابه أن تكون لديهم معايير محددة، وموضوعية للقرارات، وهذه الموضوعية تنمو مع نمو النقاشات والحوارات، أما العمل الفردي، فمرده قناعة القائم بالعمل⁽¹⁰⁹⁾.

7) ضمان استمرارية العمل - بإذن الله تعالى - لعدم توقُّفه على فرد يعتريه الضعف والنقص والفتور، ويوحشه طول الطريق، وشدة العنت، وكثرة الأذى؛ وللمثال: فقد كان من أقوى أسباب استمرار التعليم قوياً في الدولة الإسلامية، حتى في عصور الضعف السياسي: قيامه على المؤسسات العلمية القوية التي تمدُّها الأوقاف، كما تمدُّ سائر الجهود الدعوية والإغاثية،

(106) انظر: عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(107) عبد الله المسلم. بين العمل المؤسسي والعمل الفردي. [مرجع سابق]. (ص 38).

(108) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(109) عبد الله المسلم. بين العمل المؤسسي والعمل الفردي. [مرجع سابق]. (ص 38).

التي لم يُتجرَّأ عليها إلا في العصر الحديث، واليوم نرى استمرار المؤسسات الغربية قويَّةً تساندها جمعيات كثيرة (110).

(8) العمل المؤسسي أكثر وسطية من العمل الفردي؛ إذ هو يجمع بين كافة الطاقات والقدرات التي تتفاوت في اتجاهاتها وآرائها الفكرية؛ مما يُسهِّم في اتجاه الرأي نحو التوسُّط غالبًا، أما العمل الفردي، فالفرد لو توسَّط في أمر، فلربما تطرَّف - إفراطاً أو تفريطاً - في آخر (111).

(9) الاستفادة من كافة الطاقات والقدرات البشرية المتاحة، فهي في العمل الفردي مجرد أدوات للتنفيذ، تنتظر الإشارة والرأي المحدد من فلان، أما في العمل المؤسسي، فهي طاقات تعمل وتبتكر وتُسهِّم في صنع القرار (112).

(10) عموم نفعه للمسلمين؛ لعدم ارتباطه بشخصية مؤسسه، وهذا بدوره يُنمِّي الروح الجماعية الفاعلة، ويُجبي الانتماء الحقيقي للأمة، وهذا مَكْمَن قُوَّتِهَا (113).

(11) العمل المؤسسي هو العمل الذي يتناسب مع تحديات الواقع اليوم، فالأعداء الذين يواجهون الدين، يواجهونه من خلال عمل مؤسسي منظم، تدعّمه مراكز أبحاث وجهات اتِّخاذ قرار متقدِّمة، فهل يمكن أن يواجه هذا الكَيْدُ بجهود فردية؟! (114).

(110) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(111) انظر: عبد الله المسلم. بين العمل المؤسسي والعمل الفردي. [مرجع سابق]. (ص 38).

(112) عبد الله المسلم. بين العمل المؤسسي والعمل الفردي. [مرجع سابق]. (ص 38).

(113) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(114) عبد الله المسلم. بين العمل المؤسسي والعمل الفردي. [مرجع سابق]. (ص 38).

12) الاستفادة من الجهود السابقة والخبرات التراكمية، بعد دراستها وتقويمها بدقة وإنصاف وحيادية، وبذلك يتجنّب العمل تَكَرُّر البدايات من الصفر الذي يعني تبديد الجهود والعبث بالشروات(115).

لماذا الإحجام عن العمل المؤسسي؟

ثُمَّ تسأول يثور: عَمَلٌ بهذه المزايا، ما الذي حدا بالأمة اليوم أن تُحجم عنه؟

ويجاب بأن للأمر خلفياتٍ وأسبابًا، منها:

1) طبيعة المجتمعات الإسلامية المعاصرة عامّة، وعدم ترشّخ العمل المؤسسي في حياتها؛ لما اعتراها من بُعد عن الدين أدّى إلى تأصّل الفردية، وضعف الروح الجماعية، والحوار والمناقشة والمشاركة، ولما حلَّ بها من تخلّف حضاري أقعدها عن الأخذ بأسباب الفاعلية والنجاح، فأصابها التأخّر وتبدّد الطاقات.

2) ضعف الملكة الإدارية لدى كثير من العاملين في الحقل الإسلامي؛ بسبب إهمال العلوم الإنسانية التي أفاد منها الغرب، وهذا مما ورثه العاملون عن مجتمعاتهم، وقد أدّى هذا الضعف إلى الجهل بالعمل المؤسسي ومقوماته وأسباب نجاحه، فتلاشت الخطأ، وأغلقت دراسة الأهداف وإقامة المشاريع، وصار العمل مجرد ردود أفعال غير مدروسة، أو عواطف غير موجّهة.

3) حاجة الدعوة إلى الانتشار، مع قلة الطاقات الدعوية المؤهّلة؛ مما حدا بكثير من الدعاة إلى التركيز على الكمّ لا الكيف، والغفلة عن قدرة العمل المؤسسي على الموازنة بين الكمّ والكيف، وتحقيق أكبر قدر منهما.

(115) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص

4) الخلط بين العمل الجماعي والمؤسسي، والظن بأن مجرد قيام الجماعة يعني عملاً مؤسسياً، في حين أن كثيراً من التجمُّعات والمؤسسات لا يصدّق عليها حقيقة هذا الوصف؛ لانعدام الشورى، والمركزية في اتخاذ القرار.

5) الشُّبهات العارضة التي يتذرّع بها المانعون من العمل الجماعي؛ بحُجّة بدعيّته، فأحجموا بذلك عن العمل المؤسسي؛ انطلاقاً من هذه الشُّبهة.

6) حداثة العمل الإسلامي المعاصر، فإنه إذا ما قُورن عُمره بعُمر المؤسسات الغربية، بان قصيراً جداً (116).

فالمؤسسات الإسلامية تقوم بجهود مباركة لا تُخطئها العين المنصفة، غير أن النقص من طبيعة البشر، والكمال لله وحده، لذا؛ يجب على مؤسسات العمل الدعوي بأنواعها أن تتبّع أسلوباً حكيمًا يتّسم بقدر كبير من الفهم والمرونة؛ لتطوير الوسائل المستخدمة، والاستفادة من كل النُظم والوسائل العصرية الفاعلة في مجالات الاتصال والتأثير، ويجب على مؤسساتنا الإسلامية أن تسلك وتشجّع ثقافة المراجعة والنقد الهادف؛ لتصحّح مسارها، وتجدّد حياة فكرها وشعورها؛ لتصبح خياراً مشجّعاً للبلاد التي تعمل فيها، والشعوب التي تستهدفها بالدعوة والعمل الخيري، خاصة في ظروف المتغيرات الحالية والمتوقّعة؛ مما يطلب حُطاً متجدّدة، وبرامج ذكية، تخرج بها من ضيق البلاء إلى سعة الرجاء (117).

(116) انظر: عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه. [مرجع سابق]. (ص 46).

(117) انظر: خالد بن عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق]. (ص 332).

الفصل الثاني:

نشأة جمعية أصول الدعوة، وأهدافها، ومجالات عملها

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: نشأة جمعية أصول الدعوة، ورؤيتها ورسالتها.

المبحث الثاني: أهدافها، ومجالات ووحدات عملها

المبحث الثالث: ميزة مجالات عمل جمعية أصول في تحقيق رؤيتها ورسالتها.

الفصل الثاني

نشأة جمعية أصول الدعوة، وأهدافها، ومجالات عملها، وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول

نشأة فكرة جمعية أصول، ورؤيتها ورسالتها وقيمتها⁽¹¹⁸⁾:

تأسست جمعية أهلية بشكل رسمي في 6/7/1443 هـ، برقم (2239)، بموجب نظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم (٦١) وتاريخ ١٨/٢/١٤٣٧ هـ ولائحته التنفيذية الصادرة بالقرار الوزاري رقم (٧٣٧٣٩) وتاريخ ١١/٦/١٤٣٧ هـ. ولها مجلس إدارة وجمعية عمومية وتسير وفق اللوائح والإجراءات المتبعة لنظام الجمعيات وتشرف عليها من الناحية الإدارية المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي، ومن الناحية الإشرافية وزارة الشؤون الإسلامية، وهذا يعطي الجمعية غطاء رسمياً متكاملًا وفق الحكومة والإجراءات الرسمية مما يساعدها على تحقيق أهدافها ورسالتها. ولكل جمعية قصتها وفكرتها الأساس التي قامت عليها، وهكذا كانت لجمعية أصول، وفيما يلي جوانب مهمة من قصة التأسيس استقها الباحث من اجتماعات متكررة مع فريق العمل بالجمعية، ومطالعة لوثائقها:

فكرة الجمعية:

فكرة الجمعية كانت ثمرة تأمل طويل من قبل فريق وأعضاء الجمعية في الجهود الكبيرة المبذولة في الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام، وجد القائمون على الجمعية بعدها أن المشتغلين بهذه المهمة الجليلة كُثُر، لكن صناعة المحتوى الدعوي والتعليمي وباللغات المختلفة المواكب لروح العصر والمناسب لثقافات المدعوين من خلال بيانات ومعلومات ودراسات محكمة مع استثمار

(118) لقاءات أجراها الباحث مع فريق الجمعية، جرى خلالها الاطلاع على الوثائق التأسيسية.

الدعوة الإلكترونية بأدواتها المختلفة لم تحظ بمثل هذه العناية، ومن هنا جاءت فكرة تأسيس الجمعية.

وقد كان المنهج العلمي الواضح معلماً بارزاً لجمعية أصول منذ اللحظة الأولى؛ فقبل البدء في بناء التصور المؤسسي للجمعية قام فريق العمل بدراسة عدد كبير من المنتجات الدعوية بعدة لغات، عبر إجراء مجموعة من الاستبيانات والدراسات الميدانية لقياس جودة المحتوى من جميع النواحي؛ فمن ذلك:

- دراسة ميدانية أجريت في منطقتي لندن وكاردف في بريطانيا، وكان عدد المشاركين فيها (140) مسلماً جديداً، وُرِّع عليهم استبيان مركّز حول المحتوى الدعوي الذي يناسب المسلم الجديد، وقد أعطي كل مشارك مدة (45) دقيقة ملء الاستبيان الخاص به، ثم قام الفريق بدراسة الاستبيانات واستخلاص النتائج منها.
- توزيع خمسة استبيانات إلكترونية عن جودة الأفلام الدعوية في خمس لغات، توجهت فيها الأسئلة إلى المشاركين عن مناسبة الأفلام للمدعوين، والتميز والإبداع فيها، وكفايتها من ناحية الكمية ومن ناحية الموضوعات، ثم استخلصت النتائج منها لبناء تصور صحيح عن ذلك الجانب المهم من المحتوى الدعوي.
- توزيع استبيان ورقي على عدد من الدعاة في الهند وسيريلانكا وإندونيسيا وعدد من البلدان الأخرى عن نظرهم إلى المحتوى الدعوي المتوفر بلغاتهم، وهل يناسب ثقافة المدعوين واحتياجاتهم، ثم جمع الاستبيانات واستخلاص نتائجها.
- عمل استبيانات ورقية وإلكترونية عن واقع المحتوى الدعوي في تسع وعشرين لغة؛ صنعت الجمعية لأجلها موقعاً إلكترونياً خاصاً، وبرنامجاً حاسوبياً مشتملاً على نظام لتحليل النتائج واستخلاص الإحصاءات والحقائق منها.
- الاطّلاع على البرامج والمشاريع التي تهتم بصناعة المحتوى وإعداده ونشره وكذا الجمعيات والمراكز المختصة بالدراسات والتدريب والتعليم الدعويين، وسؤال أهل الخبرة في هذا المجال، وحضور العديد من ورش العمل المنعقدة لمناقشة واقع المحتوى وسبل تطويره.

● إعداد عدد من الدراسات حول صناعة المحتوى الدعوي ودراسة عن المسلم الجديد ودراسة عن الضوابط الشرعية للمحتوى الدعوي، لتكون قاعدة أساس للعمل على المحتوى الدعوي والتعلمي تنطلق منها الجمعية في منتجاتها وبرامجها، وقد تم نشر هذه الدراسات أيضا (119).

وقد أكدت تلك الدراسات واللقاءات والاستشارات ما كان القائمون على الجمعية يلمسونه بحكم معاشتهم للعمل الدعوي، من الحاجة الماسة لوجود جمعية تهتم بصناعة المحتوى الدعوي، وصناعة الدراسات والأبحاث المتعلقة به، وتعميم ثقافة الجودة عبر التدريب والتعليم والتأهيل لصنّاع المحتوى الدعوي والتعليمي ونقل المعرفة، وقد ظهر للقائمين على الجمعية بعد الدراسة أن الدواعي التي توجب تأسيس الجمعية كثيرة ومتنوعة، لكن أهمها ثلاثة أمور:

1. أن المحتوى الدعوي المميّز من كتب ومقاطع مرئية مملوك لجهات تحتفظ بحقوق نشره وتوزيعه؛ مما يؤثّر على اتساع دائرة انتشاره.

فأخذت جمعية أصول على نفسها أن تكون كلُّ منتجاتها موقوفة ومسبّلة للمسلمين جميعاً، وألا تحتفظ بحقوق نشر أيّ منتج منها، طالما راعى ناشره ضوابط الجمعية وهي:

- عدم التغيير في المحتوى المصنوع من قبل الجمعية.
- والإشارة إلى مصدر المنتج.
- والالتزام بمعايير الجودة التي وضعتها الجمعية.

2. الضعف الذي ثبت لدى الفريق بالبراهين في جانبٍ من ذلك المحتوى الموجود، وهذا الضعف تجلّى في عدة صور:

أ- ضعف في ناحية الدقة العلمية والضبط الشرعي للمحتوى ثم مناسبة المحتوى لثقافة المدعويين وطرائق تفكيرهم؛ وهو ضعف لا يمكن جبره إلا بوضع ضوابط شرعية وعلمية واضحة لصنّاع المحتوى تُعالج أماكن الاشتباه ومواطن الزلل بعلم وإنصاف، ثم دراسة اللغات والموضوعات دراسة فاحصة قبل الشروع في صناعة المحتوى الدعوي المناسب لها، وهذا ما قامت الجمعية به في مشروعين مهمين هما:

* وثيقة الضوابط الشرعية للمحتوى الدعوي.

(119) انظر موقع المستود الدعوي التابع للجمعية www.dawa.center.

* وسلسلة دراسات الدول.

ب- ضعف في ناحية جودة الترجمة وإتقانها، وهو ضعف يمكن جبره بصياغة محددات علمية صارمة للشروط الواجب توفُّرها في المترجمين، وللأساليب المثلى لترجمة المحتوى الدعوي، من قبل مختصين في هذا الحقل، وهذا ما عملت الجمعية على إعداده بالفعل في وثيقة بعنوان "ضوابط الترجمة الشرعية".

ت- ضعف في النواحي الفنية والشكلية وترك مسaire التطور الكبير في تصميم وإخراج المواد المقروءة والمرئية والمسموعة، وجبر هذا الضعف يكون بصياغة معايير وضوابط لهذا الجوانب مستمدة من روح العصر ومنضبطة بضوابط الشرع، وتطبيقها في منتجات دعوية، وتعميمها على صناعات المحتوى؛ لينتفعوا بها فيما يقدمونه، وقد أعدت الجمعية لأجل ذلك وثيقة بعنوان "معايير التصميم الفني للمنتجات الدعوية".

ث- ضعف في نقل الخبرات من المؤسسات العاملة في صناعة المحتوى إلى نظرائها، وضعف في جوانب التدريب لكوادر العمل؛ نتيجة لإغفال هذا الجانب أحيانا، وندرة من يقدم البرامج التدريبية فيه في أكثر الأحيان، والحل الناجح لهذه المشكلة يكون بتخصيص مجال كامل من مجالات عمل الجمعية هو "أصول التعليم" وهو مشروع طموح يعنى بنقل خبرات الجهات المتميزة العاملة في هذا المجال.

ج- ضع من ناحية الدراسات والمعلومات والبيانات المراجعة والمدققة وبناء نظام معرفي يجمع تلك الأوعية المختلفة ويحللها ومن ثم يتم اتخاذ القرار المناسب الذي يفيد في عمل الجمعية ومنتجاتها ويستفيد منه كذلك القائمون على العمل الدعوي بوجه عام.

وبهذا تكون جمعية أصول قد جعلت معالجة جوانب الضعف الخمسة من الأصول المرعية في عملها، وعملت على تقديم الحلول المناسبة لكل جانب منها بطريقة علمية مؤسسية.

3. وجود احتياج لكيانٍ مؤسسيٍّ مختصٍّ بصناعة المحتوى الدعوي متعدد اللغات، فوجود مثل هذا الكيان أمر مهم للارتقاء بصناعة المحتوى، وتعميم ثقافة الجودة في هذا الحقل من العمل الإسلامي، فلقد ظهر للعمل المؤسسي من الثمرات ما لا تحطئه عين، وأهل الدعوة الإسلامية من أحوج الناس للنهوض بمشروعات مؤسسية تقابل مشاريع خصوم الإسلام.

وبعد ذلك أجرى فريق الجمعية عددًا كبيرًا من اللقاءات مع خبراء وأكاديميين في مجالي الدعوة والإدارة، وعرض عليهم دوافع إقامة الجمعية والتصور الذي بنوه لها، فاستفادوا من ملحوظاتهم واقتراحاتهم التي أثرت العمل، ثم انطلقوا بخطوات ثابتة في طريق واضح نحو غاية بيّنة، وفي هذه المرحلة جرى صياغة رؤية الجمعية ورسالتها على النحو التالي:

1- رؤية جمعية أصول: الريادة والتميز في صناعة وإثراء المحتوى الدعوي والتعليمي بلغات العالم.

2- رسالة جمعية أصول: جمعية خيرية مجتمعية تسهم في الدعوة إلى الله تعالى، والتعريف بقيم الإسلام وتعليمه، من خلال بناء الخبرات، وصناعة البرامج النوعية، ومساندة المهتمين، عبر فرق مؤهلة، وبيئة متعلمة محفزة، وممكنات عصرية وشراكات فاعلة، ومنهج علمي يخاطب جميع الثقافات.

3- قيم جمعية أصول: قامت جمعية أصول على عدد من القيم الحاكمة للعمل وهي على النحو التالي:

(الجودة، والموثوقية، والإبداع، والارتقاء، والشراكة، والابتكار، والجمالية، ووقفية المعرفة، والاستدامة).

ومما ذكر أعلاه جعل القائمون على الجمعية واختصروا قصة الجمعية بهذه العبارة الموجزة:

قصتنا:

ننطلق باسم الله... نستمد كنوز أمس... ونستثمر أدوات اليوم... لبنني طموح الغد...
وبأصول المحتوى الدعوي نعرض الإسلام بلغات العالم.

نسعى أن نقدم رسالة الإسلام كما أرادها الله تعالى، مؤمنين بأن العالم في أمسّ الحاجة إلى هذا الدين بجماله ومبادئه وأحكامه وحضارته، وأن الإنسان محتاج كل الاحتياج إلى معرفة الإنسان الكامل محمد ﷺ، والافتداء به في أقواله وأفعاله والاستجابة لرسالته التي هي رحمة للعالمين.

المبحث الثاني

أهداف جمعية أصول ومجالاتها ووحدات عملها:

بسؤال فريق عمل الجمعية عن أهدافها الإستراتيجية ومجالاتها ووحدات عملها، أفادوا بأن الأهداف هي الأهداف الاستراتيجية في اللائحة الأساسية للجمعية⁽¹²⁰⁾ التي تم تحديدها مع المركز الوطني لتنمية العمل الخيري بما يلي:

أما عن أهداف الجمعية فهي:

- نشر العلم النافع وتبصير المسلمين بأمر دينهم؛ عقيدةً، وعبادةً، ومعاملةً، وأخلاقاً.
- دعوة غير المسلمين للدخول في الإسلام، وتعريفهم به، وبيان محاسنه لهم.
- استخدام التقنية الحديثة في الدعوة الى الله تعالى، ونشر العلم الشرعي.
- تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام، وردّ الشبهات المثارة عليه.
- تعليم المسلمين أصول دينهم، وتعميق روابط الأخوة فيما بينهم.

ولذا ذكر القائمون على الجمعية كما في موقعها الرسمي⁽¹²¹⁾ العبارة التالية والتي تلخص الغاية والهدف الاستراتيجي للجمعية:

لماذا الجمعية؟

من رؤية المملكة 2030 نستلهم محور بناء «مجتمع حيوي»، يعيش أفراده وفق المبادئ الإسلامية ومنهج الوسطية والاعتدال، فخورين بإرثهم الثقافي العريق، في بيئة إيجابية وجاذبة. وندرك أن هذا الوطن امتزجت رايته بشعار الإسلام، وحين نعرض صورة الإسلام الحقيقية المشرقة: نعرض للعالم صورة بلد فيه بدأ الإسلام، وضم تاريخه، ومقدساته.

⁽¹²⁰⁾ اللائحة الأساسية لجمعية أصول للمحتوى الدعوي رقم الإصدار 1 تاريخ 1443-7-6.

⁽¹²¹⁾ www.osoulcenter.com

ومن هنا نقدم نموذجًا من السياحة الثقافية، لنعرّف زائر بلادنا بالعمق الإيماني والثقافة الحضارية، ولنمدّد جسور التواصل المعرفي مع كل عين تتطلّع إلينا من العالم.

أما عن مجالات العمل والوحدات فللجمعية ثلاثة مجالات عمل رئيسة؛ يتفرّع من كل مجال منها مجموعة من الوحدات وفي كل وحدة استراتيجية مشاريع تتبع هذه الوحدة وذلك على الصورة التالية:

فالمجال الرئيس لعمل الجمعية (Core Business) هو مجال أصول المحتوى، ويشتمل على اثنتي عشرة وحدة؛ هي:

- 1- وحدة أصول الكتب الدعوية.
- 2- وحدة أصول اللوحات الدعوية.
- 3- وحدة أصول الأفلام الدعوية.
- 4- وحدة أصول الصوتيات الدعوية.
- 5- وحدة أصول المواقع الدعوية.
- 6- وحدة أصول الحوار الدعوي.
- 7- وحدة أصول التطبيقات الدعوية.
- 8- وحدة أصول خدمة اللغة العربية.
- 9- وحدة أصول خدمة القرآن الكريم.
- 10- وحدة أصول خدمة السنة النبوية.
- 11- وحدة أصول ويكي لإثراء المحتوى الإسلامي في الويكيبيديا.
- 12- وحدة أصول الأطفال.

ويغذيه مجالان هما:

أصول الدراسات؛ ويتفرّع منه:

13- وحدة الأبحاث والدراسات.

14- ووحدة المستودع الرقمي.

15- ووحدة الرصد المعلوماتي.

وأصول التعليم؛ ويتفرّع منه:

16- وحدة المنصات التعليمية.

17- وحدة المناهج التعليمية.

18- وحدة التدريب والتأهيل.

وقد ذكر القائمون على الجمعية أن هذه القسمة الثلاثية جاءت بعد دراسة لمتطلبات المستفيد بعد تحديد احتياجاته، وهي تحقق رضا المستفيد الذي يعرف عن طريق ما بات يعرف في علوم الإدارة بالتغذية الراجعة (Feedback) عبر التفاعل والتقييم، وكل مجال من المجالات الثلاثة قابل للاستقلال بحيث يكون جمعية مستقلة.

وعلى رأس هذه المنظومة تقع القيادة والإشراف بأقسامها: إدارة المعرفة، وإدارة التخطيط والتطوير، وإدارة التنمية والاستدامة.

وتكتمل المنظومة بالخدمات المساندة التي تضطلع بدور مهم في النهوض بالعمل ومساندة وحداته، والتنسيق مع الجهات الخارجية؛ وأقسامها خمسة: الشراكات والعلاقات، والتصميم والإعلام، وإدارة التقنية، والشؤون المالية، والشؤون الإدارية.

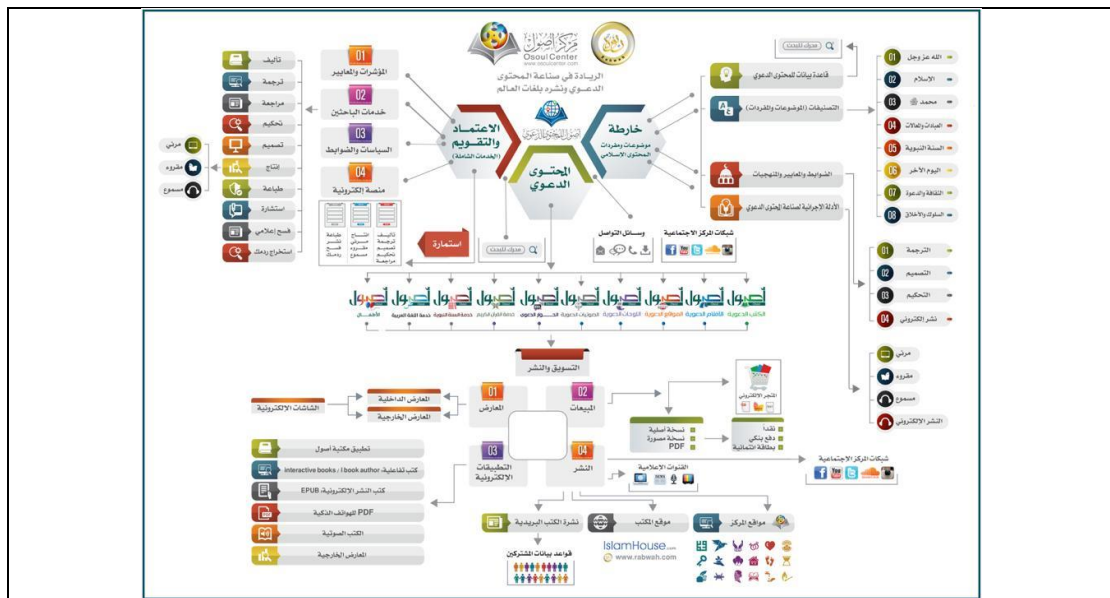
شكل رقم (1) الخارطة الاستراتيجية لجمعية أصول:

ونبين فيها أقسام القيادة والإشراف، إضافة إلى أقسام مركز الدراسات، ومركز المحتوى الدعوي، وأكاديمية أصول، إضافة إلى الخدمات المساندة للجمعية.



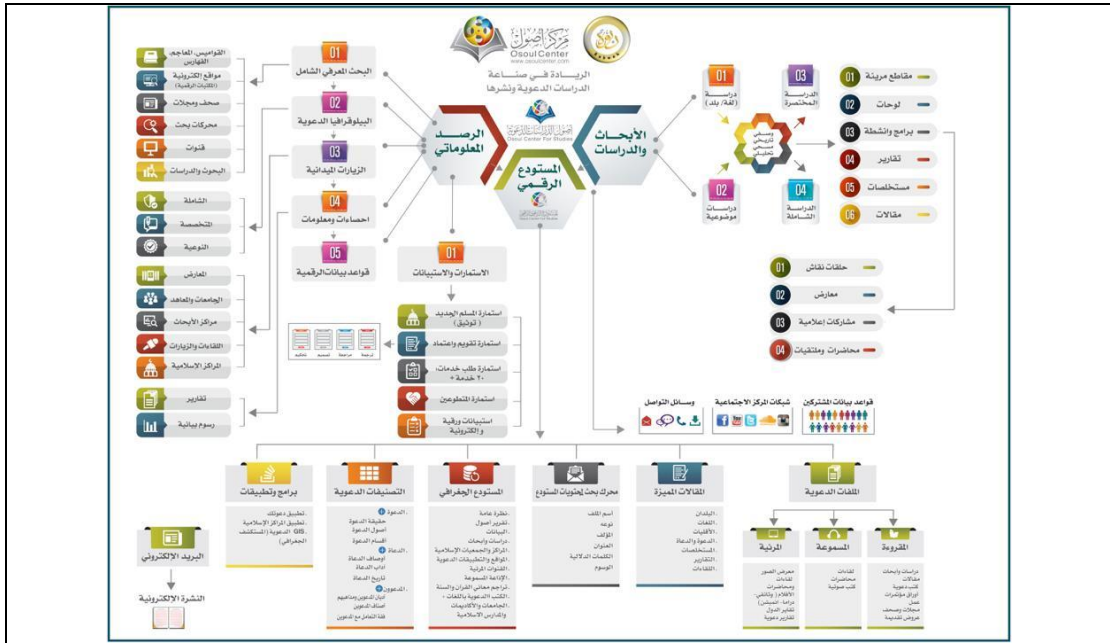
شكل رقم (2) خارطة أصول للمحتوى الدعوي:

ونبين فيها أقسام المحتوى الدعوي، والخدمات التي يقدمها كل قسم منها.



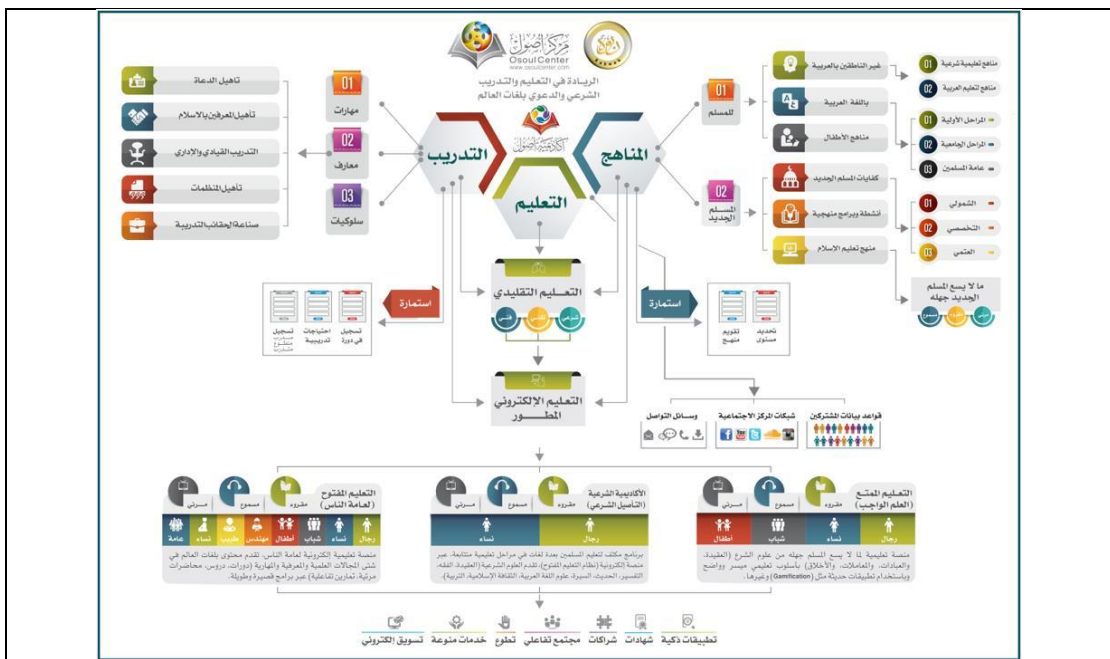
شكل رقم (3) خارطة أصول للدراسات الدعوية:

ونبين فيها أقسام الدراسات الدعوية المنبثقة عن الجمعية، والخدمات التي يقدمها كل قسم منها.



شكل رقم (4) خارطة جمعية أصول للتعليم والتدريب:

وفيها نبين الأقسام والفعاليات والأنشطة التي يقدمها كل قسم من أقسام التعليم والتدريب.



المبحث الثالث

مدى تغطية مجالات جمعية أصول لما يحقق رؤيتها ورسالتها وأهدافها:

عرفنا فيما سبق أن رؤية جمعية أصول هي: الرّيادة والتميّز في صناعة وإثراء المحتوى الدعوي والتعليمي بلغات العالم.

وأن رسالة الجمعية هي: "رسالة جمعية أصول": جمعية خيرية مجتمعية تسهم في الدعوة إلى الله تعالى، والتعريف بقيم الإسلام وتعليمه، من خلال بناء الخبرات، وصناعة البرامج النوعية، ومساندة المهتمين، عبر فرق مؤهلة، وبيئة متعلمة محفزة، وممكنات عصرية وشراكات فاعلة، ومنهج علمي يخاطب جميع الثقافات.

وإذا أمعنا النظر في المجالات التي وضعتها الجمعية ورتبت فيها أعمالها مع التطبيق الحقيقي للمشاريع لكل الوحدات والنتائج التي رسمها القائمون على الجمعية بناء على تكل المشاريع والوحدات والمجالات وترابطها فيما بينها، وجدناها محققةً بصورة كبيرة لرؤيتها ورسالتها، ولأهدافها الإستراتيجية كذلك، ومن المعروف أن الأهداف الإستراتيجية لعمل أيّ جهة تتحقّق بصورة تراكمية شيئاً فشيئاً، حتى تكتمل عند اكتمال مراحل العمل كلّها بتنوّع مخرجاتها.

• ويظهر للباحث أن أحد غايات الجمعية المرادة من تلك المجالات والأهداف وهي بناء بيت للخبرة الدعوية يقدّم الاستشارات والتدريب في جوانب جودة المحتوى للجهات العاملة على صناعته وإن لم يتحقق بصورة كاملة بعد، فإن الجمعية تسير في طريق تحقيقه عن قريب، وقد اطّلع الباحث عند اجتماعه بفريق الجمعية على الخطط والإجراءات الخاصة ببيت الخبرة الدعوي هذا وهو مركز التميز الدعوي⁽¹²²⁾، وأعلمه الفريق أنهم بصدد إتمام

(122) انظر مركز التميز الدعوي أحد مبادرات الجمعية لتحقيق أهدافها الإستراتيجية رابط الموقع

الجزء النظري الخاص بإعداد الإجراءات والسياسات الخاصة لمركز التميز الدعوي، وأنهم على بعد خطوات من الشروع في تأسيس بيت الخبرة من هذا المركز، وقد استفادوا مما عملوا عليه منذ تأسيس الجمعية من خطط وسياسات وإجراءات خاصة بصناعة المحتوى، وزادوا عليها الكثير في سبيل توفير محتوى تطويري ضخم بين يدي العاملين في الحقل الدعوي.

وقد اطلع الباحث على رسائل كثيرة من مختلف بلدان العالم تؤكد أن الجمعية غدت مصدرًا موثوقًا للباحثين عن المحتوى الدعوي والتعليمي بلغات العالم، وحلّت في منزلة مرتفعة من القبول والثقة عند قطاع كبير من الجهات والأفراد المستهدفين بمشاريع الجمعية ومنتجاتها، وهو ما يؤكد أن رؤية الجمعية (الرّيادة في صناعة المحتوى الدعوي والتعليمي بلغات العالم) رؤية واقعية عملت الجمعية على تحقيقها من خلال أهداف واضحة ومرحلية وقابلة للقياس، حققت معظمها وما زالت تعمل على اكتمالها عبر عمل جاد يقوم به فريق الجمعية في دأب واجتهاد. ولذا وضع القائمون على الجمعية وحددوا إستراتيجيات ومبادرات الجمعية لتحقيق رسالتها وفق المجالات والوحدات والمشاريع التي قاموا بها كما في موقع الجمعية على النحو التالي:

إستراتيجيتنا ومبادراتنا:

رغبةً في تحقيق أبلغ الأثر وأعظم النفع، فقد وضعنا نصبَ أعيننا غايتين:

التقريب: بتيسير ما يحتاجه الداعي والمدعو؛ فننتج المعرفة ونُعيد إنتاجها لتكون دانيةً القِطاف، سهلةً الوصول، قريبةً التناول.

والدلالة: بالإرشاد إلى الأفضل، واختصار الطرق والتبصير بمراجع المعرفة الدعوية، ومصادر مبادراتها.

ولأننا "جمعية أصول" فقد حرصنا أن نقدّم أصول الهداية للعالم، فانطلقنا من مبادرة دعوية لتبليغ هدايات القرآن الكريم تنادي: ﴿إِنَّهُ لَقُرْآنٌ كَرِيمٌ﴾، ثم توجّهنا إلى الحديث النبوي بمبادرة تسيير (على خطى الرسول ﷺ)، ولأن الدعوة لا تقوم إلا على أساس متين من العلم كانت

مبادرتنا الثالثة (زِدني علما)، لنادي بعدها العالم أجمع بهدايات الإسلام (أيها النَّاس)، ولم ننس أن نربي للدعاة والشباب أساس ثقافة دعوية راشدة في (جراب) يضمُّ زادًا معرفيًا في حياتهم وأسفارهم.

ولأن التقرب إلى الله بصناعة الجودة في المحتوى الدعوي هي غايتنا، فقد كان (مركز التميز الدعوي) هي مبادرتنا السادسة؛ نقدم به للجهات والأفراد خلاصات معرفية وأدلة إجرائية وخططا منهجية تكون منارات لطريق العاملين في صناعة المحتوى يقبسون منها خبرات ومهارات توفر عليهم الأموال والجهود.

وهذه المبادرات الستة هي التالي:

1- { إِنَّهُ لَقُرْآنٌ كَرِيمٌ } إشرق على العالم بنور القرآن.

فكرة المبادرة:

مجموعة من المشاريع والمنتجات، تنطلق من بوابة تقنية، تتغيًا تقريب القرآن الكريم وهداياته من جمهور الناس بأنواع من المحتويات والقوالب المختلفة، القاصدة إلى مختلف الشرائح، الجامعة بين جاذبية الصورة وإتقان المضمون بلغات العالم المختلفة.

يمثل كل مكون منها مشروعًا مستقلًا، ومنتجًا مقصودًا لذاته، وتكون المنظومة المتكاملة داعمة لكل المشاريع ويخدم بعضها بعضًا، يجمعها مقصد واحد هو تقريب هداية القرآن الكريم إلى الناس كافة باختلاف ألوانهم وألسنتهم ومستوياتهم العلمية والاجتماعية، ليشرق العالم بنور القرآن الكريم.

رؤية المبادرة:

الريادة في تقريب هدي القرآن الكريم وتعليمه بلغات العالم.

رسالة المبادرة:

منصة غير ربحية، تقدّم خدمات شاملة عن القرآن الكريم، بتقريب هداياته ونشرها، وتسهيل علومها، وتعليمها، وصياغتها في قوالب مختلفة، وترجمتها بلغات العالم، بجودة وإتقان، عبر استثمار الأدوات المنهجية، والتقنية، والفنية، والشراكات المختلفة.

2- على خُطَى الرسول ﷺ مشاريع نوعية لتقريب السنة النبوية بلغات العالم للناس كافة. فكرة المبادرة:

بوابة جامعة لحزمة متكاملة من المشاريع والمنتجات، غايتها تقريب السنة النبوية إلى جمهور الناس بأنواع من المحتويات والقوالب المختلفة، القاصدة إلى مختلف الشرائح، الجامعة بين جاذبية الصورة وإتقان المضمون.

يمثل كل مكون منها مشروعًا مستقلًا، ومنتجًا مقصودًا لذاته، وتكون المنظومة المتكاملة داعمة لكل المشاريع ويخدم بعضها بعضًا، يجمعها مقصد واحد هو تقريب السنة النبوية إلى الناس كافة باختلاف ألوانهم وألسنتهم ومستوياتهم العلمية والاجتماعية.

رؤية المبادرة:

الريادة في تقريب السنة النبوية وتعليمها بلغات العالم.

رسالة المبادرة:

منصة غير ربحية، تقدّم خدمات شاملة للسنة النبوية، بتقريب الأحاديث النبوية ونشرها وتسهيل علومها وتعليمها، وصياغتها في قوالب مختلفة، وترجمتها بلغات العالم، بجودة واحترافية، عبر استثمار الأدوات المنهجية والتقنية والفنية والشراكات المختلفة.

3- ﴿زِدْنِي عِلْمًا﴾ طريق إلى الجنة.

فكرة المبادرة:

مجموعة من المشاريع والمنتجات والخدمات، تنطلق من بوابة تقنية، يجمعها مقصد تعليم العلم الشرعي، وتقريب وسائله، وتطوير أدوات تحصيله، وتذليل سبله لطلاب العلم، وجمهور الناس.

يمثل كل مكون منها مشروعًا مستقلًا، ومنتجًا مقصودًا لذاته، وتكون المنظومة داعمة لتكامل المشاريع وخدمة بعضها بعضًا، يجمعها هدف تعليم العلم الشرعي، وتقريب أدواته إلى طلاب العلم وجمهور الناس على اختلاف شرائحهم بلغات العالم المختلفة.

رؤية المبادرة:

الريادة في تعليم العلم الشرعي بلغات العالم.

رسالة المشروع:

منصة غير ربحية، تقدّم خدمات شاملة عن العلم الشرعي، وكتبه، وأدواته، وأساليب تعلمه من خلال قوالب مختلفة، وترجمتها بلغات العالم، بجودة واحترافية، عبر استثمار الأدوات المنهجية، والتقنية، والفنية، والشراكات المختلفة.

4- { يا أيُّها النَّاسُ } نداء الحياة "O mankind".

فكرة المبادرة:

حزمة من المشاريع والمنتجات والخدمات، يجمعها غاية دعوة غير المسلمين إلى الإسلام، وخدمة العاملين في دعوتهم، وتقريب الأفكار والمعاني والأدوات المعينة على ذلك.

يمثل كل مكون منها مشروعًا مستقلًا، ومنتجًا مقصودًا لذاته، وتكون المنظومة داعمة لتكامل المشاريع وخدمة بعضها بعضًا، يجمعها غاية دعوة غير المسلمين على اختلاف شرائحهم ولغاتهم إلى الإسلام وإخراجهم من الظلمات إلى النور بلغات العالم المختلفة.

رؤية المبادرة:

الريادة في دعوة غير المسلمين بلغات العالم.

رسالة المبادرة:

منصة غير ربحية، تقدّم خدمات شاملة في دعوة غير المسلمين، وخدمة القائمين بها، من خلال قوالب مختلفة، وبلغات العالم، بجودة واحترافية، عبر استثمار الأدوات المنهجية، والتقنية، والفنية، والشراكات المختلفة.

5- جراب سياحة دعوية وإطلالة ثقافية.

فكرة المبادرة:

مشروع إستراتيجي يقوم على صناعة منتجات معلوماتية بقوالب فنية متنوعة (مرئية، ومسموعة، ومقروءة)، تجمع العمق العلمي والاختصار مع الجاذبية الفنية والإتقان، تقصد تزويد فئتي الشباب والدعاة بزيادة معرفي يعينهما على التعرف على أحوال العالم وثقافات أهل كل بلد وتاريخهم، وسبل دعوتهم إلى الإسلام.

رؤية المبادرة:

المرجع الأول للمعرفة الدعوية

رسالة المبادرة:

إنتاج معرفة ثقافية عبر الدراسات علمية مطولة ومختصرة، ونشرات معرفية، ولوحات معلوماتية وأخرى ترويجية، ومقاطع مرئية وصوتية متميزة وجذابة، وتطبيق إلكتروني يجمع تلك المنتجات في مكان واحد، إضافة لنشرها في منصات النشر المختلفة.

6- مركز التميز الدعوي.

فكرة المبادرة:

في وقت انشغال كثير من الدعاة بممارسة الدعوة، هناك حاجة لخدمة الدعاة والجمعيات الدعوية، ببناء المعايير والأدلة وتقريب مصادر البحث، وتقديم المعلومات والأدوات التي تهم الدعاة والعاملين في مجال الدعوة وخاصة دعوة غير المسلمين، وتجويد عملهم، وتوثيق التجارب الإبداعية السابقة وجمعها واستخلاص الدروس منها، للمساندة والتوجيه وإشاعة ثقافة الجودة والإتقان في الوسط الدعوي.

رؤية المبادرة:

الريادة في خدمة القطاع الدعوي.

رسالة المبادرة:

منصة غير ربحية، تقدم خدمات شاملة للقطاع الدعوي، وخصوصا في دعوة غير المسلمين، والمعنيين بها، من خلال قوالب مختلفة، تمثل بيت خبرة ومركز تميز واستشارات بجودة واحترافية، عبر استثمار الأدوات المنهجية، والتقنية، والفنية، والشراكات المختلفة.

الفصل الثالث:

وسائل وبرامج جمعية أصول لتحقيق أهدافها الدعوية

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: وسائل وبرامج جمعية أصول في الجانب العلمي

المبحث الثاني: وسائل وبرامج جمعية أصول في الجانب الإداري والمالي

والإستراتيجي.

المبحث الثالث: جوانب التطوير والتميز في إعداد وتنفيذ الوسائل والبرامج

والمشاريع في جمعية أصول الدعوية.

الفصل الثالث

وسائل جمعية أصول وبرامجها لتحقيق أهدافها الدعوية

المبحث الأول

وسائل جمعية أصول وبرامجها في الجانب العلمي

وللحديث عن وسائل جمعية أصول وبرامجها في الجانب العلمي، لا بد أولاً من إلقاء الضوء على نقطتي الأولى منها عن تعريف الوسائل والثانية على أقسام ومجالات أصول ومحتوياتها، ثم نفصل الحديث في أبرز الوسائل الدعوية التي اعتمدها أصول باعتبارها تهدف إلى الارتقاء بجودة المحتوى العلمي الدعوي والتعليمي، وإعداده وتطويره، ونشره بلغات العالم، برؤية واضحة وبمعايير أكاديمية عالية، ومنهج علمي يخاطب جميع الثقافات (123).

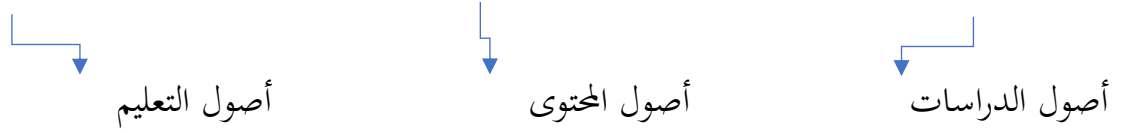
أما عن تعريف الوسائل فالحديث عنها يطول وليس هذا محلها وفي الإطناب فيها وقد اختلف في توصيفها ومعانيها وحكمها كثير من المعاصرين لكن من المهم تعريف الوسائل بما يراه الباحث من تعريف حتى يتضح تطبيقاتها على الجمعية في جانبها العلمي والإداري.

ويمكن تعريف الوسيلة الدعوية بالتالي: (هي الأداة أو التقنية الناقلة للمادة الدعوية، أو للمحتوى والموضوع الدعوي، أو للمنتج الدعوي لأصناف المدعويين باختلاف أزمته، وأجناسهم، وأعمارهم، عبر الميدان المختلفة لإحداث تأثير، أو تحصيل منفعة).

(123) مشروع مركز أصول العالمي.

مجالات عمل جمعية أصول:

قد أشرنا في الفصل الثاني عن مشاريع جمعية أصول من خلال مجالات عملها والوحدات التابعة لها، حيث تشكل الوحدات مجموعة من المشاريع، وحين النظر للوحدات الاستراتيجية فهي تشكل بمفهومها الوسيلة الدعوية العامة المناسبة للمجال الرئيسي فمثلا: مجال المحتوى وتحتة وحدة الكتب -والكتاب وسيلة دعوية_ الذي بداخل هذه الوحدة مشاريع للكتب القروءة سواء موجهة للمسلم أو غير المسلم أو للمسلم الجديد حسب أصناف المدعوين والذي سيأتي بيانه بإذن الله في الفصل الرابع، وهذه المشاريع لها مجموعة من الوسائل التفصيلية مثل الكتاب الصوتي أو الموقع الإلكترونية للكتاب وهكذا ولذا سنتكلم عن هذه الوحدات وبعض المشاريع التابعة لها.



- | | | |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| 1- المنصات التعليمية. | 1- الكتب الدعوية. | 1- الأبحاث والدراسات. |
| 2- المناهج التعليمية. | 2- الأفلام الدعوية. | 2- المستودع الرقمي. |
| 3- التدريب والتأهيل. | 3- اللوحات الدعوية. | 3- الرصد المعلوماتي. |
| | 4- التدريب والتأهيل. | |
| | 5- التطبيقات الدعوية. | |
| | 6- المواقع الدعوية. | |
| | 7- الحوار الدعوي. | |
| | 8- أصول ويكيبيديا. | |
| | 9- ترجمات القرآن الكريم. | |
| | 10- خدمة القرآن الكريم. | |

11- خدمة السنة النبوية.

12- خدمة اللغة العربية.

بداية مع أصول الدراسات، الذي اندرج تحته ثلاثة وحدات استراتيجية:

1- الأبحاث والدراسات.

2- المستودع الرقمي.

3- الرصد المعلوماتي.

بالنسبة للأبحاث والدراسات وما يصدر عنها من منتجات وأدوات تقنية تسهم في تقليل الفجوة، فهي من أهم وسائل الدعوة؛ إذ تحتل مراكز المعلومات والدراسات والأبحاث موقعاً بارزاً ومهماً في عصرنا هذا؛ لأنها تسهم في صناعة القرار، فيأتي محققاً للطموحات والتطلعات، ومصححاً لما قد يكون من قصور وأخطاء، ولا غرو والأمر كذلك أن ترصد لها الميزانيات الضخمة، وأن يُستقطب لها خيرة العلماء والمفكرين.

والعمل الدعوي المعاصر وسط أمواج التحديات الهادرة أحوج ما يكون لصناعة المعلومات، واحتياج أصحاب القرار في المؤسسات الدعوية للمعلومات لا يقل أهمية عن احتياجهم لمعظم الأركان الأساسية للعمل الدعوي، ولا بد لمؤسسات العمل الدعوي من إيلاء العناية لصناعة المعلومات، وبناء القرارات عليها إن أرادوا لمؤسساتهم الترقى وبلوغ القصد في التأثير وتحقيق الأهداف والمقاصد المرسومة.

ومن الجوانب المهمة في المعلومات اللازمة للعمل الدعوي جانب جمع المعلومات عن أحوال المدعويين وثقافتهم واحتياجاتهم الدعوية، وما يقابلونه من تحديات ومخاطر يجب على المؤسسات الدعوية معالجتها والتيقظ لها.

ولما كان من أهداف مركز أصول وضع رؤية اريادية (إستراتيجية) للمحتوى الدعوي بلغات العالم، فقد سعى المركز إلى البدء في تحقيق هذا الهدف المهم عبر مركز أصول الدراسات. وتنبع أهمية مركز أصول الدراسات مما يلمسه الناظر في الواقع من قلة مراكز المعلومات والمراكز البحثية في العالم العربي والإسلامي بشكل عام، وتلك المعنية بالعمل الدعوي على وجه خاص. وانطلاقاً من استقراء هذا الواقع يسعى القائمون على مركز أصول عبر جعل هذا المركز البحثي أحد مجالات عملهم إلى تبني مشروعات فعالة في جمع المعلومات وتحليلها، وإعداد الدراسات والأبحاث فيما يخدم الدعوة الإسلامية بعامة، والمحتوى العلمي والتعليمي الدعوي باللغات المختلفة بخاصة⁽¹²⁴⁾.

أما الوحدة الثانية وهي وحدة المستودع الدعوي الرقمي:

فهو أحد المرتكزات الاستراتيجية لمركز أصول الدراسات، وهو منصة إلكترونية تقدّم مجموعة من الخدمات النوعية للدعاة حول العالم، برؤية طموحة لأن يكون المرجع المعلوماتي الأول

(124) مشروع مركز أصول العالمي.

للدعوة والدعاة حول العالم؛ يجدون فيه كل ما يعينهم في دعوتهم من معلومات موثوقة ومحدثة،
مجموعة في مكان واحد ومرتبطة بأسلوب يسهل الوصول للمراد دون مشقة وفي وقت قصير.

تجد في المستودع الدعوي معلومات ثرية عن بلدان العالم، وواقع المسلمين فيها، والمساجد
والمراكز الإسلامية والإذاعات السمعية والمحطات المرئية فيها، كما تجد فيه مقالات متجددة
تقدم للداعية زادًا من المهارات والخبرات، وتفتح له آفاقًا لنفع الناس وهدايتهم وإخراجهم من
الظلمات إلى النور بإذن الله

يحتوي المستودع منتجات المركز وغيرها من المنتجات مفتوحة المصدر أو التي سمح أصحابها
للمركز بنشرها⁽¹²⁵⁾.

بعض من أقسام المنصة:

المراكز الإسلامية	المستودع الجغرافي	الملفات الدعوية	المقالات	الدعوة باللغات	الأديان والفرق
المعاهد والجامعات الإسلامية	المساجد	الجمعيات الخيرية	مكاتب الدعوة	المراكز الإسلامية	الأديان السماوية
الأديان الشرقية والوثنية	مذاهب فكرية معاصرة	عروض تقديمية	دراسات وأبحاث	أوراق عمل	مواقع
تطبيقات	قنوات تلفزيونية	إذاعات	ترجمات القرآن		مستودع اللغات

تضح من خلال الجدول السابق أنه بإمكاننا التعرف إلى المستودع الرقمي من خلال:

(125) الموقع الرسمي لجمعية أصول. ([/https://osoulcenter.com/ar](https://osoulcenter.com/ar))

رؤية جغرافية: بما يقدمه لنا المستودع الجغرافي والمراكز الإسلامية من معلومات عن البلدان وما فيها من مراكز إسلامية متعددة تسهم كوسيلة للتعرف على تلك المراكز والتواصل معهم لنقل المنتجات الدعوية إليهم وتعريفهم بمنتجات الجمعية الأخرى.

رؤية فكرية: بما تقدمه لنا الملفات الدعوية على اختلافها والمقالات على غناها إضافة للغات والحديث عنها وكيف نشطت الدعوة عبر لغات مختلفة.

رؤية عقديّة: وذلك عبر قسم الأديان والفرق والتعريف بها ليتحصل للمرء ثقافة عامة عن كل ما يخطر بباله عن الأديان والطوائف والمذاهب المختلفة.

بذلك يكون المستودع الرقمي قد أغنى وسائله ونوعها مراعيًا بذلك الدعوة والدعاة والمدعوين على اختلاف ثقافتهم ومشاربهم ولغاتهم.

أما الرصد المعلوماتي:

فيسعى إلى تقديم الإحصاءات والمعلومات التي تمكّن المشتغلين بالشأن الدعوي من إعداد

الدراسات الدعوية المتقنة، ثم اتّخاذ القرارات السديدة الراشدة على ضوءها.

ومن أهم المشكلات التي ستعالجها وحدة الرصد المعلوماتي إن شاء الله:

1- مشكلة التشتت وتكرار الجهود في العمل الدعوي.

2- مشكلة عدم معرفة الأولويات الدعوية.

وما يترتب على هذين الأمرين من إهدار للجهود والأموال في تكرار العمل، أو صنع ما غيره أولى منه والحاجة إليه أشد (126).

بذلك نكون قد قدمنا تصوراً كاملاً عن أصول الدراسات، وما فيها من جزئيات تعين الباحث وتفتح الآفاق أمامه ليس للمعرفة فحسب، بل لإعمال فكره وتقديم ما هو جديد ومبتكر في مجال الدعوة.

ولكن هناك بعض المآخذ التي يمكن ملاحظتها على التقسيمات التي اتبعها الموقع، حيث كان من الممكن حصر المستودع الرقمي بـ:

1- المستودع الجغرافي.

2- الدعوة باللغات.

3- الأديان والفرق.

والحاق الملفات الدعوية والمقالات بقسم الأبحاث والدراسات أحد العناوين الفرعية الذي اندرج تحت قسم أصول الدراسات.

كما يمكن جعل المراكز الإسلامية ضمن المستودع الجغرافي؛ لأنه لا يمكن الفصل بين الحديث عن البلدان وجغرافيتها وما فيها من مراكز دعوية متعددة، وبذلك نكون قد أعنا الباحث على حصر أفكاره ومعلوماته وأبعدناه عن التشتت في بحثه وقراءاته.

(126) مشروع مركز أصول العالمي.

إذا ما انتقلنا الآن إلى أصول المحتوى بأقسامه المختلفة يمكن القول:

يعد المحتوى أحد المرتكزات الأساسية للعمل الدعوي، وإن صناعة محتوى دعوي مُتقن ومناسب للمدعوين (سواء كان مقروءاً أو مرئياً ومسموعاً) من شأنها أن توصل حقائق الإسلام إلى الناس، وتُقيم الحجّة وتزيل الشبهات والتصوّرات الخاطئة من أذهانهم⁽¹²⁷⁾.

والأهداف التفصيلية لمركز أصول المحتوى يمكن حصرها بما يلي:

الارتقاء في صناعة المحتوى الدعوي من خلال:	الاعتناء باللغة العربية من خلال:	نشر المحتوى العلمي الدعوي	خدمة القرآن
إعداد كتب علمية ولوحات دعوية	مشاريع دعوية	التطبيقات الدعوية	منصات رقمية
صناعة مقاطع مرئية متميزة	مشاريع بحثية	المواقع الدعوية والصفحات	تطبيقات
صناعة مقاطع صوتية	مشاريع تعليمية	الحوار الدعوي	ترجمات معتمدة
وضع معايير وأدوات مختلفة للرقى بالمحتوى		أصول ويكيبيديا	النشر الإلكتروني

ويمكن تفصيل ما ورد في الجدول بالآتي:

1- الارتقاء في صناعة المحتوى الدعوي، وفق منهج علمي يعتمد على المعلومات الموثقة، والفهم العميق لطرائق تفكير المستهدفين بالمحتوى من المسلمين، والمسلمين الجدد، وغير المسلمين، وتوجهاتهم الفكرية والثقافية وأذواقهم الفنية، ويجري العمل على ذلك في عدد من المستويات، تأتي على رأسها الدراسة المتأنية لواقع المدعوين وفحص المنتجات

(127) مشروع مركز أصول العالمي

الدعوية المماثلة واستبانة ما فيها من عوامل قوة وضعف، ثم يتلو ذلك صناعة أو تطوير

المنتج المناسب في قوالب متنوعة كما يلي:

أ - إعداد كتب علمية ولوحات دعوية بلغات العالم المختلفة وترجمتها؛ لتعليم قواعد الإسلام الصحيح، والتعريف بأصوله ومبادئه وقيمه، مع السعي لأن تكون بأعلى معايير الجودة العلمية واللغوية والفنية، والحرص على أن تناسب الفئة المستهدفة لغةً وأسلوباً ووسيلةً.

وذلك من خلال:

أ - الكتب الدعوية: يعدُّ الكتاب الإسلامي الدعوي أحد أهم الوسائل الدعوية المهمة في إيصال رسالة الإسلام الصافي إلى العالم أجمع، ومن أجل أن يبقى دور الكتاب الإسلامي الدعوي رائداً ومؤثراً ونافعاً في كل المجتمعات، ومواكباً للانفتاح المعرفي الواسع والمتزايد، كان لزاماً على أهل الدعوة أن يعتنوا به من جميع جوانبه العلمية والفنية والإخراجية، مع مناسبه الشرائح المستهدفة، ومراعاته اختلاف المجتمعات، وتنوع الثقافات.

ب - اللوحات الدعوية: تعدُّ اللوحات والمطويات الدعوية الجذابة من أهم الوسائل الدعوية الفعّالة التي تبرز أصول الإسلام ومحاسنه بشكل سلس وشائق في أيامنا هذه، وهي وسيلة مناسبة لمخاطبة جميع الفئات المستهدفة، خصوصاً في هذا العصر الذي انتشرت فيه وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها وصورها، إضافةً إلى كثرة المراكز الإسلامية في العالم؛ وانتشار المعارض والملتقيات

الدعوية التي تتطلّب الاستعانة بلوحات ومطويات دعوية تشتمل على مادة مختصرة ومصوغة بأسلوب راقٍ، ومصممة بطريقة فنية احترافية؛ لإبراز مفاهيم الإسلام وأصوله ومحاسنه، ورد الشبهات عنه، بما يسهل على القارئ الاطلاع عليها، ويسرّ نشرها وتوزيعها بلغات العالم المختلفة في مختلف المحافل والفعاليات.

ويمكن للمستفيد الاطلاع على المحتوى المقروء لمنتجات الجمعية من خلال متجر أصول على الرابط: www.osoulstore.com.

ب - صناعة مقاطع مرئية متميزة وجذابة؛ تتناول موضوعات متنوعة عن رسالة الإسلام وأصوله، وتقوم برّد الشبهات عنه، مع الحرص على أن تكون باحترافية عالية، وبما يتناسب مع الفئات المستهدفة.

وذلك من خلال:

الأفلام الدعوية: المقاطع المرئية الجذابة والاحترافية من أهم وسائل الدعوة إلى الله في هذا العصر، خصوصًا في ظلّ الانتشار الواسع للقنوات المرئية والمواقع الإلكترونية المهمة بنشر المرئيات على اختلاف توجهاتها وأفكارها، فضلًا عن الارتفاع الكبير في نسبة مشاهدة هذه المقاطع عبر مختلف الوسائل.

ج - صناعة مقاطع صوتية طويلة وقصيرة ومتوسطة؛ تشمل تراجم لمعاني القرآن الكريم وتراجم للسنة النبوية بلغات العالم المختلفة، وتشمل كذلك كتبًا دعوية مقروءة ومحاضرات صوتية، ووفقًا لأعلى معايير الجودة.

ويمكن للمستفيد الاطلاع على المحتوى المرئي لمنتجات الجمعية من خلال منصة الأفلام

الدعوية على الرابط: <https://guidetovideos.net/en>.

وذلك من خلال:

الصوتيات الدعوية: على الرغم من التطور الكبير في الصناعات التقنية في عصرنا، وما أثمره ذلك من اختراع كثير من الآلات والوسائل للتواصل بين البشر، فإنّ المذياع (الراديو) لم يبرح مكانه في صدارة هذه الآلات، من ناحية عدد مستخدميه وانتشاره في أرجاء المعمورة، ويكفي للتدليل على ذلك أن نعلم أن الدراسات والإحصاءات تؤكد تفوّق الراديو في معدّلات الوصول الأسبوعية على باقي وسائط الاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية.

ومن ناحية أخرى، ساعدت شبكة المعلومات العالمية (Internet) على انتشار المواد الصوتية وتبادلها من دون الحاجة إلى محطات البث الإذاعي، لا سيّما مع تعقّد الحياة المعاصرة بشكل أصبحت معه القراءة تمثل عبئًا على قطاع كبير من الناس، ووجد بعضهم ضالته وزاده المعرفي في الكتاب المسموع، وإذا ضممنّا إلى هؤلاء من فقدوا نعمة البصر كليًا أو ضعفت أبصارهم عن تحمّل القراءة فاختاروا هم أيضًا الكتاب المسموع - أمكننا تقدير أهمية عناية المشتغلين بالدعوة الإسلامية بهذا الحقل.

ويمكن للمستفيد الاطلاع على المحتوى الصوتي لمنتجات الجمعية من خلال منصة

إنصات الدعوية على الرابط: <http://islamicaudio.net/ar/ansat>.

2- الاعتناء باللغة العربية لأنها لغة القرآن، وإشاعة تعلمها والتحدث بها بين المسلمين على اختلاف ألسنتهم، عن طريق صناعة المحتوى الدعوي المبتكر المبين لمحاسن العربية ومكانتها من الدين وفضلها على اللغات.

وذلك من خلال:

خدمة اللغة العربية: لا يماري أحد من المسلمين في الأهمية البالغة للغة العربية؛ فهي وعاء الدين وأرضية فهم الشريعة، وفوق ذلك هي اللغة التي اختارها الله العليم الحكيم لتكون لغة كتابه الخالد ومعجزة نبيه الخاتم محمد ﷺ.

وقد رغب مركز أصول أن يضرب بسهم في خدمة العربية لما لها من أثر على ثبات المسلمين وازدياد بصيرتهم وفقههم لدينهم، ولما تواجهه العربية في عالم اليوم من تحديات ومصاعب، ولأجل ذلك جاء إنشاء وحدة خدمة اللغة العربية.

أنواع المشاريع التي تقدمها الوحدة:

أ- مشاريع دعوية؛ بصناعة محتوى يجلي فضل العربية ولزوم تعلمها لكل مسلم، ومكانتها العالية بين اللغات، وإفراغ هذا المحتوى في قوالب متنوعة (مقروءة، ومسموعة، ومرئية)، ونشره عبر منصات النشر المختلفة التي يملكها المركز.

ب- مشاريع بحثية؛ بصناعة دراسات وأبحاث تخدم تعليم العربية وتستطلع أوجه القصور في تعليمها وطرق معالجتها، وترصد مواطن الاحتياج في البلدان والشرائح المستهدفة.

ت- مشاريع تعليمية؛ بناء المناهج وصناعة المنصات التعليمية الإلكترونية وفصول التعليم الواقعية والافتراضية، وإتاحتها للراغبين بأيسر سبيل.

3- نشر المحتوى العلمي الدعوي المنتج باستخدام الوسائل الدعوية المختلفة، والتقنيات الحديثة مثل المواقع وتطبيقات الهواتف الذكية، وعبر منصّات الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي، والتواصل الفعال مع الجهات الدعوية والمراكز الإسلامية وتزويدها بكل جديد.

وذلك من خلال:

أ- التطبيقات الدعوية.

ب- المواقع الدعوية.

ت- الحوار الدعوي.

ث- أصول ويكيبيديا.

وقد وصل عدد المواقع الإلكترونية _والتي تعتبر من أهم الوسائل الدعوية_ التي تتبع الجمعية بوحداتها المختلفة لأكثر من 50 موقعا ومنصة وتجاوز عدد الزوار أكثر من 80 مليون زائرا لها، أما الوصول فتجاوز عدد الوصل من خلال الصفحات في محركات البث لأكثر من مليار وصول، ويمكن للمستفيد الاطلاع على وحدة المواقع الإلكترونية للنظر في تلك المواقع والمنصات على الرابط التالي:

[.https://osoulcontent.org.sa/ar/library](https://osoulcontent.org.sa/ar/library)

4- خدمة القرآن الكريم والسنة النبوية: إنَّ بلاغ الحق إلى جميع الخلق من أشرف ما

يصنعه المؤمن في حياته، وإن المبلِّغين عن الله كلامه إلى عباده هم ورثة الأنبياء وأتباعهم

حقاً، وإن من مقتضيات اتباع هذا الدين الخاتم الذي أكرمنا الله به، والانتماء لهذه

الأمّة الوسط الشاهدة على الناس التي جعلنا ربُّنا منها السعيّ الجادّ في إقامة حجج

الله على خلقه بتبليغهم الكتاب والحكمة، وإعلامهم حدود ما أنزل الله على رسوله

محمد ﷺ، ولا سيما في عصرنا هذا الذي تيسّرت فيه وسائل البلاغ، وسهّل على

أكثر الناس استعمالها، وقد كانت هذه الحقائق حاضرة لدى مؤسسي مركز أصول؛

فسعوا إلى إقامة مشاريع تخدم القرآن الكريم والسنة النبوية المطهّرة، وتُعين على إيصال

ما يُستطاع إيصاله من هُداها إلى الناطقين بغير العربية.

وقد روعي في إعداد المادة العلمية الدعوية في كل ذلك تلبيتها احتياجات الفئات

المستهدفة بلغات العالم المختلفة، التي يسعى المركز عبر وحداته المختلفة، وتشمل هذه

الفئات: المسلم، والمسلم الجديد، وغير المسلم.

وهذا رابط للتعرف على وحدة القرآن والسنة بشكل أكثر تفصيلاً ومت فيهما من

وسائل متعددة لنشر القرآن والسنة:

1. القرآن <https://osoulcontent.org.sa/ar/project/2>

2. السنة <https://osoulcontent.org.sa/ar/project/3>

أما الجهات المستفيدة؛ فهي:

- 1- المكاتب والمعارض الدعوية والمؤسسات الخيرية والمراكز الإسلامية.
- 2- الدعوة إلى الله وطلبة العلم والعاملون على نشر الإسلام والتعريف به.
- 3- المسلمون والمسلمون الجدد الراغبون في التعرف إلى المزيد بشأن الإسلام وأصوله ومحاسنه وفضائله بشكل ميسر.

4- غير المسلمين الذين يتشوقون إلى معرفة الإسلام، والباحثون عن الحقيقة⁽¹²⁸⁾.
بذلك نكون قد فصلنا الحديث عن أصول المحتوى، وأهم وسائل الدعوة التي تصدى لها، وما هي الفئات المستهدفة والمستفيدة من كل ما ذكر.

وقد رأينا أن أقسام المحتوى على الرغم من تشعباتها الكثيرة إلا أنها تحقق شيئاً معيناً في كل جزء من جزئياتها، إنها تحقق هدفاً دعوياً من الأهداف الكثيرة التي رسمها مركز أصول الذي سعى بدأب شديد للارتقاء بالمحتوى الدعوي ورفع سويته والوصول به إلى مختلف الشرائح، وقد كان له ذلك من خلال كل ما ذكرنا من وسائل علمية مختلفة.

يمكن أن نختم المبحث عن الوسائل الدعوية العلمية بالحديث عن قوالب المحتوى الدعوي التي تعطينا تصوراً واضحاً عن أنواع الوسائل الدعوية التي اعتمدها مركز أصول في عرض محتواه الدعوي؛ إذ إن المحتوى تتلقاه الحواس المختلفة:

- 1- البصر: بمواد مقروءة أو مرئية، وأوضح مثال لذلك الكتب المطبوعة، واللوحات.

2- **والسمع:** بمواد مؤثرات صوتية، وأوضح مثال لذلك الإذاعات والمقاطع الصوتية المنشورة.

3- **واللمس:** ونحوه كلغة (برايل) وبعض الأدوات الحسية والمؤثرات في المعارض وغيرها.

4- **والمختلطة بين ذلك:** كالمواد الجامعة بين الصوتي والمرئي، وأوضح مثال لذلك القنوات والمعارض واليوتيوب.

ولكن لما كان أبلغ المنافذ في المحتوى السمع والبصر كانا هما الأصل في تلقي المحتوى الدعوي، وترى بعض الأبحاث أن الإنسان يتحصل على 90% من المعلومات عبر البصر، و8% عبر السمع، و2% عبر الحواس الأخرى، ومن هذه المنافذ كلها يمكن مخاطبة العقل والوجدان.

ويمكن أن نقول أنّ للمحتوى أنواعاً كما يلي:

محتوى بصري	محتوى نصي	محتوى سمعي	وسائط متعددة
كالصور واللوحات	كالكتب	كالإذاعات	كالفيديو

والموجود أكثر من ذلك، كما أن التقنية والعقول لا تكف عن الابتكار (129).

(129) فكرة وإعداد الفريق العلمي لمركز أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ] [82-83].

المبحث الثاني

وسائل جمعية أصول وبرامجها في الجانب الإداري والمالي والإستراتيجي

أما الجانب الإداري والمالي لجمعية أصول؛ فهو يتعلق بالأدوات والوسائل المتبعة لتحقيق أهداف الجمعية.

لذلك لا بد أولاً من عمل تصور للإدارة التقنية الخاصة بالجمعية أصول، وهذا التصور سيستفيد منه:

1- الشركات التقنية المتعاملة مع الجمعية أصول.

2- الطاقم التقني العامل بأصول.

3- فرق العمل بأصول.

4- الجهات المتعاملة مع الجمعية أصول.

أولاً - نظام التطوير والبرمجة والمعايير الخاصة بها:

المعايير الخاصة بالبرمجة:

فيما يتعلق بالبرمجة هناك بعض المعايير المهمة التي يجب أن يتم العمل في مواقع الجمعية بها، وهي تتلخص في استخدام التقنيات التي تسهل عملية البرمجة، وكذلك عمليه التعديل والإضافة بعد ذلك؛ لأنه ليس المهم هو إنهاء العمل فقط ولكن الأهم هو ضمان تطويره وتجويده وإضافة المميزات الجديدة له وإمكانية إيجاد فرق تستكمل العمل بسهولة ويسر.

بالنسبة للغات البرمجة: من الأفضل استخدام تقنيات ولغات أكثر أماناً وفي نفس الوقت أكثر انتشاراً نظراً لتوافر المبرمجين العاملين بها وبالنسبة للحلول المتاحة كانت تتلخص في:

1- لغات البرمجة مغلقة المصدر:

على سبيل المثال البرمجيات الخاصة بشركة ميكروسوفت فيما يعرف بـ Dot net (framework) ومع قوتها ومميزاتها إلا أنها لديها بعض العيوب والملاحظات التي تتعلق بها والتي تتمثل في:

- 1- قلة عدد المبرمجين المحترفين العاملين به مقارنة بلغات أخرى.
- 2- قلة عدد المواقع المنفذة من خلاله مقارنة بلغات أخرى خاصة لغة الـ (php).
- 3- زيادة تكلفة الاستضافة والإدارة والموارد وتكاليف السيرفرات.
- 4- ضعف نظام التشغيل الذي يعمل عليه حيث إن نظام الوندوز أقل أماناً من نظام اللينكس وأسهل في عملية الاختراق.
- 5- ضعف تكامل هذه التقنيات مع التقنيات السائدة عموماً، التي تتجه إلى التكامل مع التقنيات مفتوحة المصدر.

2- لغات برمجة مفتوحة المصدر:

وهي الأكثر انتشاراً واستخداماً، وعلى سبيل المثال لا الحصر (Python- PHP - Ruby) وأكثرها شهرة من حيث الاستخدام وعدد المطورين ونسبة المواقع. - تم اختيار أن تكون البرمجة بلغة الـ (PHP) كلغة رئيسية فيما يتعلق بالواجهة الخاصة بالموقع؛ لما توفره من بيئة عمل جيدة وآمنة نسبياً إذا ما قورنت بتقنيات ميكروسوفت.

وفيما يلي بعض المعايير التي يتبعها الجمعية فيما يتعلق باستخدام لغة البرمجة php.

معايير استخدام لغة الـ PHP:

أ- في حالة استخدام لغة الـ (PHP) يجب أن يكون العمل من خلال أطر العمل المشهورة التي يقف خلفها مجتمع مطورين قوي يقوم بإضافة التحسينات باستمرار وسد الثغرات الأمنية.

وبما أن السياسة في الآونة الأخيرة اتجهت إلى توحيد الجهود ووضع معايير لكتابة واستخدام الكود البرمجي فيما يعرف بـ (Coding Standard) حيث يفضل الالتزام بهذه المعايير والضوابط، ويمكن الاطلاع على التفاصيل الخاصة بها من هنا

<http://www.php-fig.org/psr/psr-1>

كذلك اتجهت جميع أطر العمل المشهورة الآن إلى توحيد الجهود والعمل تحت منصة مشتركة فيما يعرف باستخدام تقنية الـ

(http://getcomposer.org Composer) حيث الآن معظم إن لم يكن كل

أطر العمل الحديثة تدعم هذه التقنية التي أسهمت إسهاماً كبيراً في توحيد الجهود

وعدم إهدار الوقت في تكرار الأكواد البرمجية التي تؤدي الوظيفة نفسها مما دفع بلغة

الـ (PHP) إلى تقدم كبير خلال عامي ٢٠١٤ و ٢٠١٥ و أثر بالإيجاب على

مجتمع المطورين عموماً وعلى جودة البرمجيات المنتجة.

بالنسبة لإطار العمل الذي تم اختياره هو إطار

العمل (http://laravel.com Laravel) وهو يعتبر من أفضل وأشهر أطر

العمل الحديثة الآن نظراً لسهولة استخدامه وقوة المجتمع البرمجي الذي يقف خلفه

واعتماده في الأصل على بعض الوحدات الخاصة بإطار

العمل (symphony) الذي أثبت كفاءة وثباتاً كبيراً على مدار عشر السنوات الماضية.

وتقوم الجمعية بالعمل وفق ضوابط صارمة فيما يتعلق بالكود حيث:

- يتم استخدام إطار العمل (Laravel) كإطار عمل رئيسي للبرمجة.
- يتم استخدام تقنيات إدارة الكود البرمجي (GIT - <http://git-scm.com>).
- يتم استضافة الكود على مواقع إدارة الكود البرمجي (bitbucket.org) أو (github.com).
- الحرص على ضمان تحديث جميع التقنيات لآخر إصدار لكي يمكنها أن تعمل على آخر إصدار من لغة البرمجة دون مشاكل.
- استخدام الأدوات والتقنيات الخاصة بالإبلاغ عن المشكلات واقتراح التعديلات على الكود البرمجي.

الأسلوب البرمجي المتبع في تنفيذ المشاريع:

يتبع الجمعية أحدث أسلوب علمي عالمي في طريقة تنظيم وتنفيذ الكود الخاص بفضل الله تعالى، والتي تُعرف بمعايير البرمجة المتجهة الحديثة أو (S.O.L.I.D)

Principles of Object (Oriented Design) التي تتلخص في:

❖ S – Single-responsibility principle

❖ O – Open-closed principle

❖ L – Liskov substitution principle

I – Interface segregation principle ❖

D – Dependency Inversion Principle. ❖

وهي المعايير التي تضمن:

- سهولة التعديل المستقبلية على الكود.
- فصل الوحدات البرمجية واستقلاليتها.
- فصل المكونات البرمجية المتصلة ببعضها ودمجها برمجياً.
- توفير أكثر من بديل للخدمات البرمجية؛ على سبيل المثال: التعامل مع قاعدة بيانات معينة أو تبديلها في أي وقت أو تغيير مقدم الخدمة مثلاً عند التعامل مع خدمة (dropbox) وعند الحاجة إلى استبداله بخدمة أخرى يتم ذلك بكل سهولة دون التعديل في الكود البرمجي مجرد تعديل نوع الخدمة وتوفير الكود الذي يتعامل معها.

وللاطلاع أكثر على هذه الضوابط يمكن مراجعة الرابط التالي:

[https://en.wikipedia.org/wiki/SOLID_\(object-oriented_design\)](https://en.wikipedia.org/wiki/SOLID_(object-oriented_design))

❖ تعتمد الجمعية أسلوب عمل متطور ومنظم يناسب المشاريع الضخمة التي يمكن أن

يتعدى عدد المبرمجين عدداً كبيراً يمكنهم من العمل بسهولة في الوقت نفسه في ظل هذا النظام

وإمكانية دمج الأعمال الخاصة بهم بكل سهولة ويسر دون حدوث تعارض في الأكواد أو

الوظائف.

أما من ناحية التطوير المستقبلي للكود؛ فقد عمد الجمعية إلى اختيار أفضل أطر العمل من ناحية التوثيق والوضوح والانتشار واعتماده كإطار العمل الرئيسي بحيث يمكن الرجوع إلى هذا التوثيق في أي وقت لأي مبرمج يعمل على الكود في المستقبل نفسه،

ويمكن الوصول إليه من خلال هذا الرابط: <https://laravel.com/docs>

ولقد أعطى الجمعية عناية كبيرة بمستوى الكود وتوفير معايير عالية له؛ مثل الاختبار التلقائي للكود، حيث يتوفر مع الكود وحدات اختبار (unit testing) لكثير من النماذج التي يتم تضمينها داخل المشاريع البرمجية.

ثانياً: معايير الاستضافة:

هناك من المعايير الهامة التي تتعلق بعملية الاستضافة التي تتمثل في النقاط التالية:

1- يجب استخدام التقنيات المتكاملة مع بعضها فيما لا يعيق التحديث أو التطوير لإصدار معين على سبيل المثال في حالة عدم الحاجة إلى استخدام لوحة تحكم مثل ال (cpanel)، فيفضل الاستغناء عنها؛ لأنها تعتبر عبئاً من ناحية تكامل وتوافق بعض البرمجيات معها ففي كثير من الأحيان يحدث مشاكل في تحديث إصدار ال (php) بسبب عدم توافقه مع ال (cpanel)

2- استخدام التقنيات الحديثة في عملية الاستضافة التي تتمثل في إمكانية إدارة الموارد الخاصة بالسيرفر بطريقة ذكية وسهولة التعديل حسب متطلبات المرحلة أو استخدام الموقع.

3- في حالة إذا كان الموقع يحتوي على مواد صوتية وفيديوهات مرئية يفضل فصلها في دومين فرعي منفصل وفي حالة إذا كان حجمها كبيراً نسبياً يفضل فصلها أيضاً على سيرفر منفصل.

4- يفضل استضافة الأكواد البرمجية على استضافة سحابية وليست عادية؛ وذلك لسهولة إدارة الموارد والتحكم بها في صورة كاملة، حيث إن حجمها يكون ليس بالكبير نسبياً مقارنة بملفات الوسائط فيمكن أن تكون هي مستضافة سحابية وملفات الوسائط مُستضافة على سيرفر عادي.

5- يفضل استخدام المواقع والخدمات التي تسهل عملية رفع الملفات واستضافتها مثل: (s3 Amazon) وغيرها في حالة إذا كان معدل نقل البيانات ليس كبيراً أو ضخماً؛ لأن هذا الحل يكون مكلفاً في هذه الحالة.

6- ينصح عند استخدام إطار العمل Laravel أن تكون مواصفات البرمجيات الخاصة بالسيرفر الذي يُستضاف عليه كالتالي:

Git ❖

PHP latest version ❖

Xdebug ❖

Nginx ❖

MySQL ❖

Sqlite3 ❖

Postgres ❖

Composer ❖

Node (With PM2, Bower, Grunt, and Gulp) ❖

Redis ❖

Memcached ❖

7- يجب أن يكون هناك نسخ احتياطية ((يومية/أسبوعية/شهرية)) من خلال خدمات محترفة تقدم هذه الخدمة في داتا سنتر مختلف عن المكان نفسه الذي يُستضاف به الموقع.

8- يفضل استخدام الخدمات الجاهزة التي توفر الحماية وتعمل كبروكسي للموقع مثل خدمة (cloudflare) وغيرها من الخدمات التي توفر الكثير من المجهود.

ثالثاً: المعايير الخاصة بالتصميم:

- التصميم الجيد له أهمية كبرى في انتشار وسهولة استخدام الموقع، وهنا نحن لا نتحدث عن شكل أو لون، ولكن نتحدث عن تقنية مستخدمة، بحيث يظهر الموقع بصورة صحيحة على جميع الأجهزة المختلفة سواء الهواتف المحمولة أو تابلت أو أجهزة الكمبيوتر، وكذلك على المتصفحات المختلفة، ومقاسات الشاشات المختلفة، حيث يجب أن يكون التصميم (Responsive) ويدعم الشاشات المختلفة.

يمكن الاطلاع هنا على التفاصيل:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Responsive_web_desig](http://en.wikipedia.org/wiki/Responsive_web_design)

n

<http://msdn.microsoft.com/en-us/magazine/hh653584.aspx>

وهناك بعض المعايير التي نسير عليها ونقوم بتنفيذها في تصميم منتجاتنا:

- سهولة التصميم واندماجه مع المحتوى:

في منتجات الجمعية الرقمية يجب ألا يتداخل التصميم في المحتوى ويجعل قراءته صعبة، ويجب أن ألا تمنع أرضية التصميم قراءة المحتوى أو تشوش عليه، ويجب ألا يصاحب التصميم عائقٌ للقراءة السلسة للمحتوى المعروض.

- سهولة التصفح:

يجب أن يكون نظام التصفح سهلاً وواضحاً للمستخدم، ولا يحتاج منه جهداً للوصول إلى الصفحة المراد الوصول إليها، كما يجب أن تكون وصلات التصفح نفسها واضحة في الصفحة في مكان بارز، إضافة إلى أنه يجب أن يعلم المستخدم هو في أي صفحة من صفحات الموقع بتوضيح العنوان في مكان ظاهر له أو بتغيير لون وصلة الصفحة الراهنة.

- التصميم المتجانس:

يجب أن تكون صفحات الموقع متجانسة، فيتعرف عليها المستخدم كصفحة من صفحات الموقع حتى ولو كانت الصفحات الداخلية بها اختلافات كبيرة عن الصفحة الرئيسية، فيجب أن يجمع صفحات الموقع كشكل أساسي يمكن أن يميزه المستخدم.

- سهولة التحميل:

يجب أن يمتاز تصميم الموقع بسهولة التحميل، فعادة متصفح الإنترنت ليس له الصبر الكافي لينتظر تحميل موقع ما فترة طويلة، وإذا وجده يأخذ وقتاً أكثر من المعتاد ينصرف عنه، فيجب العمل على جعل الموقع يفتح بصورة سريعة.

- الألوان:

يجب اختيار لوحة ألوان آمنة لاستعمال الزائر؛ وذلك كي تتسم بالثبات وراحة للعين؛ فمثلاً يمكن استخدام:

أ- **الألوان المتضادة:** حيث يعمل التضاد على تسهيل الرؤيا لمستخدم الموقع، ويظهر العناصر المراد إبرازها للمستخدم بسهولة.

ب- **حيوية الألوان:** هي التي تؤثر على الحالة النفسية لمستخدم الموقع، وكلما كانت الألوان أكثر حيوية؛ أحس مستخدم الموقع بالطاقة، وهو ما يؤثر بصورة إيجابية على تفاعله مع محتويات الموقع وإعلاناته، بينما استخدام الألوان الغامقة يؤدي إلى احساس المستخدم بالهدوء مما يجعله يركز على المحتوى.

- التصميم التجاوبي: Responsive design:

التصميم التجاوبي هو التصميم الذي يتيح عرض تصميم الموقع على أكثر من جهاز مختلف مثل أجهزة الكمبيوتر الشخصي والمحمول والأجهزة اللوحية بدون الحاجة إلى عمل تصميم مخصوص لكل من هذه الأجهزة على حدة، ويعتمد إنشاء مثل هذا التصميم على تغيير شكل التصميم طبقاً لمساحة عرض الجهاز المستخدم في تصفح الموقع، وذلك باستخدام نماذج وقوالب مختلفة للعنصر نفسه في الصفحة طبقاً لمسافة العرض المتاحة.

- استخدام أطر العمل الشهيرة والمعتمدة في عملية التصميم.

يفضل استخدام أطر العمل الشهيرة التي تساعد في عملية التصميم مثل: (Twitter bootstrap أو foundation) وذلك لضمان جودة المخرج النهائي أو ما يعادله من تقنيات حديثة.

يمكن اختيار أحد اتجاهات التصميم الحديثة على سبيل المثال (material design) أو نظام (metro) والآن في الجمعية أصول فإن أغلب الاتجاهات والترشيحات تتجه إلى اعتماد ال(material design) لما حققه من نجاح وسهولة في التصميم على أساسه.

ويمكن الرجوع إلى أسس ومعايير هذه الطريقة من خلال هذا الرابط:

www.google.com/design/spec/materialdesign/introduction.html#introduction-principles

ويمكن أن نختتم بهذه التعريفات:

- ❖ Clickup: نظام متكامل لإدارة ومتابعة المهام وفرق العمل
- ❖ Trello: نظام لإدارة المهام باعتماد منهجية Kanban
- ❖ Github: يتم استخدامه لتخزين الأكواد البرمجية لمشروع ما، وإدارة الإصدارات، وتتبع السجل الكامل لجميع التغييرات التي تم إجراؤها على الكود البرمجي، فهي تسمح للمطورين بالتعاون في مشروع أكثر فعالية من خلال توفير أدوات لإدارة التغييرات المتعارضة المحتملة من مطورين متعددين
- ❖ Github Projects و Github issues: إدارة المهام البرمجية والتعامل مع الأخطاء
- ❖ Sentry: التبليغ التلقائي عن الأخطاء البرمجية، وإدارتها، وتوفير تقارير تفصيلية تساعد على معالجتها.
- ❖ Uptimebot: مراقبة استمرارية وجود المواقع والتبليغ التلقائي عن توقف أي منها.
- ❖ Laravel Forge: أتمتة عمليات إدارة خوادم المواقع

رابعاً: المسمى الوظيفي لقسم التقنية:

1. Web Developer

ملخص الوظيفة	المسؤول عن تطوير مواقع الإنترنت
--------------	---------------------------------

2. Web designer

ملخص الوظيفة	المسؤول عن التصميم الجرافيكي وتكويد مواقع الإنترنت
--------------	--

3. Designer UX- UI

ملخص الوظيفة	المسؤول عن اختيار الألوان والشكل العام للموقع وسهولة استخدامه، وهو المسؤول عن عمل Prototype & Wireframe للموقع.
--------------	---

4. Quality Control

المسؤول عن عمل اختبارات الموقع واكتشاف ال Bugs، وإرجاعها للمطور والتأكد من سلامة جميع مراحل

ملخص الوظيفة

Project Manager .5

المسؤول عن إدارة المشروع والإشراف على جميع مراحل

ملخص الوظيفة

Team Leader .6

المسؤول عن إدارة المشروع تقنياً والإشراف على فريق المبرمجين.

ملخص الوظيفة

System Analyst .7

المسؤول عن فهم متطلبات المشروع وترجمته للغة فنية لفريق التطوير.

ملخص الوظيفة

خامساً: مراحل العمل على المواقع الإلكترونية التابعة للجمعية:

- مرحلة تحليل الموقع الإلكتروني والتي تتلخص في:

1- تعريف المشروع المستهدف من خلال:

- تحديد الفئة المستهدفة (السن -العقيدة - النوع - المستوى الثقافي) وقد تكون هناك أكثر من فئة فتتم المفاضلة أو التوازي.

- دراسة الحالة الابتدائية للفئة المستهدفة Initial State.

- دراسة طريقة تفكير الفئة المستهدفة من خلال مقابلات للتعرف إلى طريقة التفكير.

- دراسة المنتج الثقافي الشائع في الفئة المستهدفة وتحديد ملامحه (ماذا يقرؤون ويشاهدون وما هي حدود تحملهم للوسائط المختلفة...إلخ).

- دراسة وتحديد إيجابيات الفئة (معرفية - سلوكية - مهارية).

- دراسة وتحديد سلبيات الفئة (معرفية - سلوكية - مهارية) ليتم وضع خطة لتغيير

جزء منها

2- تحديد الحلول:

- تحديد الحالة النهائية المرجوة للفئة Terminal State (معرفية - سلوكية - مهارية).
- تحديد المراحل للوصول للحالة النهائية Milestones وأهدافها (معرفية - سلوكية - مهارية).
- تحديد محددات وملامح ومعايير الحلول الناجحة وفقاً لدراسة الفئة المستهدفة (ماذا يصلح معهم وماذا لا يصلح).

3- مرحلة الأفكار:

- وضع أفكار الحلول.
- مرحلة التعميد والإكثار من الأفكار الإبداعية لكل مرحلة Enumeration (في صورة رسوم مبدئية وسيناريوهات و Storyboards).

- تقويم أفكار الحلول.

- تقويم في ضوء الأهداف مع العرض على عينات من الفئة المستهدفة للاسترشاد، نتيجة المرحلة هي اختيار أفضل الأفكار أو دمج أفكار أو العودة لوضع الأفكار من جديد.

4- مرحلة تنفيذ الحلول:

- التنفيذ الابتدائي
- تنفيذ الأفكار في صورة Prototype - نموذج ابتدائي
- تقويم الحلول

تقويم Prototype في ضوء الأهداف مع العرض على عينات من الفئة المستهدفة للاسترشاد، نتيجة المرحلة هي قائمة من الإيجابيات والسلبيات والإرشادات.

- تجويد الحلول

الوصول لأفضل صورة Prototype

مرحلة الإطلاق التجريبي للموقع

- تقويم مرحلة ما بعد إطلاق الموقع (النسخة التجريبية).
- الاستماع للنقد والتغذية بالراجع (Feedback) واستطلاعات الرأي.
- إصلاح الأخطاء مع إعادة صياغة الأهداف إذا لزم الأمر.
- انطلاق الموقع بالصورة النهائية.
- التقويم المستمر والتطوير.

مراحل تنفيذ المشروع:

- أهداف مرحلية.
- أهداف نهائية.
- مهام مرتبطة بالأهداف.
- وثيقة متابعة مهام للموقع.
- وثيقة تنفيذ المهام

سادساً: التطبيقات الذكية وسير العمل فيها:

1- فكرة جديدة وخطة فريدة:

جمعية أصول تعمل دوماً على إيجاد أفكار مميزة وخارج الصندوق تخدم الدعوة، وعندما بدأ في تطوير تطبيق للهواتف فمن المهم تحديد ما يميز التطبيق، والفكرة ينبغي أن تظل فريدة من نوعها.

2- تحديد القدرة التنافسية للتطبيق:

تحليل جميع مناطق التطبيق حتى يكون محتوى التطبيق عالي الجودة مع سهولة التنقل في التطبيق. كل ميزات التطبيق ينبغي أن تتسم بالبساطة بشكلٍ كافٍ بحيث يمكن للمستخدم فهم واستخدام التطبيق بسهولة. والمستخدم يجب دائماً أن يستخدم التطبيق الذي يتميز بسهولة الاستخدام، وإلا فإن التطبيق لن يحصل على النجاح إذا كان معقداً جداً.

3- التقنية المستخدمة في التطوير:

- بعد تحليل متطلبات التطبيق يتم اختيار التقنية التي سيتم استخدامها بالتطوير، ما بين ال Native أو استخدام التقنيات التي تعطي في النهاية كود Native مثل ال

Flutter

- في حالة أن جميع المتطلبات الخاصة بالتطبيق متوفرة في ال Flutter فيتم اعتماده نظراً لاقتصادية التقنية في استخدام البرنامج لعدة منصات مع بعض التعديلات البرمجية لكل منصة مطلوبة.

4- إنشاء موقع التطبيق التسويقي:

إطلاق موقع لعرض التطبيق على نطاق أوسع، حيث كان 60% من المستخدمين يبحثون عن تطبيقات ومنتجات جديدة عبر النطاق الواسع في البحث على المواقع، فمن الأفضل إنشاء موقع على الشبكة يسمح للمستخدمين أن يعرفوا معلومات كاملة حول التطبيق فور إطلاقه على المنصات. وبعد ذلك وجدنا أن 90% من المستخدمين يقضون وقتهم يبحثون على شبكة الانترنت، بإنشاء موقع تسويقي على الشبكة بوصف مثالي للموقع والتطبيق يزيد فرصة حصول التطبيق على مستخدمين أكثر بعد مرور الوقت.

5- الجمعية على الشبكات الاجتماعية:

مواقع التواصل الاجتماعي شهدت نمواً هائلاً خلال السنوات القليلة الماضية، بإنشاء صفحة للتطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي سيزيد نسبة المستخدمين بمرور الوقت دائماً.

كما يمكن من السهل للمستخدمين التنقل في التطبيق سريعاً دون الحاجة إلى التسجيل عبر البريد الإلكتروني.

6- نسخة تجريبية:

من أجل الحصول على آراء المستخدمين للتطبيق يجب إطلاق نسخ اختبارية وتجريبية، وذلك مهم جداً للحصول على التعليقات والاقتراحات لتحسين خدمات ومزايا التطبيق، فالنسخة التجريبية خيار جيد لإنشاء وبداية ناجحة للتطبيق.

7- فيديو تعريفى:

إنشاء مقطع تقديمي للتطبيق يمكن أن يجعل المستخدم يرى رؤية كاملة للتطبيق ومميزاته، مما يجعله يستخدم التطبيق.

سابعاً: نظام التواصل الداخلي وإدارة ومتابعة الأعمال:

أنواع الاتصال في المؤسسة:

- **الاتصال الخارجي:** يتمثل في كافة الاتصالات التي يقوم بها الجمعية مع الجهات الخارجية سواء كانوا مؤسسات حكومية أو مراكز دعوية أو مؤسسات مانحة، أو المؤسسات المالية والبنوك والشركات وغيرهم من المتعاملين، وكذلك من العامة من الناس، وقد تأخذ هذه الاتصالات صيغاً وأشكالاً مختلفة.
- **الاتصال الداخلي:** تتمثل في تدفق المعلومات وانتقالها داخل الجمعية لإنجاز الأعمال المبرمج والمخطط لها، وتتمثل في جميع القرارات والتعليمات والأوامر والاقتراحات التي نهدف من خلالها إلى تنظيم المهام والأعمال.

وأنواع الاتصالات الداخلية في الجمعية هي:

- **الاتصالات الرسمية:** وهي تلك الاتصالات التي تنساب عبر القنوات الرسمية والمتوافقة مع الهيكل التنظيمي للمؤسسة وحدود الصلاحية والسلطة المفوضة وعلى وفق التسلسل الوظيفي داخلها. وتأخذ الاتصالات الرسمية الاتجاه الصاعد، النازل والأفقي.

● **الاتصال النازل:** وهو الاتصال الأكثر شيوعاً في المؤسسات الذي يبدأ من

المواقع الإدارية العليا في المؤسسة وصولاً إلى المستويات الدنيا.

● **الاتصال الصاعد:** وهو الاتصال المتمثل في المعلومات المتحصل عليها من

المستويات الدنيا في المؤسسة إلى الإدارة العليا؛ وذلك لحاجتها للبيانات

والمعلومات لمعرفة مستوى الإنجاز المحقق.

● **الاتصال الأفقي:** وهي تلك الاتصالات التي تجري ما بين المستوى الإداري

الواحد.

أدوات الاتصال الداخلي في الجمعية:

● **الوسائل المكتوبة:** تعد من أكثر الوسائل دقة في نقل المعلومات، وهي الأفضل من

ناحية حفظ المعلومات وإمكانية الرجوع إليها عند الحاجة، وتعتبر من الوسائل الرسمية

والمعترف بها من طرف الهيكل التنظيمي للمنظمة.

● **التقارير:** وتعد من الوسائل الرئيسية في العمل الإداري وهي ضرورية لتنسيق الأعمال

وتحديد المهام ومراقبة سيرها، وهي متعددة؛ فمنها التقارير الإدارية، ومنها التقارير

التشغيلية حول المهام، كما يمكن أن تصنف تبعاً للجمعية الوظيفي الصادرة عنه.

● **الوسائل الشفوية:** (مباشرة - هاتفية - وسائل الاتصال عن طريق الانترنت)، تعد

من أفضل الوسائل في تطوير العلاقات وشرح المهام عكس المكتوبة؛ لأنها تتيح لكل

من المرسل والمستقبل تقدير موقف الآخر وردود أفعاله ومدى استيعابه واقتناعه

بالرسالة، لكنها تعد أقل رسمية من المكتوبة لعدم تركها لأثر يمكن الرجوع إليه وقت الحاجة، كما أنها عرضة للتشويه والتحريف والتأويل، إضافة لاستهلاكها حيناً أكبر من وقت المسير.

- **الاجتماعات:** وهي عبارة عن لقاءات تتم لتبادل الأفكار والآراء حول موضوع ما أو بقصد حل مشكلة معينة واتخاذ القرار الملائم في شأنها، وقد تكون اجتماعات دورية أو استثنائية تبعاً للظروف، عموماً تبرز الحاجة إليها في حالة عدم التمكن من الحصول على نتيجة أو حل موضوع معين عن طريق الوسائل الأخرى، وليكون الاجتماع جيداً وذا فاعلية يجب الإعداد له جيداً.

معايير عامة للتواصل الداخلي والخارجي:

- عدم اعتماد الاجتماعات الصوتية التي تتم عن طريق الهاتف، أو برامج المحادثة عن طريق الانترنت إلا بعد توثيقها كتابياً، ويقوم الطرفان بالإقرار بصحة المحتوى.
- لا يتم استخدام التعامل الصوتي إلى في حالات الشرح والإيضاح، ويفضل أن يتم إرسال ملخص المحادثة الصوتية في ملف منفصل يعتمد من الطرفين.

- جميع التقارير التي يتم رفعها من المستويات الدنيا إلى العليا يتم تقديمها عن طريق

برامج إدارة الفرق مثل: Team Work Management.

- جميع الحوارات والنقاشات الخاصة بمشروع معين تتم عن طريق برامج متخصصة

مثل: Slack.com.

ثامناً: **document management system** الأرشفة الالكترونية:

- استخدام أو تطوير برامج الأرشفة الالكترونية ومتابعة المعاملات والمهام وسير العمل أو ما تسمى (DMS) اختصار إلى (document management system).

هناك بعض الخصائص الأساسية التي تجمع بين تطبيقات إدارة الوثائق التي يمكن أن تعتمد عليها:

هذه المواصفات القياسية تساعد في أرشفة الوثائق مع إمكانية البحث والوصول لها بسهولة:

- إمكانية فهرسة الوثائق عبر الكلمات المفتاحية (Profile أو TAGS أو Meta Data) مع إمكانية تخصيص حقول الأوصاف مع ما يتناسب مع نوع الوثيقة والهدف منها أو بحسب توجه الجهة مثلاً الأوصاف الخاصة (بالعقود) تختلف عن الأوصاف الخاصة بوثائق (الشهادات).

- أن يكون (Web Based) ويسمح بتعدد المستخدمين لإمكانية الوصول مع عدة مستخدمين في الوقت نفسه بناء على الصلاحيات المعطاة لهم.

- دعم تعدد الإصدارات (versioning) لكل وثيقة لإمكانية حفظ تاريخها وتطورها.

- دعم التوثيق (Auditing) الذي تم على كل وثيقة من فتح وقراءة وأي عملية تمت عليها بأي تاريخ ومن أي مستخدم.

- أن تستخدم قواعد البيانات المعيارية مثل (ORACLE أو MS SQL) بحيث لا يتم التقييد بنوع وحيد من قواعد البيانات.
- أن تدعم التاريخ الهجري وتعريف واجهة المستخدم باللغة العربية واللغة الإنجليزية
- توليد (QRCO) لكل ملف مؤرشف مع إمكانية طباعته.
- إمكانية تصدير كل الملفات أو مجموعة منها كهيئة: (Excel2007- XML- CSV- word-Excel5)
- وجود بحث عادي عن موضوع محدد.
- وجود بحث متقدم يحوي العديد من العناصر ليكون البحث بدقة متناهية وسريعة.
- إمكانية رفع ملفات أو صور من الجهاز إلى نظام الأرشفة بشكل جماعي.
- جميع امتدادات الملفات يمكن استخدامها في الأرشفة.
- إمكانية إطلاع مسؤول النظام على سجلات النظام بحيث يعرض جميع العمليات التي يقوم بها المستخدمون.
- إمكانية إضافة وصف لكل ملف مرفوع قبل أرشفته حتى يسهل البحث عنه لاحقاً.
- إمكانية إضافة مجلدات ومن ثم نقل الملفات المؤرشفة داخل تلك المجلدات.
- إمكانية رفع ملفات سرية بحيث لا تظهر إلا في قسم خاص يمكنك تحديد أفراد معينين لهم صلاحية الاطلاع على ذلك حسب صلاحيته في المؤسسة.
- وجود قسم خاص بالإشعارات للبريد الإلكتروني والرسائل القصيرة (SMS).

تاسعاً: استراتيجية التسويق لجمعية أصول:

❖ <http://www.Osoulcenter.com> (أصول للمحتوى)

أولاً: جمع قاعدة البريد الإلكتروني للمهتمين بمجال الموقع وزواره (Email

(Marketing

- العمل على جمع الرسائل الإلكترونية بطرق مختلفة، وذلك بتوفير دراسات وملفات ثرية بالأعمال، والأدوات، والمعلومات مجاناً مقابل أخذ البريد الإلكتروني للشخص، ومن ثم الاستفادة من بريده (إعلانات استهداف محتوى).
- إدارة حملات الترويج عبر البريد الإلكتروني بشكل احترافي والتخطيط لها بشكل دوري، وإعداد خطط محتوى وطرائق عرض، وتصميم لتحقيق أعلى نسبة تحويل (ضغط على الرسائل الإلكترونية) ونسبة متابعة وتحقيق لأهداف المشروع.
- استخدام برامج التسويق البريدي مثل (mailchimp.com)
- عمل نشرة بريدية لجديد المنتجات يتم إرسالها للمشتركين.
- الاستهداف في الإعلانات، وإرسال آخر أخبار الجمعية، وآخر منتجاته ونشر محتواه بالمراسلة.

آلية التنفيذ:

- توفير دراسات الموقع وإحصاءاته مجاناً، بطلب البريد الإلكتروني قبل التحميل.
- استعمال رمز (كود) برمجي لمعرفة حسابات (الفيسبوك) التي دخلت على الموقع، ومن ثم استهدافها في إعلانات (الفيسبوك).

❖ الأفكار في الجمعية:

توفير إمكانية إرسال أفكار دعوية والمشاركة بأفكار (مشاريع - أفكار تصاميم - أفكار فيديوهات - أفكار مقالات - أفكار تطويرية للجمعية - أفكار دراسات دعوية).

الهدف:

- تفاعل وتواصل الناس مع الجمعية.

آلية التنفيذ:

- 1- تصميم استبيان سهل التعبئة.
- 2- تصميم لعرض الأفكار وإمكانية تقييم الأفكار والتعليق عليها.
- 3 - عمل مسابقات كل فترة على أفضل فكرة أسبوعية دعوية: أفضل فكرة لفديو دعوي-أفضل فكرة دراسة دعوية، مثلاً:

- (أتحدث عن المحتوى وليس عن التقنيات).
- كيفية عمل انفو جرافيك دعوي ناجح
- (كيفية كتابة) محتوى دعوي من خلال استخدام الكلمات وكيفية الإقناع
- ...إلخ.

- كيف تؤسس موقعاً دعويًا ناجحاً بكلام تقني.
- كيف تنشئ فيديو دعويًا.
- كيف تؤسس حساباً دعويًا في موقع (تويتر) ناجحًا.

○ كيف تؤسس صفحة دعوية ناجحة في موقع (فيس بوك).

○ كيف تؤسس وسومًا دعوية ناجحة.

○ كيف تؤسس مدونة ناجحة دعوية.

ثانياً: التسويق لمنتجات الجمعية:

- انتقاء المنتجات المترابطة ببعض الكتب التي لها نظير ولها فيديو مماثل

- عمل (لاندينج بيدج - موقع مصغر - لكل - مجموعة منتجات - مترابطة).

- عمل حملات (campaigns) وربطها بـ (landing page) الآلية التي

سيعمل بها أسلوب (digital marketing funnel).

مثال:

◆ عمل حملة الجمعية؛ بعنوان (المرأة في الإسلام) وهو فلم من انتاج الجمعية.

وفيها يتم اختيار مسمى وعنوان جذاب للحملة؛ مثلاً (اعرف حقيقة المرأة في

الإسلام).

◆ ربط الفيديو بمفتاح (كيف يعامل الإسلام المرأة؟ اعرف أكثر)، ويكون المفتاح

مربوطاً برابط لصفحة صممت خصيصاً لهذه الحملة... يكون فيها تكملة

للفكرة المذكورة، مع مراعاة أن الشخص الذي يزور هذه الصفحة قد شاهد

فيديو ووصلت له أفكاراً معينة في صفحة سابقة.

فالهدف من الصفحة هو إكمال تلك الأفكار أو ربط الصفحة بمفتاح لتحميل كتاب عن المرأة في الإسلام.

وتكون هذه الصفحة مدروسة جيداً وبمعايير تعرف كيف تُقنع المستخدم وتوصل إليه الفكرة المرغوبة.

♦ يتم تطبيق اختبار أ/ب (A/B testing) على الصفحة لتحسين نسب التحويل (تحميل الكتاب مثلاً).

♦ عمل إعلانات (retargeting) يُستهدف فيها الأشخاص الذين زاروا تلك الصفحة،

بمعنى أنه عندما يزور هؤلاء الأشخاص (الفييس بوك أو جوجل) فإنهم يجدون إعلانات عن الفكرة نفسها تلاحقهم، ويتم التركيز عليها (إعلانات تتحدث عن المرأة في الإسلام... تُكمل لديه الصورة والأفكار للعمل على زيادة إقناع الشخص بالفكرة).

بحيث يعمل الـ (concept) على تحويل الشخص من (Strangers) إلى (leads) و (customers) وتطبيق (concept) الـ (online marketing) على عملية الدعوة الالكترونية كما هو موضح بالصورة.

♦ عمل صفحة هبوط تتحدث عن الفكرة، بحيث يتحول الزائر أو الشخص الذي شاهد الفيديو لصفحة أخرى وهي تسمى (صفحة هبوط) يكون بها

معلومات تفصيلية أكثر عن الفكرة.

- ◆ عمل مشاهد ثابتة دعاية للجمعية في نهاية الفيديو وتوضيح طرق التواصل.
- ◆ توفير طرق تحميل الفيديوهات وتحويلها لصيغ مختلفة وتوفيرها بمستويات جودة مختلفة لتسهيل نشرها.
- ◆ إعطاء وقت لتسويق كل فيديو حتى يصل لمشاهدات معينة، ثم البدء بتسويق الفيديو الذي بعد.

ثالثاً: التسويق الشبكي ومحركات البحث:

- المعايير والخطوات:

- إدارة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل احترافي بناء على الشرائح المستهدفة ودراستها (الصفحة التي تستهدف الشريحة المستهدفة والأهداف المطلوب تحقيقها عن طريق إنشاء حملات ترويجية).
- تتم عملية الإدارة والنشر بناءً على دراسة مواقع التواصل المختلفة. فالعمل في موقع (فيس بوك) مختلف عن (تويتر) وهكذا. كلٌّ له آليته.
- إعداد خطة واستراتيجية محتوى مستمرة لصفحات التواصل الاجتماعي؛ بمعنى أنه سيكون هناك محتوى خاص لصفحات التواصل الاجتماعي، وليس فقط مجرد نشر من الموقع.
- العمل على صناعة محتوى قوي ونشره على هيئة تصاميم احترافية... (تصاميم، ومنشورات حصرية وخاصة بصفحة الموقع، تُراعى فيها الجودة العالية، وجودة

المحتوى، ومعايير أخرى خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي تهدف إلى نشر المحتوى بشكل أوسع، وإشهار الموقع، واسمه، وتعريف المستخدمين بالموقع بشكل أوسع).

● التفاعل مع الرسائل والتعليقات وعدم تجاهلها نهائيًا، والعناية بالاقترحات، والملاحظات، والمشاركات، سواء على في موقع (يوتيوب) أو (فيس بوك) أو (تويتر).

● متابعة الإحصائيات بشكل دوري والتفاعل معها، واستخدامها في أقسام المشروع الأخرى.

● التخطيط لإنشاء حملات باستمرار بناءً على الأهداف، وعرض ذلك بشكل مبتكر وبتصاميم احترافية، ومعرفة ماذا يريد المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي، وما أكثر الأشياء التي تجذبه؛ مثال: (عمل حملات وعروض دورية على كافة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي وتكون في وقت واحد).

مثال: يوم لمشاركة عامة الناس في الدعوة بعنوان: (#كن_أنت_الداعية)

منصات التواصل التي تعمل عليها الجمعية في التسويق الشبكي:

1 - (فيس بوك)

تحديد الأهداف والخطط للمنهج الذي سيسير عليه الجمعية، وإنشاء الإعلان بناءً على ذلك.

- الجمع بين الاستهداف والإبداع.
 - اختيار النطاق الديموغرافي لأي جمهور نستهدفه.
 - إنشاء واختبار العديد من الإعلانات للحصول على الإعلان الاحتراقي المميز.
 - الاستهداف من خلال تحديد نوع وبلد وجنس الزائر.
 - الإحصائيات، من خلال تقارير أسبوعية مفصلة عن الحملات الإعلانية.
 - الهدف: الوصول إلى مئتين وخمسين ألف إعجاب للموقع خلال سنة.
 - فكرة برجة صفحة المسابقات لجمع عدد كبير من الإعجابات للصفحة وإجراء مسابقات دورية.
 - حملات دورية، مثل: (ادع صديقاً غير مسلم للصفحة)، (#كن_أنت_الداعية).
 - مسابقة أحسن عمل وفكرة تصميم دعوي إبداعي
 - أحسن فكره يتم التصويت لها سيتم تنفيذها، وغيرها من الحملات.
- 2 - (تويتز):**

- التركيز على وسوم لمحتوى أصول في جميع مشاركات الجمعية
- لفت الأنظار والتفاعل في نشر منتجات الجمعية (حوار حول مقالة - موضوع معين - شبهة تم الرد عليها).
- الاهتمام بعمل حوار مع المتابعين لمناقشة تفاصيل المنتجات، واستفساراتهم لكسب المزيد من الثقة والشعور بالاهتمام.
- استخدام البحث العلمي والتسويقي في الحصول على أشخاص مستهدفين.

- اختيار الوقت المناسب في نشر (تغريدات) الجمعية للحصول على أكبر عدد من المتابعين.

- إنشاء الأفكار التسويقية المتتالية الإبداعية لنشر المنتجات.

- وضع هدف، مثل: الوصول إلى مئة ألف متابع خلال سنة.

- التفاعل مع تغريدات الدعاة والتغريدات المتعلقة بالدعوة.

3 - (جوجل بلس)⁽¹³⁰⁾:

- الإعداد التسويقي الجيد للملف الشخصي على (جوجل بلس).

- إضافة الصور التسويقية وعمل إشارة (تاغ) خاص بها.

- استخدام دوائر (جوجل) في الفصل بين شرائح الجمعية الثلاث.

- إضافة ملفات الفيديو التسويقية ونشرها وإشهارها.

4 - (يوتيوب):

- تهيئة كل فيديو لمحرك البحث بإضافة الوصف التسويقي، إضافةً إلى الكلمات البحثية.

- ربط القناة بحساب (فيس بوك).

- زيادة عدد المتابعين والمشاركين والمعجبين لكل فيديو.

- تقرير تحليلي متكامل كل أسبوع.

(130) مؤخرًا جمعية أصول لم تعمل بجوجل بلس لأن الشركة أوقفت التعامل معها.

- عمل (call to action) في نهاية الفيديو لـ (Landing page) تكون
مُقنعة بناءً على الفيديو وعمل (audience) للزوار.

مثل: ساهم معنا - ادعنا... في آخر الفيديو، ويتم نقله لصفحة فيها طرق الدعم
وإقناعه بها.

سياسة عمل حملة إعلانية على (جوجل أدورد) مدفوعة أو (فيس بوك المدفوع):

- التسعير بطريقة التكلفة بالنقرة (CPC)، وبذلك يمكنك دفع تكلفة النقرات
الفعلية، وبالسعر الذي تحدده الجمعية من قبل، ويتم اختيار الحد الأقصى للتكلفة
بالنقرة من سنت واحد حتى مئة دولار أمريكي.

- التسعير بطريقة الكلفة بعدد الظهور (CPM) للأشخاص الذين يفضلون ترويج
أوسع وأفضل لعلاماتهم التجارية.

- ميزانية يومية للإعلان نحددها وتبدأ من خمسة دولارات أمريكية.

- إعلانات مستهدفة تقوم الجمعية بإنشائها وإدارتها.

- لإعلان واحد أو لإعلانات متعددة مستهدفة لكلمة رئيسة أو أكثر.

5- (أنستغرام):

- الهدف في الحساب: الوصول إلى عشرة آلاف متابع خلال سنة.

- إنتاج فيديوهات وتصاميم خاصة بالموقع.

- رعاية حسابات مشهورة لنشر فيديوهات تعريفية بالجمعية ونشر اسم
الجمعية.

6 - توفير خدمات (واتس آب - تليجرام):

7- التسويق على محركات البحث:

إن عملية التسويق على محركات البحث تمر عبر المراحل الآتية:

1- تهيئة الموقع لمحركات البحث (Search Engine Optimization):

إن الهدف من تهيئة الموقع لمحركات البحث؛ أن يحتل موقع الجمعية أصول المراتب الأولى عند

البحث عند أحد المواضيع مما يضمن له زيارات أكثر من خلال:

- تهيئة الموقع داخلياً وتحسينه من خلال تهيئة الصور والمحتوى وصفحات الموقع

المختلفة لتكون مناسبة لمحركات البحث وتصبح في الصفحات الأولى (on

page optimization)

- تهيئة الموقع خارجياً ببناء روابط خارجية و (social signals) (off page

optimization)

- تهيئة التصميم الخاص بالموقع ليحقق أعلى نسبة بقاء للزائر في الموقع ونسبة تحويل

(تصفح أكثر لصفحات الموقع).

- (Keyword research) وتعني: عمل أبحاث للكلمات المفتاحية

باستمرار لمعرفة ماذا يبحث المستخدمون في كل لغة وفي كل دولة في محرك البحث.

- (Competitive Analysis) وتعني: تحليل المواقع المنافسة تحليلاً جيداً؛

لمعرفة مصادر الزيارات وما أكثر محتوى يتم الدخول عليه وعما يبحث

المستخدمون.

- Keep tracking with Google analytics, keywords

(and link profile) (ranking) وتعني: المتابعة المستمرة لأداء الموقع وتحليله

بشكل دائم

- تحقيق أعلى نسبة (CTR) من خلال (Landing page) مقنعة للإقناع والاشتراك في البريد لمعرفة المزيد عن الإسلام.

عاشراً: إدارة المشاريع في جمعية أصول

بعد اطلاع الباحث على تجربة الجمعية في إدارة المشاريع والبرامج، وجدنا أنها تجربة جديدة فريدة لها صبغة خاصة تناسب وضع الجمعية بالمعطيات والممكنات التي لديها، غير أن هناك تحديات كبيرة قد تواجهها الجمعية والتي منها:

1. قلة الكوادر المؤهلة.

2. كثرة المشاريع وتنوعها.

3. وضع الجانب المادي للتطوير والتحسين المستمر.

لكن بالمقابل هناك عدة جوانب إيجابية للجمعية، نعدد أبرزها وهي:

1. إدارة المشاريع مبنية على نهج علمي وتطبيق عملي ناجح.

2. نماذج مبتكرة للتغلب على التحديات وإدارة الأعمال بكفاءة.

3. الخبرة من قبل قيادي الجمعية والعاملين فيها.

كما تم صناعة نموذج مبتكر في ترابط الوحدات والمشاريع والبرامج وفق الشكلين الآتيين⁽¹³¹⁾:

(131) الموقع الرسمي لجمعية أصول.

فالمشاريع وسيلة أساسية لتحقيق التغييرات المنشودة، بإنشاء منتجات جديدة وتطوير خدمات معينة، وكل ما إلى ذلك كإصلاح المشكلات واستثمار الفرص الواعدة يتم بواسطة المشاريع. والمشروع (Project): مسعى ومجهود مؤقت من أجل إنشاء منتج أو خدمة أو نتيجة فريدة. وبناء على التعريف فإن إدارة المشاريع تتمثل بكونها تطبيق من المعارف والمهارات والأدوات والتقنيات على أنشطة المشروع لتلبية متطلباته.

المشاريع:

وفقاً لتحليل تقرير كايوس لعام 2009، هناك ثلاث قضايا وراء أسباب فشل المشاريع:

1- المتطلبات والمواصفات غير المكتملة.

2- الافتقار إلى تخطيط الطوارئ وإدارة المخاطر.

3- عدم التعلم من الأخطاء.

وعلى الرغم من الاختلافات المتعددة بين القطاعات التي تدير عملها بشكل أساسي من خلال

المشروع فإن تلك القطاعات تتشارك في تحديات متشابهة، منها:

1- تسليم نتائج المشروع في سياق قيود الوقت، الموازنة، الجودة، النطاق، المخاطر والفائدة.

2- إعداد خطط مشروع شاملة ومفصلة، وإدارة هذه الخطط خلال فترة حياة المشروع

المحترف لإدارة مشاريع التنمية وفق دليل شركة بي إم دي برو (PMD Pro).

3- إدارة المشاريع التي غالباً ما تنفذ من قبل المقاولين، أو مقاولي الباطن والموردين.

4- تحديد المخاطر المحتملة ووضع عمليات لتفاديها والتعامل معها، وضمان تحقيق فوائد

المشروع المرجوة.

المشاريع والبرامج والمحافظ:

يدار المشروع بثلاث طرق مختلفة وهي التي عملت عليها الجمعية في استراتيجياتها لإدارة

المشاريع:

1- مشروع قائم بحد ذاته.

2- مشروع داخل نطاق برنامج

3- مشروع داخل نطاق المحفظة

البرنامج (Program): مجموعة من المشاريع والبرامج الفرعية ذات العلاقة مع بعضها، وتمثلها

في الجمعية المجالات الثلاث: المحتوى والدراسات والتعليم.

وإدارة البرامج: هي عملية إدارة مجموعة من المشاريع ذات الصلة بطريقة منسقة، للحصول على

الفوائد والسيطرة التي لا تتأتى عند إدارة كل مشروع على حدة، وخلافاً للمشاريع، غالباً ما

تتم إدارة البرامج من خلال إدارة مركزية تهدف إلى تنسيق مجموعة من المشاريع لتحقيق الأهداف

والفوائد الإستراتيجية للبرنامج.

هناك أهمية خاصة لإدارة البرنامج حيث أن المشاريع التي تتم إدارتها من خلال برنامج منسق

يمكن أن تحقق تغييراً أو فوائد لا يمكن تحقيقها في حالة إدارة تلك المشاريع بشكل منفصل،

فيما يلي بعض مجالات مواءمة البرنامج:

- **المنطقة الجغرافية:** غالباً ما تعمل المشاريع جنباً إلى جنب في نفس المنطقة أو في مناطق مختلفة من البلد، ومن بين اهتمامات مدير البرنامج كيفية تعظيم موارد المشاريع المتعددة التي تعمل في نفس المنطقة الجغرافية بغية تحقيق أثر أعظم من ذلك الذي يمكن أن يحققه كل مشروع على حده، وغالباً ما تعمل البرامج في بلد واحد، على الرغم من ازدياد شيوع وجود برامج تعمل في أكثر من بلد، أو برامج عالمية النطاق.
- **مجالات تدخل القطاع:** بينما تعمل المشاريع في قطاع منفرد خلال فترة زمنية أقصر، غالباً ما تشتمل البرامج على قطاعات متعددة، وتعمل من خلال إطار زمني أطول.
- **الأهداف:** من خلال تنسيق أهداف وغايات المشاريع المتعددة عن طريق البرنامج يتعاضد احتمال أن تحقق المنظمة أهدافها العليا.
- **التمويل:** يمكن لمنظمة منفردة إدارة مشاريع متعددة ممولة من قبل نفس المؤسسة المانحة. في هذا السيناريو، هناك فرصة لتنسيق هذه المشاريع في سياق برنامج واحد، مما يمكن أن يؤدي إلى اقتصاديات الحجم/السعة.
- **الجمهور المستهدف:** غالباً ما يتداخل ويتقاطع عمل المنظمات المختلفة على فئات السكان المستهدفة من خلال مشاريع في مجالات مختلفة (الصحة، المياه، التعليم... الخ) ومن شأن تنسيق هذه المشاريع من خلال النهج القائم على البرنامج أن يسمح للمنظمة بالربط بين هذه المشاريع عن طريق المؤشرات والموارد والعمليات المشتركة التي تساعد

المجتمعات المحلية على إجراء التقييم المستمر فيما إذا كانت المنظمات تنفذ التدخلات الصحيحة.

- الإدارة: بينما تركز فرق المشاريع المنفردة على تنفيذ الأنشطة التي تساهم مباشرة في

مخرجات وغايات هذه المشاريع فعلى مستوى البرنامج يركز مدراء البرامج على تحديات

تنسيق المشاريع، والاستفادة الفضلى من موارد المشاريع المتعددة، وزيادة أثر البرنامج.

- المحفظة (Portfolio): مجموعة من مشاريع وبرامج ومحافظ فرعية، والعمليات

التشغيلية التي تدار كمجموعة واحدة لتحقيق أهداف استراتيجية، التي تمثل المركز ككل

الذي يندرج تحته البرامج أو المشاريع الكبيرة أو المحافظ الفرعية في الجمعية.

تشرف إدارة المحافظ على أداء مجموعة برامج ومشاريع المنظمة، وتتم إدارة المحافظ عموماً من

قبل فريق على أعلى مستوى إداري في المنظمة أو من قبل وحدة خاصة في المنظمة) المكتب

الإقليمي أو المقر الرئيس (لا تُعنى إدارة المحفظة بمهام المشروع اليومية، ولكنها تركز بدلاً من

ذلك على: اختيار بدء وإدارة مجموعة من المشاريع بطريقة تحقق الأهداف الإستراتيجية

للمنظمة.

وتشمل إدارة المحافظ في كثير من الأحيان على إقرار أية مشاريع التي لا ينبغي تنفيذها،

والمشاريع التي يجب البدء بها مبكراً، أو المشاريع التي يجب وقف العمل بها من أجل تحسين

الملاءمة الإستراتيجية للمشاريع التي يتم تنفيذها لتحقيق مهمة المنظمة.

لا تندرج المحفظة تحت مسؤولية مدير المشروع في معظم الأحيان، ولا يعني ذلك عدم اهتمام فرق المشروع بالقضايا المتعلقة بإدارة المحفظة. وغالبا ما تكون الموارد المتاحة للاستثمار في المشاريع محدودة أو نادرة، وقد تتنافس أجزاء مختلفة من المنظمة على هذه الموارد. تحاول عملية إدارة المحفظة تحديد الأولويات وتحقيق التوازن بين الفرص والمخاطر في مقابل العرض والطلب على الموارد، بطريقة تحقق أهداف المنظمة. ونظرا للتنافس على الموارد المحدودة، ينبغي أن يكون مدراء المشاريع وفرقهم قادرين على توضيح ما إذا كانت مشاريعهم:

✓ تدعم إستراتيجية منظماتهم.

✓ تضيف مساهمة قيمة لبرامج و/أو محفظة المنظمة.

العلاقة بين إدارة المشاريع، إدارة البرامج، وإدارة المحافظ

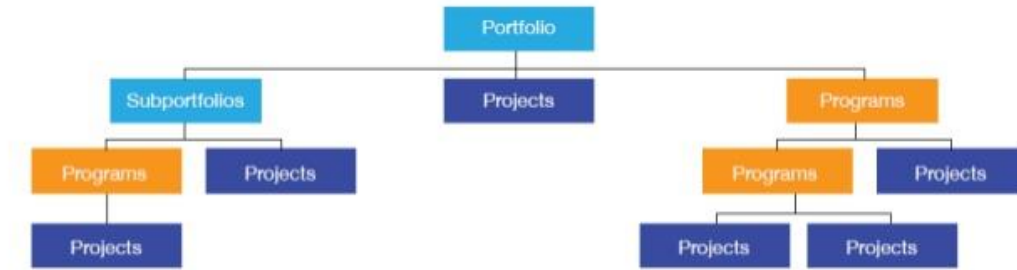


Figure 6: Relationships between Projects, Programs and Portfolios

شكل رقم (7) العلاقة بين إدارة المشاريع، وإدارة البرامج، وإدارة المحافظ

كيف تتوافق المشاريع مع الثقافة الاستراتيجية للكيانات الدعوية؟

المحافظ والبرامج والمشاريع يتم توجيهها بما يخدم الأهداف الاستراتيجية للمنظمة، كل منها له شكل في المساهمة بتحقيق الأهداف الاستراتيجية، فإدارة المحافظ تركز على اختيار البرامج

والمشاريع المناسبة، وتحديد الأولويات لتوفير المواد اللازمة، بينما التركيز في إدارة البرامج على تحقيق المنفعة التي تتواءم مع الأهداف الاستراتيجية، أما على مستوى المشاريع فيكون التركيز على تحقيق أهداف محددة لها أثرها المباشر على المنفعة وعلى الاستراتيجيات.

ما أدوار / مسؤوليات مدير المشروع وفريق المشروع؟

تخطيط أنشطة المشروع وعمل تسلسل لها	تخطيط وتحديد النطاق
إنشاء الجداول الزمنية لهذه الأنشطة	تقدير الوقت لهذه الأنشطة
تقدير التكلفة لأنشطة المشروع	تخطيط الموارد
توثيق معلومات وتقارير المشروع	وضع الميزانية
تحليل المخاطر	إنشاء الرسوم البيانية والجداول الخاصة لخطط المشروع وتقديم أعماله
قيادة فريق المشروع	إدارة المخاطر والقضايا التي تواجه المشروع والفريق العامل عليه
الشراكة مع الموردين	خدمة استراتيجيات المنشأة من خلال المشروع
إدارة التغييرات في المشروع	العمل مع الموردين
	ضبط الجودة

ما الكفاءات اللازمة لإدارة مشروع دعوي؟

العناصر التوضيحية	الكفاءة
<p>إدارة استباقية للنطاق</p> <p>تحديد شامل للأنشطة اللازمة لنجاح المشروع</p> <p>إدارة الجدول الزمني العام لضمان العمل في الوقت المحدد</p> <p>تحديد وجمع المقاييس لقياس التقدم المحرز في المشروع</p> <p>تحديد، تعقب، إدارة وتسوية مسائل المشروع</p> <p>نشر معلومات المشروع بشكل استباقي لكافة أصحاب المصلحة</p> <p>تحديد، إدارة وتخفيف مخاطر المشروع</p>	التقنية

إعداد النظم اللوجستية ضمان قبول جودة تسليمات/منجزات المشروع	
رؤية (الصورة الكبرى) للمشروع من خلال محفظة المنظمة مناصرة المشروع (تعزيز التأيد) إيصال الرؤية وضع تحديات صعبة ولكن منطقية - توفير تغذية راجعة مفيدة عن الاداء لأعضاء الفريق وفي حينه تسهيل بيئة انتاجية للفريق التواصل بشكل استباقي (لفظا وكتابة)، والإصغاء الفعّال تشجيع أعضاء الفريق على إتباع التوجيهات طوعا وتحقيق الأهداف	القيادة/ العلاقات البيئية
المهارات التنظيمية الاهتمام بالتفاصيل القدرة على العمل في مهام متعددة بنفس الوقت التفكير المنطقي التفكير التحليلي الانضباط الذاتي إدارة الوقت	الشخصية/ الإدارة الذاتية
فهم قيم القطاع الدعوي ونماذجه فهم اصحاب المصلحة المختلفين المشاركين في المشاريع الدعوية فهم بيئات الدعوة المعقدة واستكشافها العمل بفاعلية مع مجموعة مختلفة من شركاء التنفيذ التأقلم مع ضغوط بيئات الدعوة إظهار الحساسية الثقافية	الخاصة بالمجال الدعوي

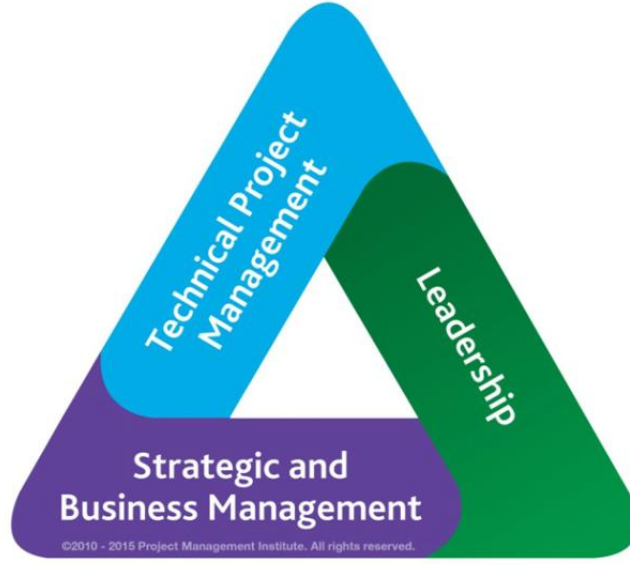
كفاءات مدير المشروع:

وفق مثلث المواهب (The PMI Talent Triangle) الصادر عن معهد إدارة المشاريع

(PMI) وضع إطار تحددت فيه المواهب الأساسية التي يحتاجها مدير المشروع، حيث بني

الإطار على ثلاثة أقسام:

PMI Talent Triangle



شكل رقم (8) فمثلث المواهب يركز على ثلاث مجموعات رئيسية من المهارات:

1- معارف فنية لإدارة المشاريع

وهي المعارف والمهارات والسلوكيات ذات العلاقة بإدارة المشاريع والبرامج والمحافظة والمفاهيم

الفنية المتعلقة بأداء الأفراد، وتشمل:

- القدرة على التركيز على العناصر الأساسية في إدارة المشاريع من خلال إيجاد الأدوات
الملائمة مثل: عوامل نجاح المشروع - الجدول الزمنية- التقارير المالية - سجل
الإشكالات.

- القدرة على تخصيص الأدوات والتقنيات لكل مشروع.

- القدرة على ضبط وقت التخطيط وتحديد الأولويات.

- القدرة على إدارة عناصر المشروع، كالجدول الزمني، والتكلفة، والموارد، والمخاطر.

2- معارف الاستراتيجيات وإدارة الأعمال

وهي المعارف والخبرة في مجال أعمال المنظمة والتي تحسن الأداء، وتحقق نتائج أفضل الأعمال.

ويعنى هنا القدرة على الرؤية من منظور علوي عام High-Level للمنظمة، والقدرة على التفاوض والتنفيذ بفعالية للقرارات والإجراءات التي تدعم المواءمة مع الاستراتيجيات والابتكار، وتشمل "معارف الاستراتيجيات وإدارة الأعمال" المعرفة العملية ببعض الوظائف الأخرى كالتمويل والتسويق والعمليات التشغيلية.

كما تشمل معارف الاستراتيجيات وإدارة الأعمال المعرفة في مجال عمل المشروع ليكون مديرو المشاريع قادرين على:

1- شرح مفاهيم العمل الخاصة بالمشروع.

2- العمل مع رعاة المشروع وفرق العمل والمتخصصين في تطوير استراتيجيات المشروع المناسبة لتحقيق المخرجات.

3- تنفيذ هذه الاستراتيجية بطريقة تحقق أقصى قدر من الفائدة.

3- مهارات القيادة

المعارف والمهارات والسلوكيات التي يتطلبها توجيه تحفيز وإدارة الفريق ومساعدة المنظمة في تحقيق أهداف الأعمال.

هناك ثلاث مهارات أساسية في القيادة، هي:

- القدرة على التوجيه والإرشاد.

- القدرة على التحفيز.

- القدرة على مباشرة وإدارة الفريق.

وقد تتضمن هذه المهارات بعض القدرات الأخرى كالتفاوض والمرونة في التعامل مع الضغوط والاتصال، والقدرة على حل المشكلات، والتفكير النقدي، ومهارات التعامل مع الآخرين.

الفرق بين الإدارة والقيادة في المؤسسات الدعوية.

على الرغم من استخدام المصطلحين بشكل متداخل إلا أنّهما يختلفان عن بعضهما البعض اختلافًا كبيرًا، فالمهارات القيادية تأتي من قدرة القادة في الحصول على الموافقة من الآخرين، إنّهم يستخدمون تأثيرهم لتحدي القواعد المختلفة وتوجيه الابتكار. إنّهم حسب ما وصفهم المستشار الإداري بيتر دراكر، يغيرون القواعد لإحداث التغيير. أمّا الإدارة فهي عملية تنسيق وتنظيم نشاطات ومهام منظمة ما بهدف تحقيق أهداف معينة. وبناءً عليه تتمثل مهمة المدراء الأساسية في أنّهم يحرصون على أن يلتزم الموظفون بقواعد وسياسات المنظمة. إنّهم يعملون لتحقيق الأهداف التي وضعها قادتهم من خلال مهام محددة كالتخطيط ووضع الميزانيات،

والتنسيق ومهارات حلّ المشكلات. وعلى الرغم من أنّهم في الغالب ذوو كفاءة عالية ويتمتعون بروح المسؤولية إلاّ أن دورهم في المنظمة يقتصر على تنفيذ التعليمات.

الجانب المالي

تعتمد جمعية أصول على الدعم المالي المقدم من المؤسسة المانحة ورجال الأعمال الداعمين للمشاريع الدعوية والخيرية، لذا فإنّ منتجات الجمعية مجانية وغير ربحية ومتاحة للمؤسسات والجهات الدعوية والدعاة والأفراد.

نتطرق في هذا المبحث إلى كيفية وآلية عمل الجانب المالي لدى الجمعية وهي على

ثلاث طرق:

الأولى: التقديم للجهة الداعمة أو المانحة:

أولاً: من أساسيات جمعية أصول القيام بالبحوث والدراسات لكل مشاريعها، لذا فإنّها تعمل على تجهيز دراسة متكاملة على المشروع ونتائجه للجهة الداعمة والتكلفة المالية، ثم يقوم الإداريون بعرض المشروع بطريقة احترافية (عرض باوربونت - عرض مطبوع طباعة فاخرة) والتركيز على الجانب المالي ومخرجات المشروع.

ثانياً: الطريقة الثانية هي فتح حساب رسمي للجمعية لدى الجهات الخيرية الداعمة لدى المملكة عن طريق المواقع الإلكترونية لتلك الجهات ومن خلال قبول الجمعية لدى الجهة الخيرية يقوم الجمعية بعرض المشروع وما يتطلب مع إرفاق دراسة مالية مفصلة.

ثالثاً: عن طريق المتاجر الإلكترونية التابعة للمركز أو فتح الحسابات لدى منصات التبرع الأخرى كمنصة إحسان ومنصة وقفي ومنصة تبرع وغيرها.

تنويه حول استثمار الفُرص:

عندما يتم تقديم المشروع كما هو في الدراسة المقدمة للجهة الداعمة وتوضيح الجانب المالي ومخرجاته فإن الجهة الداعمة هي من تعرض عليك دعم أي مشاريع لديك.

الثانية: التبرعات المؤقتة والمستدامة:

تعمل الجمعية على فتح الدعم للمشاريع عن طريق:

- 1 - التبرعات المباشرة إما بالزيارة لدى المقر التي من خلالها يستعرض للزائر مشاريع الجمعية ومخرجاتها وعرض المشاريع التي تحتاج دعماً او المشاركة في استكمال الدعم، من خلال هذه الطريقة يقوم موظف الجمعية بعرض طرق التبرعات المباشرة (المؤقتة)، أو المستدامة التي تتم عن طريق البنك بالتنسيق مع المتبرع والإدارة المالية للجمعية.
- 2 - نشر حسابات الجمعية في المواقع الإلكترونية التابعة للجمعية وهي الطريق الثاني التي تعمل الجمعية على فتح التبرعات المؤقتة او المستدامة.
- 3 - الأوقاف: تعتمد إدارة الجمعية على إنشاء الأوقاف من خلال الحصول على أصول مالية مستدامة ممثلة بمباني الأوقاف، بحيث تعمل على فتح التبرع لوقف تابع للجمعية ويتم توزيعه على عدد أسهم مختلفة القيمة حيث يتيح توزيع الأسهم المالية باب التبرع لكل فئات المجتمع.

ملاحظة: لا تقبل جمعية أصول للمحتوى الدعوي أي دعم مالي أو غيره خارج نطاق المملكة العربية السعودية.

وللاستزادة في هذا الموضوع لا بد من الاطلاع على وثيقة الإطار الاستراتيجي التي وضعتها أصول لعملها والتي منها الجانب المالي والقانوني والتسويق وإدارة التبرعات وفق رؤيتها ورسالتها وأهدافها:

الخطة الإستراتيجية:

جمعية أصول للمحتوى الدعوي

نسخة 21 / 7 / 1444هـ

الملخص التنفيذي

1) التأسيس:

مسمى المشروع:

• تأسيس جمعية أصول

الدواعي / المشكلة الرئيسة:

• أهمية الدعوة إلى الله تعالى وندرة الجهات الدعوية المتخصصة بخدمة القطاع

الدعوي

• الحاجة إلى فريق إستراتيجي تأسيسي لجمعية أصول

• حداثة الجمعية وفاعلية التعاقد مع فريق مختص

الجهة الاستشارية:

- مركز فاز للاستشارات
- أدوات التواصل: مباشر، المجموعات الرقمية المشتركة، الأبردة.

الفريق المشرف:

- مجلس إدارة جمعية أصول بإشراف رئيس مجلس الإدارة م. باسل بن عبدالله الفوزان

الإطار الزمني المتوقع:

- 3 أشهر للبناء الإستراتيجي.
- 7 أشهر للتأسيس التنفيذي.
- المجموع 8 أشهر بالتوازي.

المخرجات المتوقعة:

- مخرجات التأسيس النظامي والحوكمة.
- مخرجات التأسيس الإستراتيجي.
- مخرجات الإدارة التنفيذية للمرحلة.
- رؤية المرحلة المستقبلية.

إطار المشروع العام والعناوين الرئيسة لها:

الخطة الاستراتيجية - الخارطة التنفيذية

المدخلات - البناء الاستراتيجي - البناء المؤسسي

1) التأسيس:

- اللقاءات التحضيرية.
- خطة الخطة.
- بناء منهجية العمل.
- تكوين الفرق.
- الخطة التنفيذية.

2) جمع المدخلات:

- تطلعات أصحاب الشأن.
- التاريخ السابق.
- المقارنات المرجعية.
- البيئة المحلية والعالمية.
- المراجع المعرفية.
- الأنظمة.

3) التحليل الإستراتيجي:

- تحليل المعرفة الداخلية.
- تقييم العناصر المؤسسية الجمعية.
- القوة والفرص والضعف والتحديات.

- تحليل المخاطر.

- تحليل أصحاب المصلحة.

- القضايا الاستراتيجية.

4) صياغة الإستراتيجية:

- الرؤية والرسالة.

- القيم.

- الأهداف الإستراتيجية.

- المستفيدون.

- العمليات.

- النمو والتعلم والبعء المالي.

5) التنفيذ الإستراتيجي:

- الهيكل التنظيمي.

- الخطة التشغيلية.

- التوظيف والتطوع.

6) الحوكمة

- تأسيس واستكمال متطلبات وخطة زمنية.

7) تنفيذ مبادرات رئيسة:

- الموقع والملفات التعريفية.

- التسويق وتنمية الموارد.

- مركز التميز.

8) الدعم التنفيذي:

- متطلبات الإدارة التنفيذية.

- متطلبات السكرتارية والمالية.

- المراقبة - التعلم - التحسين.

الإطار الإستراتيجي لجمعية أصول للسنوات المالية 2023م - 2025م

الرؤية:

صناعة التميز في الرسالة الدعوية

القيم:

الجودة - الموثوقية - الابتكار - الريادة - التكافل - الشراكة

الرسالة:

جمعية دعوية غير ربحية تسهم في الدعوة إلى الله تعالى، والتعريف بقيم الإسلام وتعليمه،

من خلال تعميق الخبرات، وصناعة البرامج النوعية، ومساندة المهتمين، والارتقاء بجودة

المحتوى العلمي الدعوي؛ إعدادًا وتطويرًا ونشرًا بلغات العالم المختلفة، عبر فرق مؤهلة،

وبيئة متعلمة محفزة، وممكنات عصرية، وشراكات فاعلة.

الأهداف العامة:

- نشر العلم النافع وتبصير المسلمين بأمور دينهم عقيدة وعبادة ومعاملة و أخلاقاً.
- تعليم المسلمين أصول دينهم وتعميق روابط الاخوة فيما بينهم.
- تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الاسلام ورد الشبهات المثارة عليه.
- دعوة غير المسلمين للدخول في الاسلام وتعريفهم به وبيان محاسنه لهم.
- استخدام التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله تعالى ونشر العلم الشرعي.

المحاور:

الداعي - أصول الدعوة - الوسائل - المحتوى - المدعو.

المستهدفون المباثرون:

- دعاة (30%) / مدعوون (20%).
- جهات دعوية (30%) / قطاع ثالث (20%).

الأهداف الإستراتيجية ومنطقة التركيز:

- تعزيز الفاعلية والكفاءة والمنهجية في الدعاة والجهات الدعوية.
- بناء المرجعية من الدراسات والأدلة المعيارية.
- نمذجة الوسائل والأدوات العصرية للممارسات الدعوية.
- إنتاج المعرفة الفاعلة من محتوى الكتاب والسنة والعلم الشرعي.
- تلبية الضروريات الدعوية للشرائح المتعددة بلغات العالم.

عمليات النشاط الرئيسي 70%:

- الدراسات والأدلة (30%) - التعليم والتدريب (20%) - صناعة المحتوى (20%)

وتشمل:

- دراسات وبحوث - أدلة تنفيذية ونماذج - استشارات وخدمات - حاضنات ومسرعات أعمال - التأهيل والتمكين - منتجات تعليمية وتدريبية - مبادرات نوعية/ مبتكرة - صناعة محتوى.

البناء الداخلي 30%:

- فرق عمل نوعية.
- ثقافة وممارسة مؤسسية.
- إمكانات متكاملة.
- شراكات فاعلة.

عوامل نجاح داخلية:

- مجالس داعمة/ فرق تنفيذية ممكنة وفاعلة.
- بيئة متعلمة محفزة/ لوائح ومأسسة رشيقة/ إدارة مشاريع/ ابتكار.
- بنية تقنية / إدارة معرفة.
- استدامة للموارد.

صورة ذهنية/ اتصال فعال/ شركات نوعية.

المشروع في أرقام:

- عدد الوثائق المجموعة 1162.
- عدد الساعات الإستراتيجية 320.
- عدد الخبراء 22.
- عدد الأيام التنفيذية 160.
- عدد الجهات المستفاد من تجاربها 20.
- عدد جلسات التركيز الداخلية 46.
- عدد المبادرات قبل التصفية 2000.

(2) جمع المدخلات:

تطلعات أصحاب الشأن

- استقراء تطلعات قيادات الجمعية (9 لقاءات مع قيادات الجمعية).
- استقراء تطلعات مستفيدين مفترضين (5 لقاءات شملت قيادات في الجمعيات والمبادرات الدعوية واستبانات ذوي علاقة بالجمعيات الدعوية والقطاع الخيري).

وتدور غالب التطلعات حول الحاجة:

- في خصوص الجمعية إلى: بناء رؤية إستراتيجية، وتحقيق الحوكمة والمتطلبات النظامية، وإدارة الأعمال التنفيذية والسكرتارية والمالية والتسويق.
- في حاجة المستفيدين إلى: إنتاج معرفة عميقة ذات فاعلية وعمق للمنظمات الدعوية، ومعرفة ذات فاعلية، وما يحقق الانضباط في العمل الدعوي، وتقريب ودلالة في المحتوى، ومبادرات في مجالات مختلفة.

التاريخ السابق

الجمعية حديثة في الشكل النظامي، ولكن لا يمكن إغفال:

- خبرات المؤسسين في مجلس الإدارة والجمعية العمومية.
- الجهود السابقة في جمعيات ذات علاقة ومنها جمعية الربوة ومركز أصول، وما تحصلت عليه من حقوق معرفية عبر الشراكات الرسمية.

المقارنات المرجعية

- الرجوع إلى تجارب لأكثر من 20 جهة ذات علاقة في السعودية للمقارنة المرجعية.
- مقارنة مع مركز أصول: (صناعة المحتوى الدعوي، الجودة، مرونة القرار، إدارة تنفيذية فاعلة، التقنية...).
- مقارنة مع جمعيات دعوية: تجارب لأكثر من 12 جمعية دعوية.

- مقارنة مع جهات ذات صلة: 7 جهات في تحفيظ القرآن الكريم والسنة النبوية والترجمات، وجهات ذات نتاج في المحتوى الدعوي والممارسات الشبيهة

الجهة	تجربة مميزة
جمعية الدعوة بمكة	التعاون مع الوزارة واستثمار المواسم
جمعية الدعوة بالمدينة	الأيام والجولات العلمية والدعوية
جمعية الدعوة الربوة-الرياض	مركز رواد الترجمة ومركز أصول
جمعية الدعوة بالروضة-الرياض	المنشورات وحصانة البرامج النوعية
جمعية الدعوة بالبطحاء-الرياض	التجمعات العمالية وهدية عالم ورياضي
جمعية ركن الحوار-الرياض	استثمار التقنية والتسويق
جمعية الدعوة شرق جدة	الهوية والصورة الإيجابية للإسلام
جمعية الدعوة وسط جدة	البرامج العلمية
جمعية الدعوة عنيزة	تأسيس برامج التعليم
جمعية الدعوة بالجبيل	ممارسات الجودة
3 جمعيات أخرى	القويعة، بقيق، وحلي: عينة عشوائية لجمعيات
مركز نور إنترناشيونال	(ترجمات القرآن الكريم) التخصص الموضوعي
مركز حفاظ الوحيين	(السنة النبوية) التخصص الموضوعي والمنتج
جمعية مكنون لتحفيظ القرآن الكريم	السبق والوصول
4 جهات أخرى	تحفيظ القرآن الكريم بثادق، مركز واعظ، مركز

البيئة المحلية والعالمية:

- مدخلات بستل (المؤثرات النظامية والقانونية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية...)، وأبرز ما يعنى به :

- رؤية 2030 وما لحقها من أنظمة وفرص.

- تأثيرات التقنية وخدماتها.

- العوامل الاقتصادية والاجتماعية؛ ومن أهمها: فاعلية شريحة الشباب، والمرأة.

[ملف خاص]

● مدخلات عن منطقة عمل الجمعية: مدينة الرياض، وشملت:

- مدخلات دعوية (في المملكة: نسبة منظمات الدعوة والإرشاد والتعليم الديني من القطاع

غير الربحي 22.84%، بعد 16.460 موظفاً، وعدد يقارب 200 منظمة للدعوة وتوعية

الجاليات من أصل 958 جهة محل الدراسة...) (في الرياض أعداد تقريبية للمساجد

17841، الأئمة 12930، المؤذنين 10154).

- اجتماعية (عدد السكان 8,660,885، عدد الذكور: 5,146,233، وعدد الإناث:

3,514,652، النسب العمرية من الولادة إلى 14 سنة (30.3%)، من 15-34 سنة

(36.7%)، فوق 35 سنة (33.0%).

- مدخلات إدارية واقتصادية وفي القطاع الخيري في المملكة والرياض [ملف خاص].

● برامج رؤية 2030:

- برنامج خدمة ضيوف الرحمن.

- برنامج تحسين نمط الحياة.
- برنامج تعزيز الشخصية السعودية.
- برنامج التحول الوطني.
- برنامج ريادة الشركات الوطنية.
- برنامج تحقيق التوازن المالي.
- برنامج جمعية الاستثمارات العامة.
- برنامج الشراكات الاستراتيجية.
- برنامج تطوير الصناعة الوطنية والخدمات اللوجستية.
- برنامج الإسكان.
- برنامج تطوير القطاع المالي.
- برنامج التخصيص.

المراجع المعرفية:

- رؤية إستراتيجية لدعوة المسلم الجديد (دراسات لأصول، أسهم في إصدارها بعض أفراد المشروع)
- دراسة موسعة عن المقاصد (معايير المنح المقاصدي، موسوعة في العمل الخيري؛ أسهم في إصدارها بعض أفراد المشروع).

▪ تقييم جهود وزارة الشؤون الإسلامية في مجال دعوة الجاليات في المملكة العربية السعودية من منظور إستراتيجي مكاتب دعوة الجاليات في مدينة الرياض نموذجاً (دراسة ماجستير جامعة الأمير نايف)

▪ عدة دراسات في الاحتياجات الدعوية وتصورات غير المسلمين عن الإسلام (دراسات لأصول، أسهم في إصدارها بعض أفراد المشروع).

الأنظمة ذات الصلة:

▪ أنظم رسمية:

- نظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية 1437 بتعديلاته عام 1442.

- أنظمة ذات علاقة بوزارة الشؤون الإسلامية (نظام الأئمة والمؤذنين 1392، نظام المساجد ومنسوبيها، نظام إدارة جمعيات تحفيظ القرآن الكريم، نظام استضافة ضيوف خادم الحرمين الشريفين في الحج والعمرة).

- باقي الأنظمة (بالتعاون مع شركة سلم للمحاماة).

▪ اعتمادية الجمعية:

(القرار الوزاري، وشهادة التسجيل...)

▪ أنظمة داخلية:

(لوائح تفصيلية لعدد من الموضوعات بنيت بالتدرج...).

3) نتائج التحليل الإستراتيجي:

تحليل المعرفة الداخلية للجمعية

لا يمكن إغفال خبرات المؤسسين في مجلس الإدارة والجمعية العمومية، وما تحصلت عليه من حقوق معرفية عبر الشراكات الرسمية مع جهات مختلفة ومن أهمها جمعية الربوة ومركز أصول، ويمكن الإشارة إلى التالي:

- معرفة داخلية عالية في الخبرات الدعوية.
- معرفة داخلية عالية في المحتوى الدعوي.
- معرفة داخلية متوسطة في أنظمة الجمعيات.
- معرفة داخلية فوق المتوسطة في أنظمة الجودة.
- معرفة داخلية فوق المتوسطة في العلاقات والتجارب الميدانية.

تقويم العناصر المؤسسية للجمعية

- الجمعية حديثة النشأة؛ وبالتالي فهي في حاجة لبناء العناصر المؤسسية ومن أهمها (مستفاداً من نموذج ماكينزي):

- الاستراتيجية.

- الهيكل.
- الأنظمة.
- أسلوب الإدارة.
- العاملون.
- المهارات والقدرات.
- القيم المشتركة.
- المالية.
- العلاقات.
- تقييم احتياجات المستفيدين.

أبرز نقاط القوى والفرص والضعف والتحديات

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> ▪ الخبرة في القطاع الدعوي العالمي ميدانيا. ▪ العلاقات الواسعة مع الجهات والأفراد. ▪ شراكات سابقة أسهمت في توفر دعم الإداري ومواد معرفية. ▪ النمو المتسارع على صعيد المؤسسة والإنتاج. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ حداثة الجمعية، وآثارها المتعددة في احتياجات الحوكمة والعاملين، والتنظيم المالي، ونقص الملفات الإستراتيجية والمعرفية والتنفيذية. ▪ ضعف تهيئة الصف الثاني. ▪ ضعف المورد المالي المستدام والاعتماد على المؤسسات المانحة.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ التميز الإعلامي والتقني. ▪ وضوح المسار الاستراتيجي من البداية. ▪ قيادات شابة. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ صعوبات الوفاء بمتطلبات الحوكمة ومتابعة الأداء بصورة مؤسسية. ▪ صعوبات الاجتماعات الدورية للمجالس نظرا لكثافة العمل.
الفرص	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> ▪ الحاجة الكبيرة في السوق الدعوي للمحتوى والدراسات والتأصيل. ▪ فرص الدعم الحكومي والقطاع غير الربحي والمسؤولية المجتمعية. ▪ فرص المشاركة مع الوزارات ذات العلاقة في بناء الصورة الذهنية عن المملكة والإسلام من خلال السياح والمراكز العالمية. ▪ تقنيات الذكاء الاصطناعي وبناء المحتوى. ▪ أصحاب المحتوى من مختلف دول العالم. ▪ فرص العمل عن بعد، والتطوع، والتقنية، والأدوات الإدارية الحديثة. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ضعف القدرة على متابعة متطلبات الحوكمة التفصيلية. ▪ صعوبات الدعم المالي. ▪ ضعف اهتمام غالب الجهات بالمنتجات العميقة ذات البعد الإستراتيجي. ▪ صعوبة الكوادر التنفيذية المميزة ذات الفهم لمجال الجمعية. ▪ التغيرات الاقتصادية والنظامية والمجتمعية.

<ul style="list-style-type: none">▪ استثمار نمذجة المعارف والتجارب والإجراءات من وإلى المراكز المتخصصة.▪ فرص للاستثمار الاجتماعي العائد بالربحية للجمعية.▪ حاجة الجهات المانحة إلى خدمات لدعم القطاعات الدعوية.	
---	--

تقاطعات التحليل الرباعي (T-O-W-S)

تقاطعات التحليل الرباعي (T-O-W-S)	نقاط القوة	نقاط الضعف
الفرص	القوة × الفرص (استراتيجيات المبادرة)	الفرص × الضعف (استراتيجيات التطوير)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ الحاجة الكبيرة في السوق الدعوي للمحتوى والدراسات والتأصيل. ▪ فرص الدعم الحكومي والقطاع غير الربحي والمسؤولية المجتمعية ▪ فرص المشاركة مع الوزارات ذات العلاقة في بناء الصورة الذهنية عن المملكة والإسلامن خلال السياح والمراكز العالمية. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ التركيز على الريادة الدعوي والتأصيل. ▪ استثمار فرص الدعم مع الجهات والأفراد والجهات الحكومية. ▪ السبق باستثمار أدوات التقنية الحديثة ومنتجاتها. ▪ الدراسات العميقة في جذور المشكلات والحلول. ▪ تقديم منتجات وخدمات مدفوعة للجهات القادرة. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ حداثة الجمعية، وآثارها المتعددة في احتياجات الحوكمة والعاملين، والتنظيم المالي، ونقص الملفات الإستراتيجية والمعرفية والتنفيذية. ▪ ضعف تهيئة الصف الثاني. ▪ ضعف المورد المالي المستدام والاعتماد على المؤسسات المانحة. ▪ صعوبات الوفاء بمتطلبات الحوكمة ومتابعة الأداء بصورة مؤسسية. ▪ صعوبات الاجتماعات الدورية للمجالس نظرا لكثافة العمل. ▪ الشراكات مع الجهات الحكومية وغير الربحية والأهلية والمتطوعين لاستكمال متطلبات التأسيس. ▪ شراكات مع كوادرن تنفيذية بفرص العمل عن بعد. ▪ استثمار التقنية في تخفيف صعوبات متطلبات الحوكمة. ▪ العمل بأسلوب احترافي مهني مقارب لنماذج العمل التجاري. ▪ تحقيق مؤسسة رشيقة خالية من البيروقراطية وقادرة على التكيف مع التغيرات المحيطة.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ تقنيات الذكاء الاصطناعي وبناء المحتوى. ▪ أصحاب المحتوى من مختلف دول العالم. ▪ فرص العمل عن بعد، والتطوع، والتقنية، والأدوات الإدارية الحديثة. ▪ استثمار نمذجة المعارف والتجارب والإجراءات من وإلى المراكز المتخصصة ▪ فرص للاستثمار الاجتماعي العائد بالربحية للجمعية. ▪ حاجة الجهات المانحة إلى خدمات لدعم القطاعات الدعوية. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تطوير منتجات عالمية عبر منصات تقنية. ▪ التركيز على خدمة مدفوعة للجهات الدعوية عبر المانحين. 	
التحديات	القوة × التحديات (استراتيجيات المناورة)	الضعف × التحديات (استراتيجيات الانسحاب)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ضعف القدرة على متابعة متطلبات الحوكمة التفصيلية. ▪ صعوبات الدعم المالي. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ شراكات لتوفير وبناء كوادر مؤهلة للعمل في القطاع الدعوي. ▪ شراكات لتوفير موارد مالية مستدامة وشبه مستدامة. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ التركيز على الفئات القادرة المتفاعلة، دون الالتزام بإصلاح الجهات الدعوية غير الراغبة أو غير القادرة. ▪ التعامل مع المشاريع المكلفة بالتأجيل أو الإحالة أو التجزئة.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ ضعف اهتمام غالب الجهات. بالمنتجات العميقة ذات البعد الإستراتيجي. ▪ صعوبة الكوادر التنفيذية المميزة ذات الفهم لمجال الجمعية. ▪ التغيرات الاقتصادية والنظامية والمجتمعية. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ التأكيد على الدور الريادي للجمعية في خدمات القطاع وتأصيل أدواته. ▪ التدرج في تنفيذ استراتيجية المركز. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ العناية بالمشاريع ذات الاستدامة الذاتية (كالأدلة والمحتوى...) دون الاعتماد على البرامج ذات التكلفة والتشغيل المستمر؛ كإدارة برنامج ميداني تفاعلي مستدام.
---	--	--

قراءة أولية للمخاطر:

تم استقراء أهم المخاطر عبر جلسات داخلية، وملحوظات ذوي العلاقة في اللقاءات وورش العمل، وعبر مقارنة بجهات شبيهة.



متوسطة

2/ نقص الموارد المالية.

5/ تشبع متوهم بالمنتجات الدعوية.

8/ بطء القرارات.

منخفضة

3/ الحوكمة والأنظمة اللازمة.

6/ تعدد المستفيدين.

9/ متطلبات متابعة لاستمرار فاعلية المنتجات.

وتم اعتبار النظر إلى أشهر مصادر المخاطر (المستفيدين، العمليات، البيئة الداخلية والعاملين، التمويل، البيئة المحيطة [النظامية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية والتقنية]..)، والنظر في آثارها (تعثر أعمال الجمعية، أو نقص القبول أو التأثير، أو ارتفاع التكاليف بأنواعها...).

وحسب دراسة أولية فيمكن افتراض المخاطر المحتملة ومعالجتها بالتالي:

المخاطر	القراءة والمعالجة
1- نقص الكادر التنفيذي	<p>أ- تأهيل مستمر لمنسوبي الجمعية على رأس العمل.</p> <p>ب- الاستفادة من مخرجات البرامج التأهيلية.</p> <p>ج- تعاقدات مع جهات ذات كوادر.</p>
2/نقص الموارد المالية	<p>أ- تفعيل تقنيات تنمية الموارد.</p> <p>ب- مخرجات تناسب الاستثمار الاجتماعي (مبيعات، عضويات، شهادات...).</p> <p>ج- تفعيل الاستثمار والأوقاف.</p>
3/ الحوكمة والأنظمة	<p>أ- تكليف مختص بتلبية المتطلبات.</p> <p>ب- إصدار التصاريح اللازمة للأنشطة.</p> <p>ج- التعاون مع مظلات صديقة</p>
4/ضعف الاهتمام بالمنتجات ذات البعد الإستراتيجي	<p>أ- تركيز على برامج ذات عمق ولها تطبيقات سهلة وجاذبة.</p> <p>ب- تفعيل أدوات الابتكار.</p> <p>ج- التواصل الشخصي مع الجهات القائمة لتبني الفكرة.</p>
5/تشبع متوهم بالمنتجات الدعوية	<p>أ- تقديم مسميات وطرق جديدة وجذابة.</p> <p>ب- التركيز في البدايات على المنتجات الجديدة حتى بروز الجمعية.</p>

	ج- إبراز فجوات الواقع وقيمة المنتجات.
6/تعدد المستفيدين	أ-العناية بالفئات والقضايا الأهم. ب-برنامج نوعي لكل فئة. ج- العناية بالقيادات والجهات المؤثرة في قطاع أكبر من المستفيدين.
7/الأعباء الإدارية	أ-الرشاقة الإدارية. ب- الاعتماد على إدارة المشاريع بفرق خارجية (نظام هيكل افتراضي شبكي). ج- تفعيل الأدوات الإدارية والتقنية
8/بطء القرارات	أ/ تفتيت الاعتمادات إلى لجان تنفيذية داخلية، وتركيز مجلس الإدارة على اعتماد الخطط والمعايير والإشراف، ب/جلسات دورية منتظمة وعن بعد
9/متطلبات المتابعة لاستمرار فاعلية المنتجات	أ- العناية بالمنتجات التي لا تعتمد على مكان وزمان أو تفاعل. ت- مستودع رقمي غير مكلف للخدمة الآخرين. ج- ابتكارات أخرى حسب الظرف.

تحليل أصحاب المصلحة:

التصنيف	تسمية صاحب المصلحة	توقعاته ومتطلباته منا	الدعم والمشاركة المطلوبة منه	الاستراتيجية والتعامل المقترح
جهات مشرفة	المركز الوطني للقطاع غير الربحي / وزارة الشؤون الإسلامية	التزام الأنظمة، إسهام في تحقيق الرؤية، تقارير	الاعتمادات، شركات وخدمات حكومية	تجربة شراكة جزئية بعد استقرار مبادرة مناسبة
	وزارات ذات صلة (الثقافة، السياحة)	التزام الأنظمة، خدمة الهدف المشترك	الاعتماد، التسويق، فرص الدعم الحكومي	التحرك عبر الفرص
	الجمعية العمومية	التزام الأنظمة، تقارير	الاعتماد، الدعم المتنوع، التسويق	تحفيز على الإسهام الفعلي عبر الخبرات والعلاقات
	الداعمون	التزام الأنظمة، تقارير، توسيع الأثر وتعميقه	الدعم المالي، الإشهار، التنسيق مع جهات ذات علاقة	التعاون المستمر، لتنسيق الجهود، وتعميم التجربة، وتعميق الأثر
جهات شريكة	فريق العمل الداخلي	وضوح المهام، التقدير، عدم التأخر في المكافأة	نفيذ بجودة وحسب الوقت، رفع التقارير	أهمية بناء علاقات شخصية، يضاف عناصر مع التوسع
	المتطوعون/ المتعاونون	التقدير، المكافأة المعنوية والمادية	التزام بالتنفيذ بجودة وحسب الوقت	الاستفادة دون الاعتماد المطلق
	جهات معنية بالدعوة	الاطلاع، إشراك جزئي	تسويق، تعاون جزئي	أهمية بناء علاقات شخصية
	القطاع غير الربحي	التعاون في الهدف المشترك، التسويق، تبادل التجربة	التعاون في الهدف المشترك، التسويق، تبادل التجربة	التواصل المستمر الفردي والمؤسسي

	المستشارون في العمل الخيري	وضوح المهام، التقدير، مكافأة بشكل ما	الإثراء بالخبرات، التجاوب السريع، التسويق	أهمية بناء علاقات شخصية، كبناء قروب مشترك
الموردون	جهات وأفراد بعلاقة فنية (باحثون، دعاة..)	وضوح الخدمة، عدم التأخر في الدفعة	شراكة في الهدف، التنفيذ بالجودة والموصفات، التسليم حسب الموعد	الحرص على التعاقدات المستقرة
	جهات وأفراد بعلاقة خدمية (أماكن، تدريب، تقنية..)	وضوح الخدمة، عدم التأخر في الدفعة	التنفيذ بالجودة والموصفات، التسليم حسب الموعد	الحرص على التعاقدات المستقرة
مستفيدون	المراكز الدعوية	منتجات التأثير الدعوي في الآخرين، الخدمة الإدارية الدعوية، التسويق	المشاركة، التفاعل، التغذية الراجعة	طلب نتائج وشراكات محددة، منصات تنسيق
	الدعاة	منتجات التأثير الدعوي في الآخرين، مجانية المنتج، التطوير، التمكين	المشاركة، التفاعل، التغذية الراجعة	عناية بالدعاة الأهم، مجتمعات مهنية
	المدعوون	منتج قريب وسهل وعملي فيما يحتاج إليه، جاذب بصريا وتفاعليا	المشاركة، التفاعل، التغذية الراجعة	تفعيل دراسات رحلة العميل وتحليل المستفيدين

أهم نتائج التحليل الإستراتيجي (مصنفة حسب بطاقة الأداء المتوازن)

منظور المستفيدين:

- عظم منزلة الدعوة إلى الله تعالى.
- نقص في الخبراء والكفاءات الدعوية المتخصصة.
- قلة الجهات الدعوية المعنية بالأبعاد الإستراتيجية لعمقها ودقتها وحاجتها لمدخلات متعددة.
- قلة الجهات الدعوية المعنية بالدراسات المتخصصة؛ ومن أسباب ذلك عدم ظهور النتائج بشكل مباشر، مما لا يحفز أكثر المانحين والعاملين.
- قلة الجهات الدعوية المعنية بالمشروعات الموسوعية وقواعد البيانات لحاجتها لمدخلات وعمليات متعددة.
- قلة الجهات التي أمكنت الجمع ما بين الخبرة الدعوية وبين الخبرات التقنية والإدارية ونحوها من الأدوات العصرية.
- الأثر للمضاعف للريادة الدعوية، والتسهيل على الدعاة وخدمتهم بالأدلة والمحتويات.

منظرو العمليات:

- الحاجة إلى تأسيس وتنظيم عمليات صناعة المحتوى، والتدريب، والبحوث، وبناء الأدلة والمعايير.
- الحاجة إلى التسويق، والتنسيق، وبناء الشراكات الدعوية.

- الحاجة إلى نظامية الجمعية وعملياتها ومتطلبات الحوكمة.
- أهمية استثمار الشركات والفرص الحكومية والأهلية وغير الربحية، والبرامج ذات العلاقة (رؤية 2030، التطوع، برامج التحول الوطني، الشركات مع وزارات وهيئات السياحة والثقافة والإعلام...).

- الحاجة إلى استثمار الأدوات التقنية والإعلامية.

منظور التعلم والنمو:

- الحاجة إلى إنضاج الرؤية الإجمالية، ومضامينها التفصيلية، واستقرارها، والتوافق عليها.
- الحاجة إلى ظهور الانطلاق من المبادئ الشرعية والنظامية.
- الحاجة إلى كوادر تنفيذية مؤهلة ومستقرة، ومشاركة كفاءات تحقق الاستدامة والفاعلية، وتجمع بين تبني الأهداف ومهارات القيادة.
- الحاجة إلى بيئات إدارية مستقرة، ومهيأة، ومحفزة.
- الحاجة إلى إدارة المعرفة، وتشمل الأرشفة الرقمية، والأدلة التنفيذية، والنماذج، والنمذجة الشاملة.

المنظور المالي:

▪ الحاجة إلى تنوع الموارد، واستدامتها، والاستفادة من المنصات الحكومية، وبرامج دعم الجمعيات، ودعم الجهات الربحية والأفراد.

▪ الحاجة إلى ضبط العمليات المالية، وترشيد المصروفات، وسلاسة إجراءاتها.

4 صياغة الاستراتيجية:

الأهداف الإستراتيجية والمؤشرات:

الهدف الإستراتيجي: إنتاج المعرفة الفاعلة من محتوى الكتاب والسنة والعلم الشرعي

نبذة عن المبادرة		المبادرة	
منصة تقدم للداعية والمدعويين أهم معاني القرآن الكريم وهداياته بمجموعة منتجات فرعية		إنه لقرآن كريم (المرحلة 1)	
أشهر التنفيذ	المنفذ	المستهدف	المؤشر
3-9	إدارة المشاريع بالتعاون مع مختصين	عموم المسلمين	300.000 مستفيد

الهدف الإستراتيجي: إنتاج المعرفة الفاعلة من محتوى الكتاب والسنة والعلم الشرعي

نبذة عن المبادرة	المبادرة
------------------	----------

منصة تقدم للدعاة والمدعوين أهم معاني الحديث النبوي وهداياته		الأحاديث الكلية (المرحلة 1)	
بمجموعة منتجات فرعية			
المؤشر	المستهدف	المنفذ	أشهر التنفيذ
300.000 مستفيد	عموم المسلمين	إدارة المشاريع بالتعاقد مع مختصين	10-4

الهدف الإستراتيجي: تعزيز الفاعلية والكفاءة والمنهجية في الدعاة والجهات الدعوية

المبادرة		نبذة عن المبادرة	
زديني علما: المقررات الدعوية		مقررات علمية للدعاة والمدعوين للتعريف بالإسلام والتعريف بأحكامه	
المؤشر	المستهدف	المنفذ	أشهر التنفيذ
5 منتجات	الدعاة	إدارة المشاريع بالتعاقد مع مختصين	12-8

الهدف الإستراتيجي: نمذجة الوسائل والأدوات العصرية للممارسات الدعوية

المبادرة		نبذة عن المبادرة	
جراب السائح الثقافي		تقديم محتوى ثقافي عن الإسلام وأخلاقه وجماله تناسب السائحين	
المؤشر	المستهدف	المنفذ	أشهر التنفيذ
4 منتجات	الدعاة وغير المسلمين	إدارة المشاريع بالتعاقد مع مختصين	12-8

الهدف الإستراتيجي: تلبية الضروريات الدعوية للشرائح المتعددة بلغات العالم

المبادرة		نبذة عن المبادرة	
"أيها الناس" الحوار الدعوي		خدمة الدعاة المحاورين لغير المسلمين بالمحتوى والمواد المساندة	
المؤشر	المستهدف	المنفذ	أشهر التنفيذ
مليون مستفيد	غير المسلمين	إدارة المشاريع بالتعاون مع مختصين	1-4

الهدف الإستراتيجي: بناء المرجعية من الدراسات والأدلة المعيارية

المبادرة		نبذة عن المبادرة	
مركز التميز الدعوي		مركز داخلي يهتم بالمعايير وتعميق المعرفة الدعوية وإدارتها يخدم الجمعية والجهات الشبيهة، يشمل الوثائق العلمية ومنتج معايير	
المؤشر	المستهدف	المنفذ	أشهر التنفيذ
4 منتجات	الدعاة والكيانات والمشاريع الدعوية	إدارة المشاريع بالتعاون مع مختصين	1-6

الأهداف الإستراتيجية الداخلية:

الهدف الإستراتيجي	المبادرات	نبذة عن المبادرة	المستهدف	المؤشر	أشهر التنفيذ	المنفذ
تطوير البيئة الداخلية والتقنية للجمعية	رافد	"برنامج رافد" لتمكين برنامج إدارة العمليات داخل الجمعية والتدريب عليه ومراقبة النجاح	الجمعية	تشغيل 70%	1-3 ومستمر	الإدارة التنفيذية

الإدارة التنفيذية	3-1 ومستمر	استكمال %70	الجمعية	استكمال متطلبات التأثيث والتقنيات	تأثيث المقر	تطوير البيئة الداخلية والتقنية للجمعية
الإدارة التنفيذية	3-1 ومستمر	استكمال 100	الجمعية	توظيف المدير التنفيذي، المحاسب، مدير مشاريع، سكرتير..	توظيف المهام الأساسية	رفع جدارة الموظفين واستقطاب كفاءات
الإدارة التنفيذية	3-1 ومستمر	تحقيق نسبة %85	الجمعية	التعاقد مع مراجعين لاستكمال متطلبات الحوكمة واستيفاء المعايير النظامية	حوكمة الجمعية	تحقيق المتطلبات النظامية
إدارة الموارد والعلاقات	4-1 ومستمر	3 ملفات	العملاء	ملفات تعريفية شاملة لجوانب الجمعية	"الهوية البصرية الجمعية أصول"	بناء الصورة الذهنية الأمثل عن الجمعية
إدارة الموارد والعلاقات	6-3 ومستمر	تشغيل %70	العملاء	إنشاء منصة للتبرع	متجر أصول	تنمية واستدامة الموارد المالية
إدارة الموارد والعلاقات	4-1 ومستمر	ملف لكل مشروع	العملاء	ملفات تسويقية لكل المشاريع تعريفية وإقناعية، والتواصل مع الجهات المانحين بما	تسويق المشاريع	

الهيكل التنظيمي:



شكل رقم (9) الهيكل التنظيمي لجمعية أصول

المبحث الثالث

مدى توفر عنصر التطوير والتميز في إعداد وتنفيذ الوسائل والمشاريع في جمعية أصول

الدعوية

بعد أن اطلع الباحث على مجمل عمل الجمعية في إدارتها للمشاريع والبرامج كان العمل على

معرفة مدى التطور والتميز في إعداد وتنفيذ تلك المشاريع والبرامج والوسائل المتنوعة وذلك من

خلال أمرين:

1. مقومات النجاح التي عملت عليها الجمعية والأولويات في صناعة المحتوى والمشاريع
 2. مدى الابتكار المؤسسي في الجمعية، من خلال استبيان قام به الباحث وفق نموذج مبتكر تم تطبيقه على فريق عمل الجمعية.
- قد حصلت جمعية أصول على جائزة السبوعي للتميز في العمل الخيري وفق النماذج المعتمدة على الجائزة كما حصلت الجمعية على شهادة الأيزو مما ساعدها على النمو والتطور والتحسين المستمر للمشاريع والبرامج وعلى الوسائل الدعوية المختلفة.
- ويمكن أن نقول إن للمؤسسات الدعوية دورة حياة تبدأ بـ:

1- النشأة والوجود.

2- التأسيس والبناء.

3- التوسع والامتداد.

4- لنصل إلى مرحلة التحسين والتجويد وهي المرحلة التي تبدأ المؤسسة فيها باتخاذ منحى أكثر عمقاً وصعوداً باتجاه الرقي بالمؤسسة إلى أعلى درجات التميز، وذلك من خلال تمسكها بأعلى معايير الجودة الشاملة لجميع مكونات المؤسسة⁽¹³²⁾، "المدخلات والعمليات والمخرجات ارتقاءً وتجويداً بكل الاتجاهات (أفقياً وعمودياً وبالعمق) قال الله تعالى: {وأحسنوا إن الله يحب المحسنين}⁽¹³³⁾، وقال الرسول صلى الله عليه وسلم: (إن الله تعالى يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه) " (134).

وإذا ما اجتازت المؤسسات الدعوية هذه المراحل بنجاح وصلت إلى:

5- مرحلة التمكين والاستمرار⁽¹³⁵⁾ وهو المقصود والهدف المنشود من إنشاء المؤسسات والسعي الدؤوب لإنجاحها، لذلك نرى أن جميع المؤسسات على اختلاف مجالات عملها تسعى جاهدة للتميز والوصول إلى درجة عالية من التجويد والتحسين في أدائها، ولا يتحقق لها ذلك إلا بإدارة كفؤة تتقن التعامل مع الموارد المتاحة لها بدءاً من الإنسان وصولاً إلى الكتلة المالية المرصودة لعمل المؤسسة، وما يحيط بذلك من خطط وأفكار وبرامج تحقق غايات المؤسسة وتصبح واقعاً عملياً.

(132) مقال د. عبد الله باهمام، البناء المؤسسي [الموقع الشخصي للدكتور عبد الله بن سالم باهمام <https://www.ba-hammam.com>

(133) سورة (البقرة/195).

(134) حسنه الألباني، صحيح الجامع الصغير وزياداته، [مصدر سابق] ح (1880) (383/1).

(135) محمد علي إسماعيل، المؤسسة والعمل المؤسسي، مقال بتاريخ 16/سبتمبر/2021.

"ولا بد من تقييم أداء المؤسسات الدعوية من وقت إلى آخر بهدف تطوير وترقية الأداء، إضافة إلى ضرورة رفع مقدرة الكوادر العاملة بالتدريب المتواصل في المجالات المختلفة الإدارية والفنية"⁽¹³⁶⁾.

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا: كيف يمكن للمؤسسة الوصول إلى مرحلتها الارتقاء والتجويد والتمكين والاستمرار؟ أو ما هي عوامل نجاح وتميز المؤسسات لتصل لهاتين المرحلتين؟ إن الحديث عن عوامل النجاح والتميز حديث يطول، ولكن يمكن القول إن العمل المؤسسي حتى يؤتي ثماره المرجوة ويتجنب آثار العمل الفردي لا بد له من مقومات لتسهم في إنجاحه:

1- أن يكون مصدر القرارات مجالس الإدارة أو اللجان المخولة، وأن تملك هذه اللجان مراجعة ونقض قرارات القادة⁽¹³⁷⁾.

يعني البعد تماماً عن الفردية والارتكان إليها للحفاظ على روح الجماعة والتعاون التي هي أساس العمل المؤسسي، وهذا يتطلب:

2- التسامي عن الخلافات الشخصية.

(136) عاطف عبد الواحد الجاك إدريس، دور المؤسسات الدعوية الإسلامية في التنمية البشرية [دراسة حالة منظمة الدعوة الإسلامية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإدارة العامة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 1436هـ-2015م] (ص 200).

(137) محمد بن عبد الله الدويش، عوامل النجاح في العمل المؤسسي، [موقع طريق الإسلام ar.islamway.net] مقال بتاريخ 2009/2/21م.

3- توفر القناعة الكافية بهذا الأسلوب من العمل، بإدراك ضرورته وخاصة في زمن

القوة وبمعرفة مزاياه وثمراته وفهم مقومات نجاحه للوصول به إلى المستوى المطلوب.

4- أن تكون مجالس الإدارة أو اللجان غير محصورة في بيئة واحدة، فوجود أفراد من

بيئات مختلفة ضمن هذه المجالس يثري العمل المؤسسي بتوسيع أنماط التفكير وتعدد

طرق التنفيذ.

5- تحديد ثوابت ومنطلقات مشتركة للعاملين في المؤسسة تكون إطاراً مرجعياً لهم،

توجه خطة العمل وتناسب المرحلة والظروف التي تعيشها المؤسسة⁽¹³⁸⁾.

6- أن تكون لغة الحوار هي اللغة السائدة، وأن يكون التنازل عن الرأي الشخصي

حين يعارض رأي المجموعة أسلوب العاملين بمن فيهم القادة.

ومن أعظم الشواهد على ذلك موقف النبي ﷺ حين استشار أصحابه في أحد، وكان

رأيه صلى الله عليه وسلم البقاء في المدينة، بل قد رأى رؤيا تؤيد رأيه، لكنه تنازل عن

رأيه لرأي جمهور أصحابه، وحين انتهت المعركة وتحققت رؤياه صلى الله عليه وسلم لم

يلم أولئك الذين كان رأيهم الخروج⁽¹³⁹⁾.

(138) محمد ناجي بن عطية، البناء المؤسسي في المنظمات الخيرية الواقع وآفاق التطوير، [دراسة ميدانية

قام بها الباحث على المنظمات الخيرية في أمانة العاصمة صنعاء- الجمهورية اليمنية، 2006م] (11).

(139) محمد بن عبد الله الدويش، عوامل النجاح في العمل المؤسسي، [مرجع سابق] مقال بتاريخ

2009/2/21م.

7- الاعتدال في النظرة للأشخاص: فلا يصل الأمر حد الغلو والتقديس للأفراد، وإضفاء هالة على بعض الأشخاص تؤثر في مدى استعدادهم لمناقشة رأيهم، أو احتمال رفضه، وكان هذا ما أراده عمر رضي الله عنه حين عزل خالد بن الوليد رضي الله عنه خشية تعلق الناس به وربطهم النصر بقيادته⁽¹⁴⁰⁾.

ويمكن أن نعتبر هذه المقومات هي الخطوط العامة لنجاح العمل المؤسسي، وإذا ما أردنا أن نناقش المقومات الأكثر خصوصية فيمكن أن نجملها في الآتي:

- 1- وضوح الفكرة التي قامت من أجلها المؤسسة.
- 2- مشروعية المؤسسة.
- 3- وجود قيادة مؤهلة ومحترفة ومتفرغة.
- 4- توفير رأس مال كافٍ.
- 5- إيجاد سمعة جيدة للمؤسسة.
- 6- قدرة المؤسسة على اتخاذ قراراتها دون تدخل خارجي وتحقيق أهدافها.
- 7- جذب عدد كافٍ من العاملين الأكفاء المتقنين.
- 8- وجود خطط وبرامج محددة وواضحة.
- 9- وجود لوائح وأنظمة عمل محددة وواضحة ومعروفة لكل الجهات المعنية.

(140) محمد ناجي بن عطية، البناء المؤسسي في المنظمات الخيرية الواقع وآفاق التطوير، [مرجع سابق] (12).

10- وجود نظام للرقابة والمتابعة والتقييم المستمر (141).

بذلك نرى أن حجر الأساس في عملية التطوير والتحسين للمؤسسات الدعوية هو إعداد كوادر بشرية قادرة على الإبداع والابتكار، وتوزيع المهام على هذه الكوادر وفقاً لإمكاناتها وامتيازاتها والمجالات التي يمكن أن تبذل فيها، وكل ذلك يحتاج إلى إدارة ناجحة بعقول مدبرة تستطيع أن تضع الموارد المتاحة لديها في مكانها المناسب.

ويمكن القول إن عملية التطوير تنطوي على:

أ- الإنسان.

ب- نظم العمل.

ت- معدات وتسهيلات العمل.

كما أن للتطوير ماهية ومراحل مختلفة:

1- لا بد من وضع خطة طويلة المدى.

2- حل المشاكل وتجديد الممارسات.

3- تعاون الإداريين.

4- البيئة المؤسسية.

5- عناصر التدخل الخارجي.

(141) محمد علي إسماعيل، المؤسسة والعمل المؤسسي، [مرجع سابق] مقال بتاريخ 16/سبتمبر/2021.

6- التطبيق العلمي للعلوم السلوكية⁽¹⁴²⁾.

ولعل تبني المؤسسات الدعوية لمشروع (الإدارة الالكترونية) وتطويع الإنترنت في مجال

الدعوة من الأسباب التي تؤدي إلى تطوير العمل الدعوي المؤسسي وتجويده، وذلك

من خلال بعض المجالات:

1- إنشاء موقع دعوي عبر الإنترنت لكل مؤسسة.

2- إنشاء بريد إلكتروني لكل مؤسسة.

3- خدمة تبادل الملفات.

4- الاستخدام عن بعد.

5- المحادثات عبر شبكة الإنترنت.

6- اليوتيوب.

7- وسيلة شبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁴³⁾.

نستنتج أن التطور الكبير في مجال تقنية المعلومات والاتصال أوجد حاجة ماسة لوضع

استراتيجيات وخطط تطوير داخل المؤسسات الدعوية، وذلك لمواكبة هذه المتغيرات

واستخدامها على أفضل وجه ممكن، فنجد العديد من دول العالم ومؤسساتها قد اتجهت نحو

(142) شارل طوق، التطوير المؤسسي ومراحله المختلفة، [على موقع ميرك للتدريب والاستشارات

www.ar.meirc.com] مقال بتاريخ: 2019/11/3م، بتصرف.

(143) عثمان محمد دفع الله علي الفرجي، الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية، [مرجع سابق]، (ص

12)، بتصرف.

بناء خطط للاستفادة من المعلوماتية وتحديد دور التقنيات في تطوير المجتمع وتضبط العلاقة بين أدائه ورقبته اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً وسياسياً فلذلك حتماً علينا أن نستخدم هذه الخدمة(144).

ولإيمان جمعية أصول بأهمية الانترنت باعتباره أحد أهم الوسائل الدعوية في عصرنا الحاضر توجهوا باهتمامهم لصناعة المحتوى الدعوي ووضعوا كتاباً موسوماً بـ "خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي"؛ ليكون مرجعاً معتمداً للراغبين في صناعة المحتوى الدعوي والدعوة به. ومن خلال هذا الكتاب تتضح لنا منهجية جمعية أصول في إعداد وتنفيذ الوسائل والبرامج والمشاريع الدعوية وتطويرها والعمل على تميزها.

فكان من أهدافه:

- 1- تعزيز القناعة بأهمية صناعة المحتوى الدعوي ونشر ثقافته.
- 2- رسم رؤية للمحتوى الدعوي تتضمن غاياته وأهدافه واستراتيجياته وأولوياته.
- 3- مساعدة صانعي المحتوى ومقدميه عبر ترتيب الموضوعات وتقريبها لهم.
- 4- وضع دليل مختصر لصناعة المحتوى الدعوي.
- 5- تسخير الطاقات والأدوات التقنية والفنية لخدمة المحتوى الدعوي(145).

(144) عثمان محمد دفع الله علي الفرجي، الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية، [مرجع سابق]، (17).

(145) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [جمعية الدعوة

والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ] (19).

وقد قام جمعية أصول العالمي بجهود حثيثة وعظيمة في إثراء المحتوى الدعوي الإلكتروني، والارتقاء به وتطويره، وأثمرت هذه الجهود عن العديد من المشاريع والمنتجات الدعوية العلمية، حيث وصل عدد المواقع الإلكترونية إلى "31" موقعاً إلكترونياً، وأنتج الجمعية "500" كتاب بلغات مختلفة، وبلغت المواد المرئية "1170" دقيقة مرئيات، ووصلت المواد الصوتية إلى "600" دقيقة صوتيات، وأعد الجمعية حوالي "1500" منشور دعوي، إضافة إلى إعداد "12" دراسة تخدم الدعوة⁽¹⁴⁶⁾.

وقد رأى جمعية أصول أن تحديد أولويات المحتوى الدعوي جدير بتطويره وتجويده:

فهناك عدد لا يكاد يحصى من الموضوعات الدعوية، والسؤال البدهي: أيها أولى؟

وبأيها يُبدأ؟

قضى الله أن جعل الأشياء بعضها فوق بعض، فالقرآن يتفاضل، والأنبياء يتفاضلون،

والأزمنة والأمكنة تتفاضل، وكذلك فالمحتوى الدعوي وموضوعاته تتفاضل هي الأخرى.

والأولويات ليست واحدة في كل زمان ومكان، كما هو الحال مع الأنبياء عليهم السلام

فقد اتفقوا على دعوة التوحيد واختلقت الأولويات لديهم بحسب حال أقوامهم.

(146) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم، دعوة

غير المسلمين من خلال المواقع الإلكترونية دراسة تحليلية ميدانية، [جامعة أم القرى، كلية الدعوة وأصول

الدين، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1443هـ-2022م] (272).

ولأن عبادة الله هي القصد من خلق الجن والإنس فإن التبصير بها من أول ما ينبغي أن تقصد إليه الدعوة (147).

بعد أن أشرنا لأولويات المحتوى الدعوي بشكل عام، نشير هنا إلى استراتيجيات الارتقاء بالمحتوى الدعوي كما وكيفاً لتكون خارطة طريق وقواعد منهجية لمن يعمل في صناعة المحتوى الدعوي وترجماته بلغات العالم حسب رؤية أصول أيضاً.

سلسلة أولويات الاحتياج:

- تهيئة وترجمة مصادر الإسلام وبيانها باللغة.
- ترجمة أساسيات المحتوى الدعوي باللغة.
- تجهيز المحتوى الدعوي المناسب للمستهدفين.
- مباشرة الدعوة والتواصل مع المستهدفين (148).

كما أن جمعية أصول رأى أن تصنيف الموضوعات بطرق معينة وعرضها على المتلقي بحيث تناسب كل شرائح المتلقين على اختلاف ثقافتهم ومستوياتهم من أسباب نجاح وتميز المحتوى الدعوي ونشره على مستوى العالم، فنرى أن هناك:

(147) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [مرجع سابق] (57-56).

(148) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [مرجع سابق] (62).

نماذج لتصنيف الموضوعات:

حين يرغب صانعو المحتوى الدعوي في تصنيف المحتويات الدعوية (سواء أرادوا ذلك لنشرها، أو استهدافها بالصناعة، أو تقسيم المواد المجموعة فيها) فإنهم يقفون أمام نماذج مختلفة لتصنيف الموضوعات، باختلاف رؤية كل صاحب تصنيف وعلمه ورغبته⁽¹⁴⁹⁾.

ونستعرض هنا جملة من هذه النماذج:

1- تصنيف ديوي العشري.

2- تصنيف موضوعات القرآن.

3- تصنيف الموضوعات حسب الآيات.

4- تصنيفات صانعي التعليم.

5- تصنيف ويكيبيديا.

6- تصنيفات مراكز دعوية.

7- تصنيف كتب المحدثين.

8- تصنيفات باحثين.

9- تصنيفات الفقهاء.

10- تصنيفات علمية أخرى.

(149) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [مرجع سابق]

11- تصنيف بحسب مكان العبادة.

12- تصنيف حسب البحث الإلكتروني.

13- تصنيف بحسب مقاصد الشريعة.

14- تصنيفات أخرى.

والتصنيفات غير محصورة، وأغلب التصنيفات التي تعتمد على الكتب والجامعات والمواقع والجهات العلمية هو التصنيف الموضوعي المنطقي؛ إلا أن التصنيف الإلكتروني قد يعتمد جانباً آخر وهو تصنيفي داخلي يعتمد البحث الجماهيري ومحركات البحث، ويعيد تصنيف الموضوعات وأهميتها بحسب ذلك (150).

أما بالنسبة للتمييز؛ فهو الممارسة الباهرة في إدارة العمل الدعوي وتحقيق نتائج ترضي مختلف الأطراف ذات العلاقة.

ويُنظر للتمييز بأنه نتاج تفاعل العناصر الأربعة التالية:

1- الإدارة.

2- الأفراد.

3- النظم.

(150) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [مرجع سابق] (72).

4- النتائج (151).

ويمكن اعتبار التميز صناعة لها مراحل نجملها فيما يلي:

المرحلة الأولى: هي المرحلة التي يتم فيها تشكيل فريق داخل المؤسسة لقيادة جودة الأداء وتطوير الأداء المؤسسي بها.

المرحلة الثانية: هي مرحلة التقييم الذاتي للمؤسسة لتتمكن من التعرف إلى مواطن القوة والضعف في مختلف مجالات العمل بها.

المرحلة الثالثة: هي مرحلة تحديد أولويات التطوير المؤسسي، وفيها يتم تحديد فجوات الأداء الأشد تأثيراً سلبياً في إنتاجية المؤسسة، ومناقشة أسباب تلك الفجوات، واتخاذ القرارات المناسبة بأولويات التطوير.

المرحلة الرابعة: هي مرحلة تصميم وإعداد الخطة الإجرائية لتطوير الأداء المؤسسي.

أما المرحلة الخامسة: فهي مرحلة متابعة وتقييم الأداء المرتبط بتنفيذ الخطة الإجرائية لتطوير الأداء المؤسسي (152).

(151) رامي ملحم، التميز ومتطلباته في أداء الأعمال، [موقع بصائر basaer-online.com] مقال بتاريخ 2016/1/12م.

(152) محمود سعد، صناعة التميز المؤسسي، [موقع aljazeera.net] مقال بتاريخ 2017/6/26م.

وإن المؤسسات المتميزة تحقق رسالتها، وتتقدم نحو تحقيق رؤيتها من خلال التخطيط، وتحقيق مجموعة متوازنة من النتائج التي تلبي احتياجات كافة الفئات المعنية قصيرة وطويلة المدى وتتفوق عليها عند الإمكان(153).

وحتى نستطيع معرفة صناعة التطور والتميز في العمل الدعوي لجمعية أصول لا بد من معرفة الرؤية الاستراتيجية للمحتوى الدعوي للجمعية وقد جعلوا لها مستويين:

1- مستوى عام: وهي الاستراتيجيات المتعلقة بالمحتوى الدعوي، التي يخاطب بها

عموم الدعاة بل عموم المسلمين باعتبار الدعوة مسؤولية الجميع، فهذا خطاب يراد به كل مسلم حسب مسؤوليته، وخصوصاً أهل العلم والتأثير، وصناع التوجهات الدعوية والإعلامية، والجهات المانحة، ونحوهم.

2- مستوى خاص: وهي استراتيجيات المحتوى الدعوي باعتباره مستهدفاً لداعية

أو جهة دعوية، وما تريده من استهداف شرائح أو فئات عمرية.. فهذا خطاب يراد به كل جهة دعوية وضعت أو عليها أن تضع المحتوى الدعوي جزءاً من مشروعها.

(153) زياد الكحلوت، وما زال التميز مستمراً، [موقع [linkedin.com](https://www.linkedin.com)] مقال بتاريخ 2020/11/18م.

وفي صناعة المحتوى الدعوي هناك ثلاثة من مستويات الأهداف لصناعة المحتوى
الدعوي:

1- مستوى بالاعتبار "الدعوي" وهي الغايات العامة النهائية لصناعة المحتوى الدعوي،
باعتبارها إحدى وسائل الدعوة.

2- مستوى باعتبار "المحتوى" وهي أهداف المحتوى باعتباره وسيلة إعلامية.

3- مستوى باعتبار أنها "صناعة" وهي أهداف صناعة المحتوى باعتبارها أداة لتجويد
المحتوى، وهي تشابه أهداف هذه الخارطة التي قصدت هذا التجويد.

هناك مسؤولية على الجميع _ سواء أكانوا جمعية دعوية أم لا _ في صناعة المحتوى
الدعوي، فمثلاً: "إشاعة ثقافة الاهتمام بالمحتوى وصناعته" وهو عمل يشترك فيه العالم
والمفكر والإعلامي والجهات المانحة وغيرهم، كما أن إجراء الدراسات المختلفة لتأصيل
صناعة المحتوى وتطويره قد يقوم به الفرد والمؤسسة.

كما أن إنشاء الكيانات الخاصة جزء من الاهتمام، وقد يكون ذلك بإنشاء جمعية
مستقل (والذي يمثل جمعية أصول نموذجاً له)، أو بإنشاء وحدات داخل الجهات
الخيرية والدعوية وغيرها.

وعلى المؤهلين أن يندبوا أنفسهم، أو يندبهم من يرعاهم لتفعيل تخصص المؤهلين
وتدريبهم.

ومع وجود طاقات مختلفة صالحة للمحتوى الدعوي فإنه من المهم القيام بالتنسيق لتوفير الجهود وتكاملها وتوجيهها في خدمة هدف دعوي مشترك.

ويبقى على الجميع مسؤولية الدعم بمختلف أشكاله لصناعة محتوى دعوي احترافي يخاطب كافة الشرائح، يحقق أثره بإذن الله (154).

ويمكن القول بعد كل ما ذكرنا إن معالم النجاح في العمل الدعوي بشكل عام هي:

1- المرجعية المعصومة (الكتاب والسنة) والتطبيقات الصحيحة لهذه المرجعية (فهم

السلف الصالح).

2- الاجتماع وعدم الافتراق.

3- الاستشارة.

4- حسم الأعمال الحاضرة والاهتمام بها في وقتها.

5- حسن الجمع بين المثابرة والصبر والثبات وعدم اليأس.

6- معرفة طبائع الناس.

7- حسن التوكل (155).

(154) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ] [33-34-44].

(155) أبو أحمد مذهب، معالم النجاح في العمل الدعوي [مقالة على موقع صيد الفوائد

. [http://saaid.org

ويمكن أن نختتم بحثنا بمقترحات جمعية أصول للارتقاء بالمحتوى الدعوي وتطويره:

- 1- إنشاء جهات أو تأهيل أشخاص متفرغين فعلياً للمحتوى.
 - 2- وضع هرم تفصيلي لأهم موضوعات المحتوى الدعوي.
 - 3- وضع معايير للمحتوى على درجتين: الاحترافية والحد الأدنى.
 - 4- دراسة السوق (بعد تطوير أدوات البحث في المحتوى).
 - 5- تحديد الثغرات في السوق وترتيبها أولياً.
 - 6- دراسات لأهم نظريات التأثير وأدوات العرض الحديثة.
 - 7- تحديد الموضوعات الأهم مع النظريات الأهم والأدوات الأهم.
 - 8- صناعة المحتوى المتميز: بإنشاء أو إعادة إنتاج أو تدوير (156).
- والآن ننظر مدى الابتكار المؤسسي في جمعية أصول من خلال هذا الاستبيان: (157)

تقرير مقياس

ممارسات الابتكار في جمعية أصول

2022

(156) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [مرجع سابق] (128).

(157) قام بإعداد هذا الاستبيان وتطوير الباحث وسيتم تطبيقه مستقبلاً على عشرات الجهات الدعوية وعمل مقرنة بين الجمعيات الدعوي ومدى التميز لدى كل جمعية.

مقياس الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة

مقدمة:

لما كان النجاح في عالم الأعمال لا يقتصر على مجرد وجود فكرة تجارية مميزة، ولما كان تحويل تلك الفكرة من قبل الشركات الصغيرة، والمتوسطة إلى قيمة تقدمها تلك الشركات لعملائها عبر منتجاتها، أو خدماتها، لتحقيق من خلالها الربح، والنمو، كان ذلك بحاجة إلى سلسلة من الممارسات الابتكارية، ولما كانت تلك الممارسات، لا بد أن تقاس، من أجل ضمان إدارتها بالشكل الأمثل، عملاً بمقولة " ما لا يمكنك قياسه، لا يمكنك إدارته " كان لا بد من قياس تلك الممارسات، والتأكد من سيرها في الاتجاه الصحيح. ويساعد مقياس الابتكار في الشركات الصغيرة، والمتوسطة على رصد ممارسات الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال قياس وضوح الغاية من الابتكار داخل الجمعية، وبيئة الابتكار فيها، وقدرات أفرادها الابتكارية

ضمن الجمعية

عن قياس الابتكار:

يشير مفهوم الابتكار إلى توليد حلول جديدة، تركز حول احتياجات العملاء، وتلبي احتياجاتهم، وبالتالي فإن قياس الابتكار في الشركات يقيس قدرة الجمعية على تقديم المنتجات، والخدمات التي تلبي احتياجات العملاء، وتمكّن الجمعية من المنافسة، وتحقيق الربح، والنمو. ويتم قياس الابتكار في الشركات من خلال قياس ثلاثة مجالات أساسية، وهي تقييم مدى فهم

الغاية من الابتكار لدى أفراد الجمعية، وتقييم بيئة الابتكار داخل الجمعية، وتقييم قدرات الابتكار الشخصية، والتقنية والجماعية لفريق عمل الجمعية.

يستهدف هذا المقياس:

- فرق عمل وقيادات الشركات الصغيرة، والمتوسطة.

أهداف المقياس:

يهدف المقياس إلى مساعدة قيادات الشركات الصغيرة، والمتوسطة في قياس قدرات الجمعية على تطبيق ممارسات الابتكار من خلال:

- قياس وضوح الغاية من الابتكار لدى فريق عمل الجمعية.
- تقييم الثقافة، والقيم، والممارسات، والعمليات التنظيمية التي تساعد في تطبيق ممارسات الابتكار داخل الجمعية.

- تقييم الكفاءات الشخصية، والتقنية والجماعية لدى فريق عمل الجمعية.
- تقديم التوصيات التي تساعد قادة الشركات في تطوير تطبيق ممارسات الابتكار في شركاتهم.

مجالات وأبعاد القياس:

يعمل مقياس الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة على قياس الابتكار من خلال تقييم ثلاثة مجالات رئيسية، وهي:

أولاً: الغاية من الابتكار: يقصد به أن تكون الغاية من التوجه نحو الابتكار، وتطبيق ممارساته، واضحة لدى فريق عمل الجمعية، مما يضمن الخراط الفريق في تلك الممارسات نظراً لوضوح الهدف منها، وإدراك أهميتها. ويتم قياس الغاية من الابتكار من خلال الأبعاد الثلاثة التالية:

1. الاستجابة لاحتياجات المستفيدين: ويقصد بذلك انطلاق الجمعية في تصميم منتجاتها، وخدماتها من فهم احتياجات الأسواق، والحرص على جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات، والمدخلات لاستخدام تلك المعلومات في تحديد الفرص، وتصميم المنتجات والخدمات التي تصنع الفرق في حياة العملاء.

2. التعامل مع البيانات: ويقصد به حرص الجمعية على تأسيس قواعد بيانات خاصة بها عن الشركات المنافسة لها، وعن اتجاهات السوق، وأن يتم الاعتماد على هذه البيانات في صنع القرار داخل الجمعية.

3. تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء: ويقصد به تحديد مجموعة من الأهداف الواضحة، والقابلة للقياس والتي تسعى الجمعية إلى تحقيقها خلال فترة زمنية محددة، وتصميم مؤشرات تساعد قادة الجمعية للتأكد من أن الجمعية تعمل على المسار الابتكاري الذي يضمن تحقيق تلك الأهداف.

ثانياً: بيئة الابتكار: يقصد ببيئة الابتكار ثقافة الجمعية، والمعتقدات، والافتراضات، والقيم الأساسية، والممارسات التنظيمية، ونظم العمليات، وطرق التفاعل، وسياسات العمل التي

تساهم في بناء البيئة الاجتماعية والنفسية الفريدة للشركة. ويتم قياس بيئة الابتكار من خلال

الأبعاد الثلاثة التالية:

1. قيم الابتكار: ويقصد بها الأمور ذات الأهمية القصوى بالنسبة لقيادة، وفريق عمل

الجمعية، والتي يتم الارتكاز عليها لتوجيه قرارات وسلوكيات الأشخاص داخل

الجمعية، وتشكل القيم الثقافة اليومية للعمل داخل الجمعية، وتضع معايير السلوك

التي يمكن على أساسها تقييم الإجراءات واتخاذ القرارات.

2. الممارسات التنظيمية: ويقصد بها أهم الممارسات التي ينبغي تطبيقها، من أجل

تقسيم، وتنسيق المهام بين الإدارات المختلفة، بداية من أعلى منصب في الجمعية،

وصولاً إلى أقل رتبة مهنية فيها، وفيه يتم تحديد مهام كل إدارة وعدد العاملين فيها،

وما يربطها مع غيرها من الإدارات، مما يضمن تطبيق الابتكار بنجاح داخل الجمعية.

3. نظم العمليات وسياسات العمل: وهي مجموعة الإجراءات، والعمليات المنظمة التي

يتم من خلالها تنظيم وتخطيط عمليات تصميم الخدمات، والمنتجات في الجمعية،

والقواعد، أو الضوابط العامة الملزمة داخل الجمعية، والتي تكون بمثابة دليل عام، أو

خطوط عريضة لاتخاذ القرارات، وتربط بين الأهداف الاستراتيجية وتنفيذها.

ثالثاً: قدرات الابتكار: يقصد بقدرات الابتكار القدرات الشخصية، والمهنية، والإدارية، والفنية

لفريق عمل الجمعية، بالإضافة إلى القدرات التنظيمية للشركة. وتظهر قدرات الجمعية من خلال

الأداء الفني، والإداري لها، بالإضافة إلى القدرات الإدارية في التعامل مع الأزمات، والقدرة على جني الأرباح، وتحقيق النمو. ويتم قياس بيئة الابتكار من خلال الأبعاد الثلاثة التالية:

1. القدرات الشخصية: ويقصد بها المواهب، والمهارات الشخصية، والتخصصات

الإدارية التي يمتلكها فريق عمل الجمعية، والتي تساعد الفريق في أداء مهامه المطلوبة

داخل الجمعية بالشكل الأمثل.

2. القدرات التقنية: ويقصد بها المواهب، أو التخصصات، أو المهارات الفريدة التي

يتحلى بها فريق عمل الجمعية، أو بعض أفراد فريق عمل الجمعية، والتي تتعلق بمجال

العمل الذي تخصص به الجمعية، والخدمات والمنتجات التي تقوم بتصميمها.

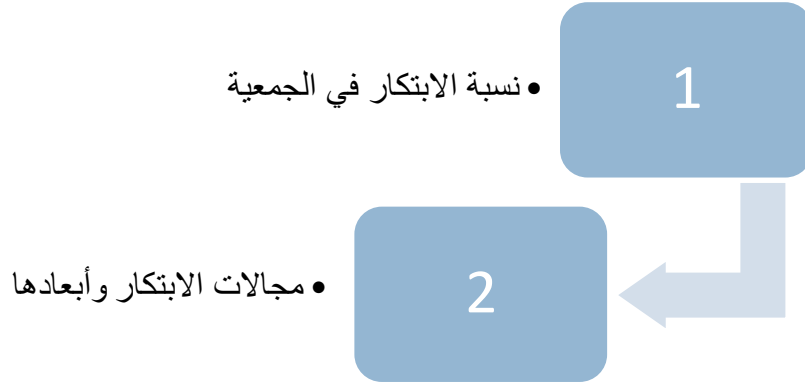
3. القدرات الجماعية: وهي قدرات فريق العمل المتعلقة بممارسات العمل الجماعي في

مجال التخطيط، وتوليد الحلول، وتقديم، وتلقي التغذية الراجعة، والتنسيق، والتعاون،

والمتابعات التي تساعد في نجاح عمل الجمعية، وتحقيق أهدافها.

نتائج المقياس والتوصيات

يتم عرض نتائج المقياس والتوصيات المرتبطة بها والخاصة بجمعية أصول وفقاً للتسلسل التالي:



شكل رقم (10)

1. نسبة الابتكار في جمعية أصول

85%	بلغت نسبة الابتكار في جمعية أصول بشكل عام
-----	---

تُبين نتائج المقياس أن:

مستوى الابتكار في جمعية أصول مرتفع⁽¹⁵⁸⁾ وهذا يدل على أن جمعية أصول يسير في الاتجاه الصحيح لتحقيق الابتكار في الجمعية وممارسته بالشكل الأمثل.

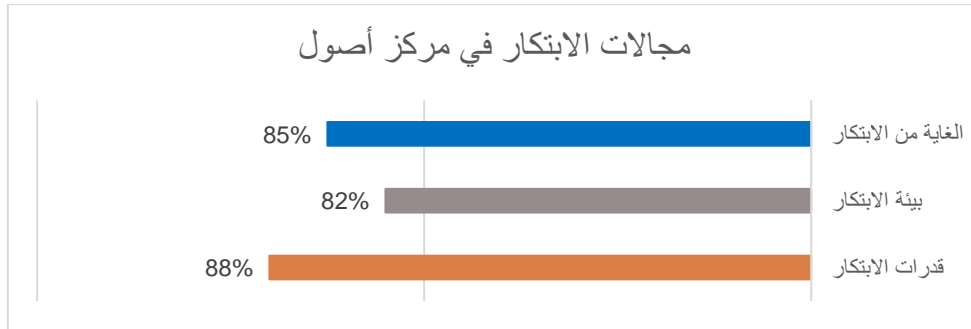
وهذا نتيجة لارتفاع مستوى مجالات الابتكار وأبعادها المتمثلة بنسبة الممارسات المعتمدة في الجمعية، كما يُظهر الجدول التالي:

مجمالات الابتكار	نسبة الممارسات التي يعتمدها الجمعية	النتيجة
------------------	-------------------------------------	---------

⁽¹⁵⁸⁾ تقسيمات المقياس من حيث النسب المئوية: (81% وما فوق "مرتفع"، من 44% إلى 80% "متوسط"، أقل من 44% "منخفض")

مرتفع	85%	الغاية من الابتكار
مرتفع	82%	بيئة الابتكار
مرتفع	88%	قدرات الابتكار

حيث المستويات متقاربة جداً، ولا يوجد تفاوت كبير فيما بينها (كما يُظهر الشكل أدناه) بل هناك تناغم واضح في نسبة المجالات يجعل من السهولة بمكان تطويرها معاً بنفس السوية.



شكل رقم (11) التناغم في نسبة المجالات بجمعية أصول

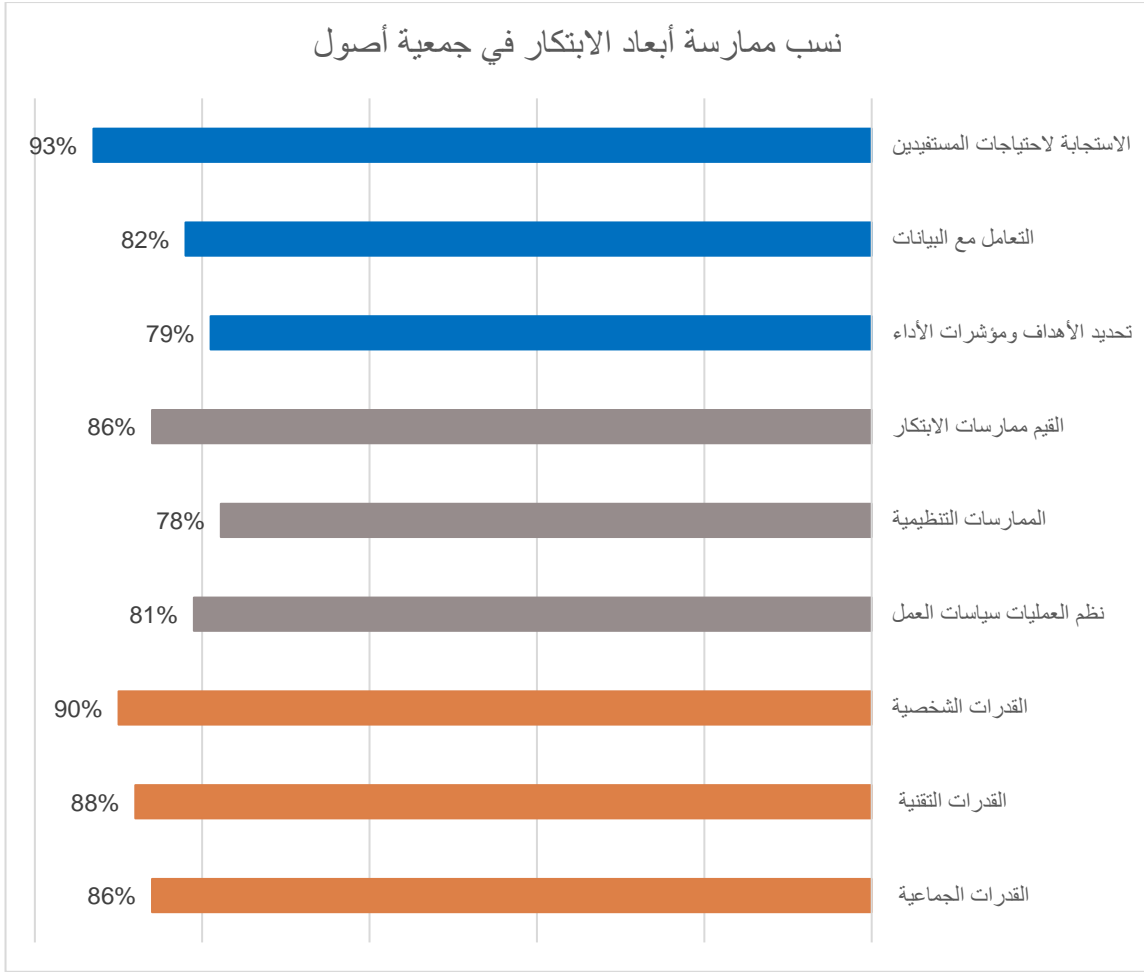
وعند الانتقال لمستوى أكثر عمقاً في الابتكار والذي يتضمن أبعاد الابتكار نجد أن الممارسات التي يقوم بها فريق الجمعية تتطابق مع ممارسات أبعاد الابتكار بنسب مرتفعة تصل إلى **93%** في بعد "الاستجابة لاحتياجات المستخدمين"، وهذا يدل على مدى اهتمام الجمعية وحرصه على تصميم منتجاته وخدماته وفقاً لحاجة المستخدمين، بحيث تصنع الفرق في حياتهم.

وبينت نتائج المقياس أن نسبة اعتماد فريق جمعية أصول "الممارسات التنظيمية" في عملهم هي **78%** وتعتبر نسبة جيدة لكن تحتاج للتطوير وزيادة الاهتمام بها وتفعيلها بشكل أكبر، من خلال تنسيق وإدارة المهام بين الأقسام المختلفة وآلية عملها.

ونفس الكلام ينطبق على ممارسة بعد "تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء" الذي بلغت نسبة ممارسته في الجمعية %79، وهي نسبة جيدة أيضاً لكن يمكن تطويرها بشكل أكبر، وذلك عندما يقوم الجمعية بالتأكد من وضوح أهدافه لدى كامل الفريق، بحيث يتبناها ويسعى لتحقيقها.

ويظهر الجدول التالي أبعاد الابتكار وفقاً لمجالات الابتكار ونسبة ممارستها:

مجمالات الابتكار	أبعاد الابتكار	نسبة الممارسة	النتيجة
الغاية من الابتكار	الاستجابة لاحتياجات المستفيدين	93%	مرتفع
	التعامل مع البيانات	82%	مرتفع
	تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء	79%	متوسط
بيئة الابتكار	القيم ممارسات الابتكار	86%	مرتفع
	الممارسات التنظيمية	78%	متوسط
	نظم العمليات سياسات العمل	81%	مرتفع
قدرات الابتكار	القدرات الشخصية	90%	مرتفع
	القدرات التقنية	88%	مرتفع
	القدرات الجماعية	86%	مرتفع



الغاية من الابتكار

بيئة الابتكار

قدرات الابتكار

شكل رقم (12) نسب ممارسة أبعاد الابتكار في جمعية أصول

2. نتائج مجالات الابتكار وأبعادها.

1.2 الغاية من الابتكار.

إنّ مجموع درجات "جمعية أصول" في مجال فهم "الغاية من الابتكار" يساوي (23/27)، وهذا يدل على مستوى مرتفع⁽¹⁵⁹⁾ لدى فريق الجمعية حول فهم الغاية من الابتكار، الأمر الذي ينعكس على تبني الفريق لممارسات الابتكار إلى حدٍ كبير، حيث يعتمد نجاح الابتكار في الشركات بشكل أساسي، على الإيمان بأهمية الابتكار، ودوره الريادي في تعزيز قدرات الجمعية على التنافسية داخل السوق المحلي والإقليمي.

وبالنسبة لمجموع درجات أبعاد "الغاية من الابتكار" التي تظهر في الجدول التالي:

النتيجة	مجموع الدرجات	أبعاد الغاية من الابتكار
مرتفع	25/27	الاستجابة لاحتياجات المستفيدين
مرتفع	22/27	التعامل مع البيانات
متوسط	21/27	تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء

يمكننا القول بأنّ: المحافظة على فهم الغاية من الابتكار يتطلّب ما يلي:

1. على مستوى الاستجابة لاحتياجات المستفيدين: يعتبر فهم احتياجات المستفيدين

الخطوة الأولى لابتكار منتجات، وخدمات تحدث فرقاً في حياة المستخدمين، وتحقيق

التنافسية في الأسواق، وتساعد الجمعية في تحقيق الربح، والنمو. من أجل المحافظة على

⁽¹⁵⁹⁾ تقسيمات المقياس من حيث مجموع الإجابات: (من 22 إلى 27 "مرتفع"، من 12 إلى 21

"متوسط"، أقل من 12 "منخفض")

مستوى الاستجابة لاحتياجات المستخدمين، وتعزيزه باستمرار لدى فريق عمل الجمعية،

يجب العمل على ما يلي:

○ الحرص الدائم على تطوير أدوات فهم التحديات الحقيقية التي تواجه العملاء،

والمستخدمين.

○ الانطلاق الدائم من احتياجات العملاء، والمستخدمين في تطوير أي منتج أو

خدمة.

○ تتبع احتياجات المستخدمين باستمرار، من أجل تطوير المنتجات، والخدمات وفقاً

لها.

2. على مستوى التعامل مع البيانات: تعتبر البيانات المصدر الأساسي الذي يجب اعتماده

من أجل فهم توجهات الأسواق، وبالتالي اتخاذ القرارات التي تتناسب مع تلك البيانات.

من أجل المحافظة على مستوى التعامل مع البيانات من قبل فريق عمل الجمعية، وتعزيزه

باستمرار على النحو الأمثل ينبغي العمل على ما يلي:

○ العمل على متابعة أحدث توجهات الأسواق باستمرار لرصد التغيرات باستمرار.

○ الحرص الدائم على اتخاذ القرارات المبنية على بيانات، ومعلومات دقيقة، وحديثة،

ومحايدة.

○ توجيه فريق العمل إلى مشاركة المعلومات الهامة المتعلقة بتصميم الخدمات،

والمنتجات.

3. على مستوى تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء: من أجل المضي قدماً، والتأكد من أن

فريق العمل على المسار الصحيح، لا بد من تحديد الأهداف، ووضع مؤشرات الأداء

التي تقيس أداء، وتقدم فريق العمل في تحقيق تلك الأهداف. إن مستوى تحديد

الأهداف، وتصميم مؤشرات الأداء متوسط. ومن أجل العمل على رفع مستوى فريق

العمل في هذا المجال ينبغي العمل على ما يلي:

○ التذكير الدائم بأهداف الجمعية، حول الابتكار في المنتجات، والخدمات، وأهمية

تحقيقها.

○ الاعتماد الدائم على مؤشرات الأداء لقياس الممارسات الابتكارية لفريق العمل.

○ تقييم ممارسات الفريق الابتكارية، وتقديم التغذية الراجعة له باستمرار من أجل

تطوير الأداء.

2.2 بيئة الابتكار:

إنّ مجموع درجات "جمعية أصول" في مجال "بيئة الابتكار" يساوي (21/27)، وهذا يدل

على أنّ:

مستوى بيئة الابتكار في الجمعية متوسط، وبالتالي هناك حاجة لتعزيز تطبيق الممارسات

السلوكية للقيم المعززة لممارسات الابتكار. والتزام بالدور الوظيفي، والقواعد السلوكية المعززة

لبينة الابتكار داخل الجمعية.

وهذا يتطلب بناء المنظومة القيمية، والعقلية اللازمة لتطبيق ممارسات الابتكار، بالإضافة إلى ترسيخ مجموعة من الممارسات التنظيمية، ونظم العمليات، وسياسات العمل.

مجموع درجات أبعاد بيئة الابتكار:

أبعاد بيئة الابتكار	مجموع الدرجات	النتيجة
القيم ممارسات الابتكار	22/27	مرتفع
الممارسات التنظيمية	20/27	متوسط
نظم العمليات سياسات العمل	21/27	متوسط

وهذا يدفعنا للقول بأنّ: تعزيز بيئة الابتكار يتطلب ما يلي:

1. على مستوى قيم الابتكار: تعتبر القيم بمثابة الأساس الذي يتم الارتكاز عليه لتوجيه

قرارات الجمعية، وسلوكيات فريق عملها، فهي تشكل الثقافة اليومية داخل بيئة العمل،

وتحدد معايير السلوك فيها. تشير النتائج أن قيم الابتكار في الجمعية مرتفع، ومن أجل

الحفاظ عليها ينبغي العمل على:

○ مراجعة القيم المعززة لممارسات الابتكار، ومؤشراتها السلوكية، والتأكيد على

الالتزام بها.

○ التأكيد المستمر على ضرورة الالتزام بقيمة فهم احتياجات العملاء باستمرار.

○ التأكيد المستمر على ضرورة الالتزام بقيمة تجسيد، وتجريب الأفكار عبر بناء

النماذج الأولية.

2. على مستوى الممارسات التنظيمية: تعتبر الممارسات التنظيمية الدعائم الرئيسية لتطبيق

ممارسات الابتكار داخل الجمعية، وذلك من خلال قدرتها على تقسيم، وتنسيق المهام

بين الإدارات المختلفة، بما يضمن تطبيق الابتكار بنجاح داخل الجمعية. من أجل

العمل على تحسين الممارسات التنظيمية ينبغي العمل على ما يلي:

○ ضبط الالتزام بالصلاحيات، والمسؤوليات لكل فريق عمل الجمعية، لتعزيز

قدراتهم التنفيذية.

○ الالتزام بالتوصيفات الوظيفية من قبل فريق عمل الجمعية.

○ تعزيز الالتزام بنظم اتخاذ القرارات المعتمدة داخل الجمعية، مما يعزز الممارسات

الابتكارية.

3. على مستوى نظم وسياسات العمل: تعتبر نظم العمليات، وسياسات العمل الحدود

الناظمة للممارسات اليومية داخل بيئة العمل. من أجل العمل على ترسيخ نظم

العمليات، وسياسات العمل أكثر ينبغي التركيز على:

○ الالتزام بأدلة العمل التي توثق منهجيات وممارسات الابتكار في تطوير

المنتجات والخدمات.

○ الاستخدام الفعال للموارد والأدوات اللازمة من أجل تطوير المنتجات

والخدمات.

○ الالتزام بالقواعد ومدونات السلوك المتعلقة في الأنشطة الابتكارية داخل

الجمعية.

3.2 قدرات الابتكار:

إنّ مجموع درجات "جمعية أصول" في مجال "قدرات الابتكار" يساوي (22/27)، وهذا يدل على أنّ:

مستوى قدرات الابتكار لدى الفريق مرتفع، مما يعني أنه يمتلك القدرات، والمهارات الشخصية، والتقنية الكاملة التي تساعد في تطبيق ممارسات الابتكار، كما يمتلك قدرات جماعية تساعد في تبني الاختلاف، وتبادل التغذية الراجعة، وتقديم الأداء الابتكاري الجماعي المتناغم.

مجموع درجات أبعاد قدرات الابتكار

النتيجة	مجموع الدرجات	أبعاد قدرات الابتكار
مرتفع	23/27	القدرات الشخصية
مرتفع	22/27	القدرات التقنية
مرتفع	22/27	القدرات الجماعية

وهذا يدفعنا للقول بأنّ: المحافظة على قدرات الابتكار وتعزيزها يتطلّب ما يلي:

1. على مستوى القدرات الشخصية: تشمل القدرات الشخصية المواهب، والمهارات

الشخصية، والتخصصات الإدارية التي يمتلكها فريق عمل الجمعية. ومن أجل أن

المحافظة على القدرات الشخصية لدى فريق عمل الجمعية مرتفعة، وتعزيزها أكثر فأكثر
ينبغي العمل على ما يلي:

○ تقديم بعض المهام النوعية من حين لآخر لتعزيز القدرات الشخصية لدى الفريق
بشكل مستمر.

○ توفير فرص العمل لأعضاء الفريق ضمن فرق متنوعة لتوسيع مجال القدرات
الشخصية لفريق العمل.

○ تقديم البرامج التدريبية الدورية للمحافظة على مستوى القدرات الشخصية
لدى الفريق باستمرار.

2. على مستوى القدرات التقنية: تشمل القدرات التقنية المواهب، أو التخصصات، أو
المهارات الفريدة التي يمتلكها الفريق، والتي تتعلق بمجال العمل، والخدمات والمنتجات
التي تقوم الجمعية بتصميمها. تشير النتائج إلى أن القدرات التقنية لفريق العمل مرتفعة،
وللمحافظة عليها ينبغي العمل على ما يلي:

○ استضافة الخبراء من حين لآخر لضمان تعزيز قدرات الفريق الابتكارية بشكل
مستمر.

○ توفير أحدث الأدلة العلمية الإجرائية، حول تطبيقات الابتكار، وأفضل
ممارساته في العالم.

○ توفير برامج تدريبية نوعية تضمن التطور المستمر لفريق عمل الجمعية في مجال الابتكار.

3. على مستوى القدرات الجماعية: تشمل القدرات الجماعية قدرات فريق العمل المتعلقة بالتخطيط، وتوليد الحلول، وتقديم، وتلقي التغذية الراجعة، والتنسيق، والتعاون لإنجاح ممارسات الابتكار. ومن أجل أن المحافظة على القدرات الجماعية لدى فريق عمل الجمعية مرتفعة، وتعزيزها أكثر فأكثر ينبغي العمل على ما يلي:

○ توفير فرص تبادل الخبرات بين فرق عمل الجمعية، مما يعزز خبرات الفريق الجماعية باستمرار.

○ إقامة الأنشطة والفعاليات الاجتماعية التي تكرم أصحاب المهارات الجماعية المتميزة في الجمعية.

○ إقامة أنشطة جماعية لتقييم مسار العمل، وتقديم وتلقي التغذية الراجعة بشكل مستمر.

الفصل الرابع:

أساليب جمعية أصول في عرض محتواها وبرامجها الدعوية.

وفيه مبحثان

المبحث الأول: أصناف المستفيدين من خدمات جمعية أصول

المبحث الثاني: نماذج تطبيقية من رعاية جمعية أصول لأصناف المستفيدين في محتواها وبرامجها الدعوية.

الفصل الرابع

أساليب جمعية أصول في عرض محتواها وبرامجها الدعوية

المبحث الأول

أصناف المستفيدين من خدمات جمعية أصول

يعتبر هذا الفصل من الفصول المهمة لمعرفة كيفية تعامل جمعية أصول مع أصناف المستفيدين المختلفة، ويمكن التعرف على استراتيجية الجمعية من خلال الآتي:

1. المزيج الدعوي للمنتجات الدعوية:

التي تقدمها الجمعية للمستفيدين على اختلاف أصنافهم المنبثق من هويتها الرسمية وهذا المزيج هو:

أ- المستفيدون من الجهات الدعوية

ب- الوسائل المتنوعة

ت- اللغات المتعددة

ث- المستفيدين من الأفراد حسب مصفوفة المستفيدين

وتسمية المزيج الدعوي هو ما تفردت به الجمعية من خلال منتجاتها اسما وتطبيقا، فقد حرص القائمون على الجمعية بأي منتج من منتجات الجمعية سيطبق عليه هذا المزيج الدعوي حيث سيرسل للجهات الدعوية المختلفة، وسيطبق عليه الوسائل المتنوعة وكذلك المنتج الواحدة سيخرج بلغة أو عدة لغات وسينتج المنتج حسب أصناف المستفيدين المختلفة كما سنبينه في هذا الفصل بحول الله.

2. استراتيجية المجالات والوحدات التابعة لها:

وقد أشرنا في الفصل الثاني للمجالات والوحدات التابعة لها فكل مجال ووحدة يغطي جزءاً من أهداف الجمعية، فعلى سبيل المثال:

مجال المحتوى تتبعه عدة وحدات استراتيجية مثل وحدة الكتب الدعوية ووحدة الكتب الدعوية لها عدة مشاريع والتي منها مشاريع للمسلم وغير المسلم والمسلم الجديد، وغير المسلم هناك تصنيف وموضوعات تخص النصارى والملحدين والبوذيين وهكذا، وكل وحدة لها أصناف متعددة في الاستهداف حسب الشرائح المستهدفة، وستكلم عنها في المبحث الثاني بإذن الله.

والمقصود بالمدعو في أصناف المدعوين في اصطلاح الدعوة الإسلامية:

هو الإنسان العاقل المخاطب بدعوة الإسلام، ذكراً أو أنثى، مهما كان جنسه ونوعه وبلده ومهنته، إلى غير ذلك من الفروق بين البشر (160).

ولا بد للداعية حتى يحقق الثمار المرجوة من دعوته، وحتى تؤتي جهوده ثمارها أن يكون على علم ودراية بأصناف المدعوين، وحالهم، ومستوى ثقافتهم.

ويمكن تصنيف المدعوين باعتبار حالهم (161):

1- أن يكون المدعو راغباً في الخير مقبلاً عليه، لكنه قد يجهله ويخفي عليه.	فهذا يكفي في حقه مجرد الدعوة.
2- أن يكون عنده فتور وكسل عن الخير أو إقبال ورغبة في الشر.	فهذا لا يكفي معه مجرد الدعوة، بل لا بد أن يضاف إليها موعظة حسنة بالترغيب في الخير والطاعة، والترهيب من الشر والفسوق.
3- أن يكون عنده إعراض عن الخير واندفاع على الشر ومحاجة في ذلك.	فهذا لا يكفي في حقه مجرد الدعوة والموعظة، بل لا بد من مجادلته والتي هي أحسن.

(160) حمود بن أحمد الرحيلي، أصناف المدعوين وكيفية دعوتهم، [مكتبة العلوم والحكم، المدينة المنورة، دار العلوم والحكم، سوريا، ط3، 1428هـ-2007م] (ص 49).

(161) حمود بن أحمد الرحيلي، أصناف المدعوين وكيفية دعوتهم، [مرجع سابق] (ص 49).

فاستقبال المدعويين للدعوة إلى الله ليس على صورة واحدة

ويمكن تصنيف المدعويين بشكل عام حسب الآتي:

- المسلمون.

- أهل الكتاب.

- المشركون.

- الملحدون.

- المنافقون.

- الملائ وأشراف القوم (162).

ولكل فريق من هؤلاء أساليب خاصة لدعوته يجب على الداعية أن يحيط بها، ويعرف كيف يتوجه بالخطاب إليهم.

وهذا التصنيف عموماً ويمكن أن يكون التصنيف أكثر خصوصية، فالناس مختلفون في الفكر والعمل، وبحسب اختلافهم تختلف أحكام دعوتهم، وأمرهم بالمعروف، ونهيهم عن المنكر كما يلي: (163)

فهذا نصبر على جهله، وندعوه ونعلمه بالرفق واللين، كما فعل النبي صلى الله عليه وسلم مع الأعرابي الذي بال في المسجد.	1- من عنده نقص في الإيمان وجهل بالأحكام:
فهذا يدعى إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة.	2- من عنده نقص في الإيمان وعلم بالأحكام:

(162) انظر: حمود بن أحمد الرحيلي، أصناف المدعويين وكيفية دعوتهم، [مرجع سابق] (ص 63).

(163) محمد بن إبراهيم بن عبد الله التويجري، موسوعة الفقه الإسلامي، [بيت الأفكار الدولية، الرياض،

2009م، ط1] (2/271)

3- من عنده قوة في الإيمان وجهل بالأحكام:	فهذا يدعى مباشرة ببيان الحكم الشرعي، وبيان خطر اقتتاف المعاصي، وإرشاده لإزالة المنكر الذي وقع فيه.
4- من عنده قوة في الإيمان وعلم بالأحكام:	فهذا ليس له عذر، فينكر عليه بقوة، ويعامل معاملة أشد مما سبق؛ لئلا يكون قدوة لغيره في المعصية.
5- من عنده جهل بالإيمان وجهل بالأحكام:	وهؤلاء يدعون إلى الإيمان بالله، فإذا استقر الإيمان في قلب أحدهم عزّفناه بالأحكام تدريجياً، الصلاة وما يلزم لها من الطهارة والوضوء، ثم الزكاة ... وهكذا

فعلى الداعية أن يتحلّى بالصبر والحكمة في تعامله مع أصناف الناس، وأن يعرف كيف يمكنه الوصول إلى عقول الناس وقلوبهم وامتلاكها ليملاها بما يرضي الله ورسوله وما يتوافق مع فكره وما يؤمن به.

كما يمكن تصنيف المدعويين إلى (164):

مسلم	غير مسلم، وقد ذكرت عدة تعريفات لمصطلح غير المسلم منها:
هو من شهد أن لا إله إلا الله وأن محمداً رسول الله وأقام الصلاة وأتى بالعمل الظاهر.	1- يشمل أهل الكتاب والمشركين وكل من لا يدينون بالإسلام. 2- وقيل: هم كل من لم يؤمن بالإسلام عقيدة وشريعة على اختلاف مللهم ونحلهم. 3- وقيل: هم الذين لم يؤمنوا بالله عز وجل، ولم يستجيبوا لدعوة النبي محمد صلى الله عليه وسلم.

(164) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم، دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الإلكترونية دراسة تحليلية ميدانية، [مرجع سابق] (ص 26).

كما يمكن تقسيم غير المسلمين باعتبار إقامتهم في الدولة المسلمة إلى (165):

أهل الذمة:	هم الذين يقيمون إقامة دائمة في الدولة المسلمة.
مستأمنين:	هم الذين يقيمون إقامة مؤقتة في الدولة المسلمة.

كما يمكن تقسيم غير المسلمين باعتبار الدين الذي يعتنقونه إلى (166):

الصابئة أو الصابئون	أهل الأوثان	أهل الكتاب	
		قسم له شبهة الكتاب: مثل: المجوس والمانوية	قسم له كتاب محقق، مثل التوراة والإنجيل: وهم اليهود والنصارى

ويمكن أن نوجز تعريفاً لكل فريق من هؤلاء:

- اليهود: هم أتباع الديانة اليهودية، وهم أمة موسى عليه السلام، وكتابهم التوراة.
- النصارى: هم من ينتمون في الأصل إلى عيسى عليه السلام، وكتابهم الإنجيل.
- المجوس: هم عبدة النيران، القائلون: إن العالم أصلان: نور وظلمة، يقتسمان الخير والشر، والنفع والضرر، والصالح والفساد.
- أهل الأوثان: عابد الوثن: من اتخذ إلهاً غير الله وتقرب إليه، والوثني: الذي لا يقر بوحدانية الله، ويتدين بعبادة الوثن.

(165) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم،

دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية، [مرجع سابق] (ص 27).

(166) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم،

دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية، [مرجع سابق] (ص 30).

- الصابئة: وقد اختلف العلماء في تعريفهم على أقوال هي:

1- قيل: هم قوم يقولون إن مدبر هذا العالم وخالقه هذه الكواكب السبعة والنجوم، فهم عبدة الكواكب.

2- قيل: هم قوم يشبه دينهم دين النصارى، إلا أن قبلتهم نحو مهب الجنوب، يزعمون أنهم على دين نوح عليه السلام.

3- وقيل: هم بمنزلة اليهود، لأنهم يسبتون، ولهم كتاب.

4- وقيل: هم قوم بين اليهود والمجوس لا دين لهم.

5- وقيل: إنهم منسوبون إلى صابئ بن لامك أخي نوح عليه السلام، وهو اسم علم أعجمي.

6- وقيل: هم قوم يقولون: لا إله إلا الله، وليس لهم كتاب، ولا نبي، ولا عمل.

7- وقيل: هم قوم يصلون للقبلة، يقرؤون الزبور ويعبدون الملائكة، ويصلون إلى الكعبة، أخذوا من كل دين شيئاً.

8- وقيل: طائفة من الكفار يقال إنها تعبد الكواكب في الباطن وتنسب إلى النصرانية في الظاهر، ويدعون أنهم على دين صابئ بن شيث بن آدم.

9- وقيل: سميت الصابئة صبئة لأنها مالت إلى عبادة النجوم⁽¹⁶⁷⁾.

وهناك بعض المعالم الرئيسة في دعوة أهل الكتاب إلى دين الإسلام، ومنها ما يأتي:

1- الرجوع إلى القرآن الكريم والسنة النبوية وآثار السلف الصالح.

2- تمييز أهل الكتاب عن غيرهم من أصحاب الديانات والعقائد الأخرى.

(167) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم،

دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية، [مرجع سابق] (ص 43).

- 3- عدم مهاجمة ديانة أهل الكتاب أو سبها وشتمها، والتشهير بأتباعها وتجريح أشخاصها على الملأ، فيكون ذلك سبباً في استنارتهم ونفورهم واستجماع عداوتهم للإسلام.
- 4- عدم الاعتداء على معابد أهل الكتاب وكنائسهم، أو التعرض لها، أو النيل من العبادة فيها من كهنة ورهبان وقساوسة، مع سوق الدعوة إليهم سوقاً خفيفاً.
- 5- الترفق في دعوة أهل الكتاب، واللين معهم، كما يتم تحذيرهم وتخويفهم أيضاً من عاقبة الصد عن دين الإسلام.
- 6- التركيز في دعوة أهل الكتاب على تصحيح العقيدة، وخاصة توحيد الله تعالى التي هي دعوة كل الأنبياء عليهم السلام، وإفراد الله بالعبودية، وأنه لا شريك له في ربوبيته وألوهيته.
- 7- أن يسلك الداعية في دعوته اليهود والنصارى إلى دين الإسلام أنسب الوسائل، وأفضل الأساليب.
- 8- دعوة أهل الكتاب إلى كلمة سواء.
- 9- مراعاة التدرج في دعوة أهل الكتاب، وإيضاح الدين الإسلامي لهم على مراحل، مع العفة عن حياتهم وأموالهم واحترام حقوقهم.
- 10- أن يتعرف الداعية أثناء دعوته لأهل الكتاب على عقائدهم وأنواعهم وبيئاتهم ولغاتهم وثقافتهم، وغير ذلك من الأمور التي تساعد في اختياره الوسيلة والأسلوب المناسب في دعوتهم إلى الله، مع التركيز على استعمال الوسائل الدعوية المتنوعة المؤثرة وخاصة الوسائل المعاصرة؛ مثل: وسائل الإعلام والاتصالات، وبرامج الحاسب الآلي،

وشبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، وترجمات معاني القرآن الكريم باللغات العالمية المتعددة (168).

كما يمكن تقسيم المدعوين بحسب اعتبارات أخرى فكرية أو عقدية (169):

الإلحاد	البوذية	الهندوسية	الكتابي
وهو رفض الاعتقاد بأية قوى غيبية، فالملحد ينكر الخالق والنبوت والبعث.	هي ديانة وطقس تشتمل على مجموعة متنوعة من التقاليد والمعتقدات والممارسات الروحية المنسوبة إلى بوذا، وتهدف البوذية بذلك إلى اكتساب الحكمة والوعي والتخلص من المعاناة.	ديانة أو بمعنى أدق "طريقة في الحياة" تشمل جملة من الطقوس والشعائر والعبادات والكتب المقدسة والمفاهيم الكونية والوجودية.	اصطلاحاً هو: اليهودي والنصراني، وسموا بذلك لأنهم أصحاب كتب سماوية: التوراة والإنجيل.

أما البوذية؛ فهي في الأصل فلسفة تهدف إلى نوع من الاستنارة _ معرفة معنى الحياة والوجود _ بمجموعة من الممارسات التقشفية الصوفية والتأملات والتسامح، هي فلسفة ممتلئة بخليط من بقايا الديانات والتصورات البشرية والفلسفات العقلية.

هناك خمسمئة مليون بوذي تقريباً حول العالم، هذا الرقم الضخم المفترض أن يشكل هدفاً كبيراً للدعوة للإسلام، فالبوذية ليست كالمذاهب الأخرى أو الديانات التي لديها خطط دفع أو تملك أجوبة وجودية كبرى تشكل عقبة في وجه الدعوة للإسلام.

(168) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم، دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية، [مرجع سابق] (ص 50-51-52-53-54).

(169) انظر: هيثم طلعت، كيف تدعو ملحداً بوذياً هندوسياً كتابياً إلى الإسلام "سؤال وجواب"، [مصر - تبصير للنشر والتوزيع - ط1. 2019م] (ص 11 - 72 - 98 - 124).

والكثير من البوذيين حول العالم يتخذون البوذية كفلسفة وليس كديانة بسبب هذه الإشكالات الكبرى خاصة الذين درسوا منهم مقدمات العلوم المادية المعاصرة، وهم يتبنون البوذية لقلّة مشاريعنا الدعوية نحن تجاههم.

فالبوذية منهج هش لا يحتاج في نقده إلا بعض المعرفة والضبط العقلي والأسس العلمية اليسيرة، ودعوة البوذيين مشروع عظيم نسأل الله أن تُوفّق مؤسسات دعوية لتبنيه وثمرته إن شاء الله طيبة (170).

بعد أن اطلعنا على تصنيفات عدة للمدعوين بناء على اعتبارات متنوعة، وما هو تعريف كل صنف وما الذي يميزه حتى يسهل على الداعية جذب المدعو وإقناعه بدعوة الإسلام، لا بد أن نعرض على سؤال مهم وهو:

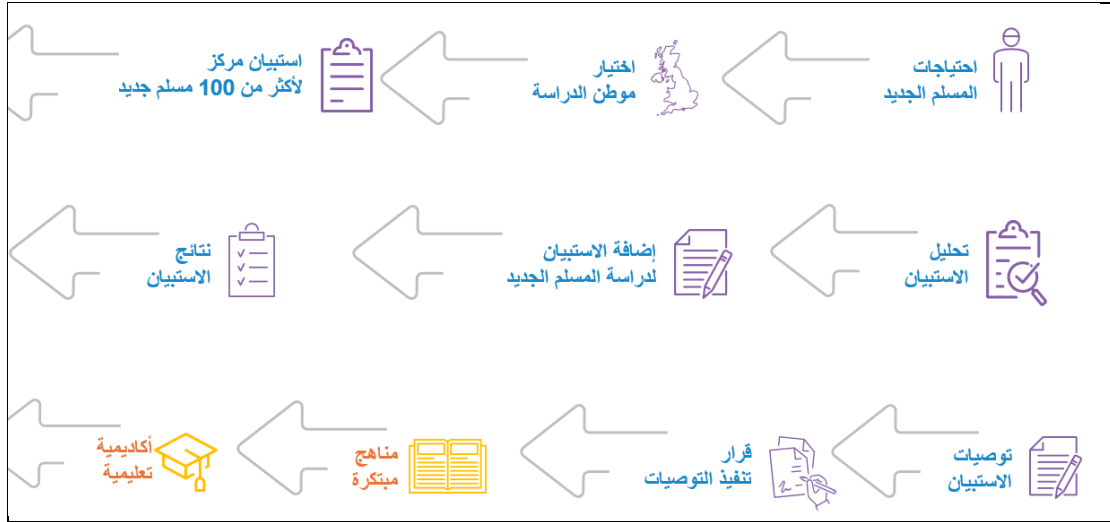
بماذا تبدأ مع من أسلم حديثاً، وما هي وصاياك له؟

لجمعية أصول دراسة موسوعة عن المسلم الجديد وفيها الكثير التفاصيل المهمة قد يصعب ذكرها هنا غير أن الاطلاع عليها مهم للمختصين، ومنها انطلقت إستراتيجية الجمعية المبنية على الدراسات في كيفية التعامل مع المسلم الجديد⁽¹⁷¹⁾ كمثال:

دراسة المسلم الجديد واحتياجات هذه الفئة انبثق منها حسب توصيات الدراسة مناهج وأكاديميات... انظر العرض التقديمي:

(170) انظر: هيثم طلعت، كيف تدعو ملحداً بوذياً هندوسياً كتابياً إلى الإسلام "سؤال وجواب"، [ط1]، (ص 66-85-89).

(171) انظر: دراسة المسلم الجديد جمعية أصول... في عرض تقديمي بعنوان: [أهمية المعلومة في اتخاذ القرار] الشريحة رقم (ص 32).



شكل رقم (13) دراسة المسلم الجديد واحتياجات هذه الفئة

وهذه بعض التوصيات للتعامل مع هذا الصنف من المدعوين:

- 1- يجب إشعار المسلم الجديد في الإسلام بكمال هذا الدين ومصدره الرباني وشموليته والتأكيد على أن ليس بعد هذا الحق حق.
- 2- يجب تنبيه المسلم الجديد بأن الإسلام يجب ما قبله، وإلا سيظل يفكر بذنوبه السابقة وأن صحيفته الآن نظيفة.
- 3- التأكيد على نقطة أن الإسلام هو مصدر التلقي وهو المرجع بمرجعية القرآن والسنة وليس أفعال المسلمين المنحرفة حيث إنها لا تمثل الحق، كما يجب تأكيد قضية أن القرآن والسنة هما اللذان يحددان نوعية هذه الأفعال إن كانت حقاً أو باطلاً.
- 4- يجب التأكيد على قراءة القرآن دائماً والحديث وسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم.
- 5- يجب الاهتمام بالطهارة وأنواعها.
- 6- يجب الاهتمام بالصلاة وترسيخ أهمية صلاة الجماعة.
- 7- تأكيد أهمية وجود المسلم الجديد في جو إسلامي يعينه على طاعة الله. (وذلك بإبعاده عن المنكرات والرذائل)

8- تعريف المسلم الجديد بالمسجد المجاور لبيته ويستحسن وجود شخص معه في الحي نفسه ليتابعه.

9- تنبيه إمام المسجد على إسلام هذا الشخص وتذكيره بالاهتمام به.

10- تأكيد قضية القراءة والتعلم وتخصيص وقت لذلك سواء مع مجموعة أو فرد.

11- توضيح أهمية السؤال والاتصال بأهل المعرفة والعلم الشرعي أو على الأقل من يتوسم فيهم الخير أو المعرفة الكافية.

12- معرفة ظروفه المالية ومساعدته بقدر المستطاع، وذلك تأليفاً لقلبه وحبذا لو زيد راتبه قليلاً تشجيعاً له.

13- يجب توضيح أن قضية إسلامه لا تعني أنه لن يواجه مشاكل، بل قد يواجه مشاكل ولكن ليعلم أنها ابتلاء من الله، ولكنه الآن يعرف كيف يتعامل معها إذا رجع إلى القرآن والسنة.

14- يجب توضيح أهمية التوحيد والعقيدة الإسلامية ووضع منهج أو على الأقل تزويده بكتاب يشرح له ذلك شرحاً معقولاً مبسطاً.

15- محاولة إبعاده عن جوه القديم وتوفير جو يلائم لتطويره إسلامياً.

16- محاولة إشراكه في النشاطات الإسلامية وتزويده بالكتب والأشرطة المهمة.

17- توفير الجماعة له من جنسيته نفسها والاحتكاك بهم والاشتراك معهم في الدروس.

18- يجب إشعاره بأهميته ومحبة الجميع له بسبب إسلامه، وإن كان في الإمكان إهداء هدية فهذا أحسن.

19- توضيح أن المشاكل التي يمر بها هي التي يمر بها كل من يسلم حديثاً فهي مشاكل متوقعة، وتتابع مشاكله بحيث يستطيع أن يتعامل معها دون أن يقع في أخطاء فادحة.

20- يكون هناك منهج مبسط متكامل لتعلم اللغة العربية قراءة وكتابة لكي يستطيع أن يقرأ القرآن بنفسه ويفهمه (172).

بناء على الكلام الذي سبق يمكن تصنيف المدعويين كالتالي:

مسلم جديد	غير مسلم		مسلم	
			الرجل	المرأة
	نصارى	يهود	الطفل	الشباب
	هندوس	وثني	غير متعلم	متعلم

كما يمكن تصنيف حالات على النحو التالي:

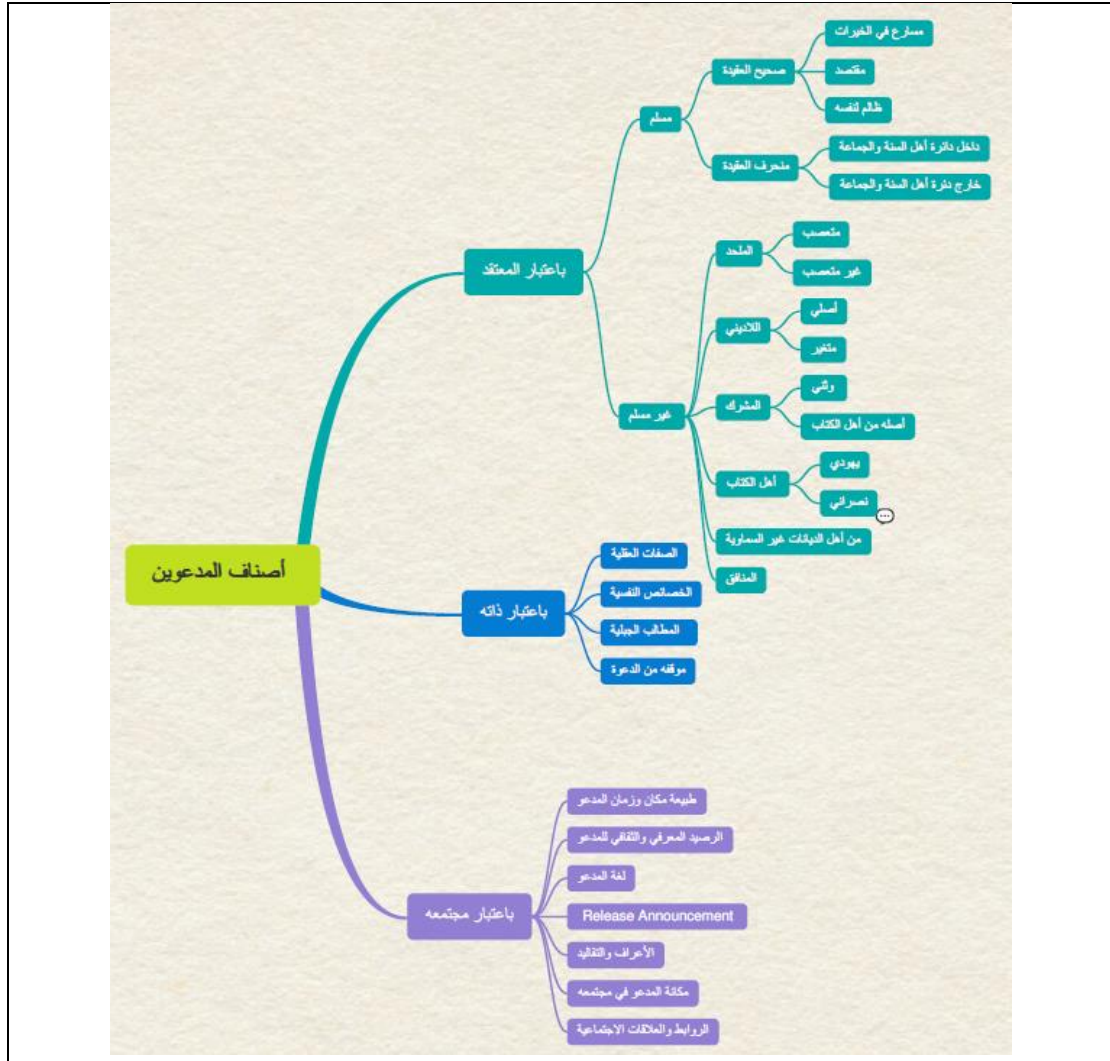
غير معاند	معاند
أهل كتاب	وثني
غير متقبل للدعوة	متقبل للدعوة

وحرصت جمعية أصول على استهداف كل هذه الشرائح بمستويات مختلفة، وفي المبحث التالي بيان وشرح للجانب التطبيقي لجمعية أصول عن كيفية استهداف هذه الشرائح، وما تحتاجه من عناصر الدعوة.

وفي هذه الصورة قام الباحث بتوضيح أصناف المدعويين حسب عدة اعتبارات:

- باعتبار معتقده.
- باعتبار ذاته.
- باعتبار مجتمعه.

(172) انظر: هيثم طلعت، كيف تدعو ملحداً بوذياً هندوسياً كتابياً إلى الإسلام "سؤال وجواب"، [ط1]، (ص 151-152-153).



شكل رقم (14) أصناف المدعوين

المبحث الثاني

نماذج تطبيقية من رعاية جمعية أصول لأصناف المستفيدين في محتواها وبرامجها الدعوية:

ترى جمعية أصول حسب المزيج الدعوي الذي ذكرناه في المبحث الأول أن المستهدفين هو الرقم الصعب، كلما عرفنا خصائصهم، احتياجاتهم، رغباتهم؛ كانت إمكانية التأثير أقوى، يشمل ذلك معرفة عقيدته وعمره وطباعه ومستواه الثقافي وعادات استماعه أو مشاهدته؛ مثلاً: معرفة خصائص الطفل ومعرفة ما يتلقاه عبر وسائل الإعلام والألعاب التي يشكل التوتر أو العنف نسبة عالية منها. يساعد في تحديد نوع المحتوى المقدم لهم.

وقد حرصت أصول على الاهتمام بتقسيم الفئات العمرية وإنتاج محتويات تناسب كل فئة دون التركيز على فئة وإغفال الأخرى مع الاهتمام برد ما يروج من الباطل أو الشبهات أو ما يستهدف طائفة معينة أو فئة عمرية دون غيرها (173).

ونلاحظ اهتمام جمعية أصول بأصناف المدعوين حين تحدث عن أولويات العمل الدعوي، حيث جعل للأولويات مرجحات واقعية؛ منها المرجح الزمني، ومنها المرجح بحسب مستقبل المحتوى الدعوي:

الصغير يخاطب بغير خطاب الكبير.	المرأة غير الرجل.	المسلم غير المشرك أو الكفاي.
--------------------------------	-------------------	------------------------------

كما يمكن تقسيم المستقبل حسب:

الجنس	المستوى العلمي	العمر	البلد	المنزلة الاجتماعية	الظرف الخاص
-------	----------------	-------	-------	--------------------	-------------

ويمكن تقسيم المستقبل حسب العمر إلى:

الطفولة	المراهقة	الشباب	الرجولة	الكهولة	غير محدد
---------	----------	--------	---------	---------	----------

(173) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، [جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ] (92-93).

المرجح بحسب مستقبل المحتوى	كالحديث مع غير المسلمين بما يناسب مرحلتهم، وكذلك سائر أحوال المستقبل الأخرى وتشمل:
حسب الجنس	الموضوعات التي تهم المرأة غير التي تهم الرجل.
حسب المستوى العلمي	فالمتقدمون علمياً قد يهتمون بموضوعات لا تهم العامة.
حسب العمر	فلكل مرحلة خصائصها من الطفولة، المراهقة، الشباب.
حسب اللغة	فالعربي قد يفهم الحديث النبوي مجرداً، أما غير العرب فيترجح لهم موضوعات أخرى.
حسب البلد	فاختلاف البلدان والطبائع والاحتياجات والأنظمة مؤثر، وبلد فيه مجاعة غير بلد آخر.
حسب المنزلة الاجتماعية	فالمتوى المقدم لعلية القوم غير المحتوى الشعبي.
حسب الظرف الخاص	أي حسب ظرف المستقبل الخاص القائم به، وهي أمور غير محصورة؛ كظروفه الاجتماعية والصحية والمالية وغيرها ⁽¹⁷⁴⁾ .

المستهدف	يميل المحتوى المناسب إلى:	←→	يميل المحتوى المناسب إلى:	المستهدف
المرأة	العاطفة- الحنان- الرحمة	←→	المنطق- القوة	الرجل
غير المسلم	أصل التوحيد- مبدأ الأخلاق- الفرائض الكبرى- الشبهات الكبرى	←→	الرفائق- المستحبات- الواجبات- أعمال القلوب	المسلم

(174) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي،

[جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ] (ص 59-60).

الكبير	التجريدي-القيم الكبرى-العلم المقارن- الإبحار المعلوماتي	←→	الحسي- القصصي- العبارات القصيرة- معلومات قليلة (المسموع)	الصغير
المثقف	التجريدي- المركب- التعليلي	←→	الحسي- القصصي- المباشر	العامي
المنطقي	الحقائق- الأرقام- الضوابط- التقاسيم- الوقائع- التعليقات- المناقشات	←→	الخيال- القصة- المشاعر- المؤثرات الصوتية والبصرية	العاطفي
المحتوى المقروء	المعلومة المفصلة- الترقيم- (المنطقي)	←→	العبارات قصيرة التنوع- (العاطفي)	المحتوى المسموع
العربي	القرآن- التاريخ- الهوية	←→	المساواة- الروحانية- الأخلاق	غير العربي

فكلما كان المستهدف أقرب إلى أحد الطرفين؛ كان المحتوى مائلاً إلى ذلك الطرف:

فالمسلم الجديد مرحلة وسطى بين المسلم وغير المسلم، والمراهق بين الصغير والكبير وهكذا

(175)

المستهدف	يميل المحتوى المناسب إلى:
الرجل والمرأة	في صناعة المحتوى ينبغي مراعاة جنس الشريحة المستهدفة (ذكر/أنثى) فمع تباين الناس إلا أن الرجل يميل غالباً إلى الخطاب الذي يحتوي شيئاً من المنطق؛ مثل ذكر الأسباب والنتائج، وتوثيق المعلومة، وتجنب المبالغات، وكذلك يميل إلى قبول القوة من الحزم والقيادة وغيرها، بينما تميل المرأة إلى الخطاب الذي يحتوي العاطفة فهي تتأثر سريعاً بالتحفيز، وتميل إلى التوجه الذي يحتوي الحنان والرحمة.
المسلم وغير المسلم	في صناعة المحتوى للمسلم يمكن أن يتضمن الخطاب الحديث عن الواجبات (ولهذا كثيراً ما تتعقب الأحكام خطاب "يا أيها الذين آمنوا" في القرآن) وبعد ذلك _خصوصاً لمن بدأ إيمانه يرسخ_ بالحديث عن المستحبات، وعن أعمال القلوب، وينبغي

(175) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي،

[جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ]، (ص 92-93).

<p>ألا يشغل المبتدئ بالحديث عن المعاني الدقيقة قبل أن يعي المعاني الجليلة علماً وعملاً، وبحسب ترقيه يترقى معه، وفي المقابل فإن غير المسلم يُعنى في صناعة معه بالحديث عن أصل التوحيد، وعن مبدأ الأخلاق، وكذلك _وخصوصاً لمن دخل الإسلام_ بالحديث عن الفرائض الكبرى، والجواب عن الشبهات الكبرى.</p>	
<p>يبدأ الصغير بفهم الأشياء المحسوسة، وفي حين لا يستوعب المعاني التجريدية (كالمعاني المعنوية؛ كالتوكل والإنابة...) فإنه يميل إلى الصور وإلى القصص، خاصة إذا كانت قصيرة وواضحة وتحمل مضامين مباشرة، وهو يميل عموماً إلى الوصايا والجمل القصيرة، ويصعب عليه استيعاب المعلومات الكثيرة أو التي يركب بعضها على بعض، وهو يشبه ما في خصائص المحتوى المسموع.</p> <p>وأما الكبير؛ فيبدأ تدريجياً في إدراك المعاني التجريدية، ويستوعب _ويتبنى أيضاً_ ما لم تفسد فطرته _القيم الكبرى، ويبرز عنده جانب المقارنة بين المعلومات والأشخاص والاتجاهات حسب علمه، وإذا خف عليه تأثير الإبحار الصوري والقصصي _وإن بقي_ فإنه يزداد تأثره بالجانب العلمي والحقائق، ويشبه في ذلك ما في خصائص الرجل.</p>	<p>الكبير والصغير</p>
<p>يميل المثقف للمعاني التجريدية، ويستوعب القضايا الكلية الجامعة أصول مسائل مختلفة، والقضايا المركبة التي تتداخل ويترب بعضها على بعض، وكما يعيها فإنه يميل إليها حيث يجد معاني جديدة وفي المقابل يميل عامة الناس إلى المحتوى الحسي المباشر، وخصوصاً في الواقع القصصي والأمثلة المشاهد القريبة واللغة المتداولة.</p>	<p>المثقف والعامي</p>
<p>في صناعة المحتوى: الشريحة المنطقية تميل إلى المحتوى الذي يحتوي على الحقائق والمعلومات الصلبة؛ خاصة المنقولة من مصادر موثوقة، وهو يميل أيضاً على لغة الأرقام باعتبار أن الأرقام تعبر عن الواقع بشكل أدق، وهو يميل أيضاً إلى التعليلات؛ سواء كانت ظاهرة أمامه في المحتوى أو كانت مهياًة ليستنبط هو الأسباب أو النتائج... وفي المقابل فالشريحة العاطفية تميل إلى المحتويات التي تحتوي جانباً من الخيال، أو الصور، كما يميل على الحديث عن المشاعر أو المحرك للمشاعر؛ سواء كانت مشاعر الحب أو الحزن أو غيرها، ولهذا مثلاً يميل إلى القصة سواء كانت حقاً أو باطلاً؛ فهي تثير خياله ومشاعره.</p>	<p>المنطقي والعاطفي</p>
<p>في صناعة المحتوى: الشريحة المنطقية تميل إلى المحتوى الذي يحتوي على الحقائق والمعلومات الصلبة؛ خاصة المنقولة من مصادر موثوقة، وهو يميل أيضاً إلى لغة الأرقام باعتبار أن الأرقام تعبر عن الواقع بشكل أدق، وهو يميل أيضاً إلى التعليلات؛ سواء كانت ظاهرة أمامه في المحتوى أو كانت مهياًة ليستنبط هو الأسباب أو النتائج... وفي المقابل</p>	<p>المحتوى المقروء والمحتوى المسموع</p>

<p>فالشريحة العاطفية تميل إلى المحتويات التي تحتوي جانباً من الخيال، أو الصور، كما يميل إلى الحديث عن المشاعر أو المحرك للمشاعر؛ سواء كانت مشاعر الحب أو الحزن أو غيرهما، ولهذا مثلاً يميل إلى القصة سواء كانت حقاً أو باطلاً؛ فهي تثير خياله ومشاعره.</p>	
<p>الشريحة العربية يسهل عليها استيعاب القرآن فيكون من الأولى تعظيم الجهد في نشره وتفسيره وتدبره، وكذلك فإن لظهور الإسلام في العرب مدخلاً لربط تاريخ العرب وهويتهم بالإسلام، وفي المقابل فغير العرب قد يستهويهم الحديث كثيراً عن المساواة بين الشعوب، ولعدم إدراكهم القرآن كما يدركه العربي فإنه يؤثر فيهم المحتوى الروحاني والأخلاقي.</p>	<p>العربي وغير العربي</p>

لا بد إذن من تحديد الآثار والأهداف: فالتخطيط للهدف يساعد في التوجه إليه مباشرة، وتوجيه كل عناصر المحتوى إليه؛ لأن كل مشروع هو عبارة عن وضع هدف ثم الوصول إليه، وقد ينشغل بعض صانعي المحتوى بالوسيلة ولا تكون لديهم رؤية كافية لما يريدون الحصول عليه، وقد يكون المحتوى مبهراً لكن بلا أثر، مع أن صناعة الأثر هي الوجه الثاني لعملية صناعة المحتوى (176).

ومن أهم النماذج التطبيقية لجمعية أصول في توجهه للمدعوين على اختلافهم **المستودع الدعوي الرقمي** بتصنيفاته المتعددة، حيث حرص على التعريف بجغرافية الأماكن من خلال المستودع الجغرافي، لعلمه بما للبلدان على اختلاف أعرفها وتقاليدها وثقافتها من تأثير في المدعو وطريقة استهدافه في المادة الدعوية المقدمة، كما حرص على التعريف بمختلف الأديان والفرق ليكون الداعية على علم بالفئة التي يتوجه بالدعوة إليها وذلك من خلال مستودع الأديان والفرق، كما يمكنك مناقشة الأمور الدعوية من كل جوانبها، والتعرف إلى مختلف الأديان والفرق والمذاهب الفكرية المعاصرة من خلال المقالات والملفات الدعوية، كما كان

(176) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول، خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي،

[جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ]، (ص 94-95).

حريصاً على تقديم مواد الدعوية بمختلف لغات العالم والتعريف بهذه اللغات من خلال مستودع اللغات، أما مستودع المدعويين؛ فكان الفيصل في بيان المدعويين والشرح عنهم وكيف يمكن لفت انتباههم بالمواد الدعوية المقدمة فكان تقسيمهم كالتالي:

المسلمون الجدد	النساء	الأطفال	الجمهور	الملاّ	المنافقون	العصاة	المبتدعة	غير المسلمين
-------------------	--------	---------	---------	--------	-----------	--------	----------	--------------

حيث فصل في أقسام المدعويين وتناولهم بالتعريف، وبيان أهم السمات والخصائص، وما هي أهم التوجيهات الدعوية لكل فئة، إضافة إلى إدراج بعض القصص من القرآن الكريم أو السنة النبوية أو من التاريخ الإسلامي حسب مقتضى الحال. كما أن المحتوى الدعوي بما فيه من كتب وأفلام وبطاقات وصوتيات وتطبيقات ومواقع دعوية وترجمات للقرآن الكريم، خير دليل على الجهود الحثيثة التي بذلتها أصول وما تزال تبذلها في خطاب المدعويين والتوجه إليهم.

كما أن هناك المنصات التعليمية وهي تشمل منصة تاء، حيث تسعى منصة تاء لتقديم تجربة جديدة لتعلم العلوم الشرعية، من خلال الاستفادة من الأدوات التقنية بقالب سهل وجذاب مناسب لمختلف الفئات العمرية، كما تقدم المنصة طريقة تفاعلية تنافسية لتعلم العلوم الشرعية بمختلف مجالاتها، لتجعل من طلب العلم تجربة ممتعة.

وهناك منصة متوجهة لطلاب العلم الشرعي (طلاب العلم) وهي: المقرأة الحديثة، مقرأة إلكترونية تعنى بتحفيظ السنة النبوية من خلال مواكبة التقنيات الحديثة، وتهدف إلى تقريب السنة النبوية لعموم المسلمين والوصول إلى شرائح مختلفة من المستهدفين عبر استخدام التقنية الحديثة.

كما أن هناك خدمات المراكز الإسلامية بما تحتويه من مراكز إسلامية ومطبوعات ومحتوى مرئي وبطاقات دعوية وأدلة ودعوة باللغات إضافة إلى قسم دليلك إلى الدعوة هي تطبيقات عملية في الأمور الدعوية وتوجيهها للمدعويين.

أما الموضوعات الدعوية فقد تناولت مختلف شرائح المدعويين، كعامة المسلمين والمسلمين الجدد والمرأة من خلال المرأة في الإسلام، والأطفال من خلال الفيديوهات التعليمية وعالم باسل، كما أن هناك فقرات خاصة بدعوة الملحدون والنصارى والهندوس، إضافة إلى أسئلة وأجوبة عن الإسلام تهم المسلمين والمسلمين الجدد ومن يريد التعرف إلى الإسلام والدخول فيه.

وبإحصائية بسيطة نتبين جهود أصول في المواد الدعوية التي حرصت على توجيهها لمختلف المدعويين على اختلاف تقسيماتهم واختلاف الاعتبارات في تقسيماتهم، حيث عملت على 1170 دقيقة مرثيات، بما يعادل 750 مقطعاً مرثياً و1500 منشور ومنتج دعوي، و600 دقيقة صوتيات، و65 دراسة، و500 كتاب دعوي، و50 موقعاً إلكترونياً. حيث وصل عدد زوار المواقع لأكثر من 100 مليون زائر والوصول لأكثر من مليار. ويمكن الرجوع لموقع الجمعية، ففيها التفاصيل المتعددة للمنتجات وأصناف المدعويين والمنتجات المخصصة لهم وكتبة رقمية لتلك المنتجات على الرابط التالي:

<https://osoulcontent.org.sa/ar/library>

وقد جاء في خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي الخاص بجمعية أصول أهداف غائية لصناعة المحتوى الدعوي؛ وتلك الخارطة أنّ القضية الكبرى الجامعة للأهداف هي تعبيد الناس لرب العالمين وهذه كلمة جامعة، والتفصيل قد يسهل عملية الاستهداف في محاور كبرى، وقد جعلتها على 7 أهداف، مع الاعتقاد بإمكانية إعادة تشكيل هذه الأهداف بطرق كثيرة تناسب كل صورةٍ منها بيئةً معينةً.

وحتى هذه الأهداف السبعة هي أهداف كبرى، يمكن تجزئتها إلى أهداف فرعية، كما يمكن دمج بعضها ببعض، ويمكن بعد ذلك الخروج بمبادرات ومشاريع من هذه الأهداف الجزئية، وربط بعضها ببعض. كما سيأتي:

• الهدف الأساس: العبودية لله عزوجل وطاعته وإقامة شرعه

1. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين:

- أ- العبودية لله تعالى وإطاعة أوامره، وهي طاعة يمكن أن تتجلى في صناعة المحتوى الدعوي، كما سيأتي:
- ب- العبودية لله تعالى بالدعوة إلى الله تعالى، والتعريف به وبالإسلام، والدعوة فرض كفاية على المسلمين، يجب عليهم أن يكون منهم من يقوم بها وإلا وقعوا في الإثم.
- ت- العبودية لله تعالى بالتعليم، وهو من أشرف العبادات، وتعليم العلم محتاج إلى صناعة المحتوى بوجه أو بآخر.
- ث- العبودية لله تعالى بالتربية، والتي تتداخل مع صناعة المحتوى في تطبيقات كثيرة، ويمكن صناعة المحتوى أبوابا لها.
- ج- العبودية لله تعالى بالقيام بواجب الحسبة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويدخل في ذلك الأمر بالواجب والمستحب، والنهي عن المحرم والمكروه، كما يدخل فيه الأمر بالمعروف قبل قيامه، وتثبيته بعد قيامه، والنهي عن المنكر قبل قيامه، وتغييره بعد قيامه.
- ح- العبودية لله تعالى بالدلالة على الخير، ولما فيه نفع الإسلام والمسلمين، وكلها عبودية لله تعالى.

2. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين الجدد:

- أ- تثبيت عبوديتهم لله تعالى خضوعا ومحبة وطاعة.
- ب- تذكيرهم بنعمة الله تعالى بدلالتهم على الإسلام.
- ت- ربط حياة المسلمين الجدد بالله تعالى، وبيان أن كل ما يفعله المسلم مما فيه نفع ديني وديني هو يفعله قرينة وعبادة.

- ث- بيان أن المحتوى هو باب عظيم لتعلم الإسلام، وتعميقه في النفس، واكتشاف محاسنه، وكشف الشبهات عنه.
- ج- حثهم على التفاعل الإيجابي مع كل محتوى دعوي.
- ح- تسهيل أبواب الخير على المسلمين الجدد، وبيان أن صناعة المحتوى تشمل أنواعا كثيرة كلها من أبواب العبادة، كما أن المساهمة والمعاونة على صناعتها أو نشرها عبادة أيضا.
- خ- التعاون معهم في استثمار ما لديهم من خبرات وتجارب قبل الإسلام وفي أول الإسلام، وأن المخزون السابق وإن كان في حياة ناقصة شرعا إلا أنه يمكن للمرء أن يتعبّد لله تعالى بتعريف الناس بالشر وتكريههم فيه.

3. الأهداف التفصيلية لشريحة غير المسلمين

- أ- بيان اقتضاء الأدلة النقلية والعقلية والفطرية وغيرها لعبودية الله تعالى.
- ب- التأكيد على حاجة النفس إلى العبودية، وهي حاجة ضرورية لا تسدها أي متع أو مخترعات حديثة أو أدوية طبية وعلاجات نفسية أو غيرها.
- ت- بيان أن العبودية -التي فيها الحياة والنجاة- لا تكون ولا تستقر إلا بعبودية إله واحد لا إله إلا هو، والذي اتصف بصفات الكمال والجمال.
- ث- بيان كمالات الإسلام في مجمل عباداته وتفصيلها.
- ج- الحوار معهم ودفعهم إلى الحوار النفسي مع أنفسهم في التفكير في سبب وجود هذا الكون، بما فيه من كمال وإحكام وتفصيل بالغة الدقة وبالغة الإدهاش، وأن الذي خلق هذا الكون الحكيم لا يمكن أن يكون بلا حكمة، أو يخلق بلا حكمة، وأن تلك الحكمة يدركها ذوو البصائر بأنه العبودية لله تعالى.

ح- بيان أن ما هم فيهم من عبودية إنما هي عبودية باطلة، وأنهم إن آمنوا بالله فعليهم أن يصدقوا ذلك بالعبودية له وحده، وإن لم يؤمنوا به فعليهم التفكير في صلاحية معبوداتهم للعبادة.

الهدف الأول: المساهمة في نشر الإسلام بين غير المسلمين

1. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين

- أ- حث المسلمين المهتمين بالدعوة أفرادًا ومؤسسات على التوسع في نشر الإسلام، وتعريفهم بالمناطق العديدة المجهولة التي لم يصلها الإسلام بعد.
- ب- المساهمة في إعداد المهتمين بالدعوة إعدادًا عصريًا يتناسب مع طبيعة المهمة وحجم التحدي والظروف الدولية الراهنة.
- ت- حث المسلمين الذين يعيشون في المجتمعات متعددة الأديان على الإيجابية واستشعار المسؤولية في الدعوة للدخول في الإسلام وإيصال الخير لمن حولهم.
- ث- تزويدهم بكل ما يحتاجونه للقيام بواجب الدعوة سواء على صعيد الثقافة الشرعية وجوانب عظمة الإسلام والمعارف المختلفة، أو على صعيد المهارات والأساليب الدعوية.
- ج- السعي لتطوير مفهوم العمل الخيري والإغاثي ليشمل الدعوة لنشر الإسلام من خلال: أ. توسيع رقعة عمل مؤسسات الإغاثة ليشمل غير المسلمين ومناطقه، و ب. حث المسلمين للتبرع لصالح مشاريع نشر الإسلام بين غير المسلمين.
- ح- إبراز محاسن الإسلام وحكمه التشريعية لترغيب غير المسلمين في الدخول فيه
- خ- السعي إلى تحسين الجانب الأخلاقي والسلوكي للمسلمين حتى يكونوا صورة حية للإسلام تسهم في نشره وتوسيع رقعته.

2. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين الجدد:

- أ- حث المسلمين الجدد على استشعار مسؤولياتهم في التعريف بالإسلام بين أهلهم وأقاربهم ومعارفهم ومجتمعاتهم.
- ب- حثهم على الإحسان إلى أهلهم وأقاربهم وجيرانهم والتواصل الإيجابي مع معارفهم ومجتمعاتهم رجاء إسلامهم.
- ت- حثهم على إبراز الأثر الإيجابي للإسلام عليهم في كافة جوانب حياتهم (سكينة وراحة، أخلاق وسلوكيات، فهم للحياة، الإيجابية في الحياة... الخ)
- ث- حثهم على نقل قصص إسلامهم ومراحلها وظروفها والصعوبات التي واجهتهم وكيف تغلبوا عليها.
- ج- دعوتهم إلى التعريف بالجوانب المضيئة في الإسلام والتي أثرت فيهم، والحرص على تقديمها لمن حولهم من غير المسلمين.
- ح- تزويدهم بأبرز ما يحتاجونه للقيام بنشر الإسلام سواء على صعيد الثقافة الشرعية والمواد الدعوية العصرية، أو على صعيد المهارات والسلوكيات والأخلاق والأساليب والأدوات الدعوية المؤثرة.
- خ- توجيههم للأولويات التي ينبغي التركيز عليها في دعوة غير المسلمين.
- د- حثهم على إبراز بطلان عقيدتهم السابقة بما تضمنته من سلبيات دفعتهم إلى البحث عن الدين الحق واعتناقه.
- ذ- حثهم على إبراز الأثر الإيجابي للإسلام على أنفسهم وعلى علاقاتهم بالآخرين وخصوصاً من حولهم.
- ر- حثهم على ذكر ما كان سبباً لإسلامهم من الشخصيات والمواقف والمعاني.

3. الأهداف التفصيلية لشريحة غير المسلمين

- أ- التأكيد على حتمية وجود خالق للكون والخلائق انسجاماً مع العقل والمنطق والعلم.

- ب- التأكيد على وحدانية الخالق، والتعريف بأسمائه الحسنى وصفاته العلاء، وما تضمنته من قدرة عظيمة وحكمة بالغة وعلم شامل وعدل كامل ورحمة واسعة.
- ت- التأكيد على أهمية إرسال الرسل، ومنزلتهم وصحة ما جاءوا به.
- ث- توضيح مفهوم الدين الإسلامي ورسالته وغاياته وتتميمه للرسالات السماوية السابقة له، وموافقته له في توحيد الخالق وإسعاد الخلق، وأنه جاء بالإيمان بجميع رسل الله السابقين له وتوقيرهم ومحبتهم.
- ج- توضيح تكامل وانسجام جميع جوانب حياة الإنسان في الإسلام بكل مراحلها بما يحقق لها التوازن والخيرية.
- ح- توضيح دور الإسلام في تحقيق الطمأنينة والاستقرار الروحي والنفسي للإنسان بما يقدمه من حلول وإجابات.
- خ- إبراز الفرق بين الإسلام كدين كامل وبين البشر الذين يؤمنون به، ويتفاوتون في الالتزام بما جاء فيه.
- د- التعريف بالمبادئ الأساسية للدين الإسلامي، والإرشاد لكيفية الدخول فيه.
- ذ- إبراز الجوانب التي يتفوق بها الإسلام كاحترام العقل وتوافقه مع الحقائق العلمية والفضيلة الإنسانية، وتواتر نقل القرآن الكريم.
- ر- بيان بطلان الأديان غير الإسلام وبيان ثغراتها وخوائها العلمي والروحي؛ ليدفع معتنقها إلى البحث عن الدين الحق وهو الإسلام.

الهدف الثاني: المساهمة في تثبيت المسلمين الجدد على الإسلام وتجنبيهم شر

الارتداد عنه:

1. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين

- أ- حث المسلمين على الاحتفاء بإخوانهم الجدد المهتمين للإسلام والترحيب الشديد بهم، ومساعدتهم بكل السبل الممكنة وفي كل المجالات.

- ب- تعريف المسلمين بشرائح المسلمين الجدد وظروفهم النفسية والمادية والاجتماعية، وكيفية التعامل معهم.
- ت- الدعوة إلى تقديم إرشادات فقهية وفكرية وسلوكية مستمرة للمسلمين الجدد، تساعدهم على مواجهة ظروفهم الجديدة.
- ث- دعوة المسلمين للعمل على إنشاء مؤسسات حاضنة تُعنى خصيصًا برعاية المسلمين الجدد في جميع أنحاء العالم.
- ج- الدعوة إلى إنشاء مواقع وشبكات تواصل اجتماعي على الإنترنت تهتم بشؤون المسلمين الجدد.
- ح- الدعوة إلى إنشاء مساجد جديدة في المناطق التي يزداد فيها عدد الداخلين في الإسلام.
- خ- الحرص على مصاحبة الأختار للمسلمين الجدد ومتابعتهم عن كثب، وعدم تركهم فريسة لأصحاب السوء.
- د- العمل على إنشاء منتديات للتواصل الاجتماعي المادي -وليس عبر الشبكات- بين المسلمين والمسلمين الجدد، عن طريق عقد لقاءات على فترات زمنية معينة؛ لمتابعة المسلمين الجدد وزيادة الأواصر والروابط بينهم وبين إخوانهم المسلمين.

2. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين الجدد:

- أ- توضيح أن الإسلام هو طريق الحق والنجاة، ويحتاج إلى الكثير من الصبر والتقوى والاحتساب، وتذكيرهم بقصص الأنبياء والصالحين وصبرهم وثباتهم.
- ب- دعوتهم لمفارقة ما عليه أهلهم ومجتمعاتهم من منكرات، والصبر على أذاهم والاجتهاد في دعوتهم إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة.
- ت- حضهم على التكافل فيما بينهم والسعي للتجمع المشترك مع غيرهم من المهتمين وتبادل الخبرات لمواجهة الظروف.

- ث- تعريفهم بالمراكز والمؤسسات الإسلامية المختصة ومواقع الإنترنت التي توفر خدمات لهم، وحثهم على التواصل معها للاستشارة والمساعدة.
- ج- السعي لتعميق فهمهم لأساسيات دينهم ولأركان الإيمان والإسلام ومقاصد الدين الحنيف، وتعريفهم بأبرز ما يحتاجونه من فهم فقهي للعبادات والمعاملات.
- ح- تقديم إرشادات اجتماعية ونفسية وسلوكية لهم وخاصة للشباب والفتيان، مع إيلاء اهتمام خاص بالمرأة لمساندتها على مواجهة ظروفها الجديدة.
- خ- تحذيرهم من الوقوع في الانحرافات الخارجة عن الإسلام والتي تقع فيها الفرق الضالة، والتحذير من نماذج المسلمين السيئة والذين لا يمثلون الإسلام بل يمثلون أنفسهم فقط.
- د- تعريفهم بقصص من أسلموا حديثاً، ثم تحولوا إلى دعاة إلى الإسلام في بلادهم وفي كل البلاد.

3. الأهداف التفصيلية لشريحة غير المسلمين

- أ- التأكيد على لزوم أن تجتهد العقول في اختيار دينها وفكرها ومعتقداتها وبذل الوسع في الوصول للحق في ذلك، وأن ذلك من احترام الإنسان لإنسانيته.
- ب- بيان محاسن الإسلام وكماله وما جاء به من حلول جذرية لكثير مما تعانيه البشرية اليوم من أزمات أخلاقية ونفسية واقتصادية واجتماعية.
- ت- حث غير المسلمين على تقبل أبناء جلدتهم الذين يهتدون للإسلام، واحترام رغبتهم وخياراتهم.
- ث- حثهم على تمكين المسلمين الجدد من أخذ كافة حقوقهم المادية والمعنوية، وعدم حرمانهم منها مجرد مخالفتهم في الدين.
- ج- عقد المقارنات بين الإسلام والمناهج غير الإسلامية في الجوانب المختلفة بغية إظهار ربانية الإسلام وكماله وإفلاس غيره من المناهج البشرية.

ح- بيان قبح إكراه الناس على الكفر أو الأخلاق الرذيلة وإظهار البون بين ما تدعيه المجتمعات غير المسلمة من حرية وبين طريقتها في محاصرة المهتدين للإسلام والتضييق عليهم.

خ- إبراز التحولات الإيجابية التي حصلت مع المهتدين والمسلمين الجدد على المستوى العملي والفكري والسلوكي، وبخاصة في الجوانب التي تعاني المجتمعات غير المسلمة من فقدها كبرّ الوالدين والإحسان إلى الأرحام والجيران والمحافظة على المرأة وعدم الإبتجار بها وامتثالها في الرذائل.

الهدف الثالث: العمل على تعميق إيمان المسلمين وزيادة تمسكهم بالإسلام:

1. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين

- أ- الترويج لمقاصد الشريعة والمنظومة الأخلاقية للإسلام، والتعريف بجوانب عظمته في عقيدة التوحيد المحررة للعقول من الأوهام والخرافات، والعبادات العظيمة التي تربط الإنسان بخالقه وتضبط له شؤونه وتعود بالمنافع الجليلة عليه في شؤونه كلها، والأخلاق النبيلة والآداب السامية، واشتماله على حلول لكافة المشكلات العصرية.
- ب- التعريف بصفات الله تعالى التي ترقق القلوب وتزيدها حبًا وخضوعًا لخالقها عز وجل، وبيان أثر الإيمان بها في حياة الفرد والمجتمع، وبمناقب الرسول الكريم -صلى الله عليه وسلم- وأخلاقه العظيمة وسيرته العطرة.
- ت- توفير المعلومات الأساسية عن الإسلام بصورة ميسرة، بحيث يتعرف المسلم على أسس عقيدته والسنة النبوية ومصادر التشريع الإسلامي.
- ث- بيان بديع خلق الله وعظمته في إبداع الكون والتي تزيد المسلم إيمانًا بربه وتسليماً لعظمته.
- ج- التعريف بالوقائع والأحداث التي تقوي الإيمان وتشحذ الهمم، والتذكير بأحوال الآخرة وأهوال الحساب والجنة والنار وما فيهما من نعيم وثواب أو عقاب وعذاب.

- ح- إبراز عدم مخالفة الحقائق العلمية وحاجات الإنسان في كل مكان وزمان لشريعة الإسلام، وإبراز إعجاز القرآن الكريم في شتى المجالات.
- خ- توضيح الظواهر والسلوكيات المنحرفة المنسوبة للدين، وأسباب تشكلها وكيفية التعامل معها.

2. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين الجدد:

- أ- الترويج لمقاصد الشريعة والمنظومة الأخلاقية للإسلام، والتعريف بجوانب عظمته في حضارته وأخلاقه وآدابه، واشتماله على حلول لكافة المشكلات العصرية.
- ب- التعريف بصفات الله تعالى التي ترقق القلوب وتزيدها حبًا وخضوعًا، وبمناقب الرسول الكريم -صلى الله عليه وسلم- وسيرته العطرة.
- ت- توفير المعلومات الأساسية عن الإسلام بصورة ميسرة، بحيث يتعرف المسلم على أسس عقيدته والسنة النبوية ومصادر التشريع الإسلامي.
- ث- بيان بديع خلق الله وعظمته في إبداع الكون والتي تزيد المسلم إيمانًا بربه وتسليماً لعظمته.
- ج- التعريف بالوقائع والأحداث التي تقوي الإيمان وتشحذ الهمم، والتذكير بأحوال الآخرة وأهوال الحساب والجنة والنار وما فيهما من نعيم وثواب أو عقاب وعذاب.
- ح- إبراز عدم مخالفة الحقائق العلمية وحاجات الإنسان في كل مكان وزمان لشريعة الإسلام، وإبراز إعجاز القرآن الكريم في شتى المجالات.
- خ- توضيح الظواهر والسلوكيات المنحرفة المنسوبة للدين، وأسباب تشكلها وكيفية التعامل معها.

الهدف الرابع: حث المسلمين على أن يكونوا قدوة لغيرهم (هداة مهديين لا ضالين ولا مضلين):

1. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين

- أ- الدعوة إلى التمسك بأخلاق الإسلام وبيان ما يترتب عليها من سلوك قويم مع النفس والأسرة وآثار إيجابية في المجتمع المحيط.
- ب- إبراز القدوة النموذج لكل المسلمين متمثلة في الأسوة الحسنة والرحمة للعالمين: الرسول الكريم عليه الصلاة والسلام، والدعوة للتأسي به ووراثة مهمته.
- ت- عرض صور من حياة الصحابة والتابعين وتابعيهم والمعاصرين، وكيف أسهم تعاملهم الصادق والأمين على دخول الناس في دين الله أفواجا.
- ث- الدعوة إلى علو الهمة والإتقان والإبداع والتميز في العلم والعمل، وتقديم الصورة الحسنة عن الإسلام والمسلمين.
- ج- التحذير من أن القدوة السيئة لا تقف عند من يقوم بها وإنما ترتبط في أذهان الناس بالإسلام الذي يدين به، وخطورة أن يتحمل المسلم وزر تنفير الناس من الإسلام.
- ح- توضيح أن التزام الأخلاق وإظهار القدوة الحسنة يحتاج إلى الكثير من الصبر والمصابرة والتضحية والمثابرة.
- خ- الحث على التفاعل الإيجابي مع القضايا الحيوية والإنسانية في المجتمع والوطن والأمة والبشرية بشكل عام بتقديم الرؤية الإسلامية الصحيحة دون مدهانة أو تنازل.
- د- بيان أن مسؤولية المسلم عظيمة في تبليغ دين الله للناس كما جاء به النبي صلى الله عليه وسلم دون تزييف أو تميع بسبب ضغط الواقع.
- ذ- نشر ثقافة الاستعلاء بالإسلام والاعتزاز بتشريعاته وهديه في كل صغيرة وكبيرة.
- ر- الحث على استهداف المرأة المسلمة لتكون قدوة لغيرها من النساء؛ نظرًا لأهمية هذه الفئة في الوقت الراهن، والمسؤولية الكبيرة الملقاة على عاتقها، ومن ثم نحتاج إلى إنتاج وتصميم محتوى دعوي خاص لها.

2. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين الجدد:

- أ- الدعوة إلى إظهار الأخلاق الحسنة والسلوكيات الحميدة التي اكتسبها بفعل دخولهم في الإسلام.
- ب- تأكيد أهمية القدوة الحسنة للفرد والمجتمع من حولهم، ولسمعة المسلمين والدين الذي دخلوا فيه، والتحذير من أن القدوة السيئة تصد الآخرين عن الهدى والنور.
- ت- إبراز القدوة النموذج لكل المسلمين متمثلة في الرسول الكريم عليه الصلاة والسلام، وكذلك صور من حياة الصحابة والتابعين.
- ث- تقديم أفكار عملية تطبيقية على كيفية التحول إلى قدوة حسنة، وتأكيد أهمية الإيجابية والتحذير من العزلة والتي تعطي صورة سلبية عن الدخول في الإسلام.
- ج- توضيح أن المهتدي الجديد هو أول المستفيدين من كونه قدوة حسنة لغيره على كل المستويات.

الهدف الخامس: المساهمة في الدفاع عن الإسلام ورد الشبهات:

1. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين

- أ- توضيح مفهوم الدفاع عن الإسلام ومقاصده، والتعريف بوسائله ومناهجه والجهات المسؤولة عنه ونتائجه المرجوة.
- ب- التأكيد على استحضار النية الصالحة والمقصد الحسن قبل الخوض في معالجة الشبهات، وأن ذلك من سبل الوقاية من شر تلك الشبهات والتوفيق في تزييفها.
- ت- بيان لزوم التضلع من العلم لمن رام الخوض في معالجة الشبهات والرد عليها، وأن التقصير في ذلك يجعل المتصدر يضر من حيث ظن النفع.
- ث- توضيح أن عدم اختيار الوسائل والمناهج الصحيحة للدفاع عن الإسلام قد يؤدي إلى فشل ذريع ونتائج غير محمودة.
- ج- إبراز الجوانب المضيئة في الإسلام وكونه يحترم العقل ويكرم "بني آدم"، والدعوة إلى الاعتداد بها وتقديمها للناس والعمل على إقناعهم بها.

- ح- الدعوة إلى الاعتزاز بالإسلام ليس أساساً كهوية قومية أو وطنية ولكن للحياة الطيبة في الدنيا وللنجاة في الآخرة.
- خ- التعريف بمفهوم الشبهات وأنواعها ومجالاتها، وتوضيح منهج التعامل معها والردود الخاصة بكل منها والسياسات الواجب اتباعها في ذلك، وتحديث الناس بما يعقلون.
- د- حث المسلمين على التبرُّع لإنشاء المراصد والمراكز المتخصصة في رصد الشبهات المثارة ضد الإسلام وتفنيدها والرد عليها.
- ذ- بيان وجوب التسليم لله ووحيه ولرسوله وسُنَّته؛ كحائط صد أولي وأساسي في وجه الشبهات.

2. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين الجدد:

- أ- توضيح المسؤولية الملقاة على المهتدي في الدفاع عن دينه الجديد (الإسلام) والوسائل والطرق المتبعة في ذلك.
- ب- التعريف بأهم الشبهات الموجهة للمسلمين الجدد وأسبابها ومن يقف وراءها ومقاصدهم وأفضل أساليب الرد عليها.
- ت- دعوة المسلمين الجدد للرد على العديد من الشبهات المثارة عنهم (وخصوصا المتعلقة بالمرأة وكرامتها واحترام الفكر والحريات)، وبيان زيف الدعايات والتهم الموجهة للإسلام في تلك الجوانب وأن أصحاب تلك الدعايات هم أكثر الناس وقوعا فيما يتهمون به الإسلام.
- ث- تعريف المهتدين بأبرز الجهات والمرجعيات والشخصيات المتصفة بالفهم والموثوقية والتي يمكن أن يستعينوا بها للرد على الشبهات المثارة ممن حولهم.
- ج- تعريف غير المسلمين بأبرز المراجع العلمية الموثوقية التي عالجت تلك الشبهات وحثهم على الاطلاع عليها عند اللزوم وعدم ترك النفس فريسة للشبهات.

3. الأهداف التفصيلية لشريحة غير المسلمين

- أ- الدعوة للتعامل بإنصاف مع الإسلام والتعرف عليه من المصادر الصحيحة له والسماع والاستفسار عنه من أهله الراشدين وليس من الجهات المغرضة.
- ب- توضيح دور المصالح الدولية والإقليمية والفتوية في صناعة الحملة على الإسلام واتهامه بما ليس فيه.
- ت- بيان أثر الإعلام المعاصر المملوك لجهات تعادي الإسلام - أو تجهل حقيقته في أحسن أحوالها - في نشر الأغاليط حوله.
- ث- التعريف بالجهات والرموز المتخصصين والمتميزين في الرد على الشبهات وتفنيدها، والترويج لهم ولأنشطتهم ومنتجاتهم.
- ج- العمل على تقديم المبررات المقنعة والردود السليمة على مختلف الشبهات، ومن أهمها:
- أسباب تأخر المسلمين وضعفهم وكثرة صراعاتهم.
 - موقف الإسلام من المرأة وحقوقها وعدالته في التعامل معها.
 - الجهاد في الإسلام حقيقته الشرعية ومقارنة تلك الحقيقة بالحروب التي وقعت بين الشعوب والأمم غير المسلمة على مر التاريخ.
 - موقف الإسلام من حقوق الإنسان، وبيان سبق الإسلام إلى تقرير ما هو حق من تلك الحقوق، والمعالجة الشرعية والعقلية لما يدعى أن من حقوق الإنسان اليوم وهو مصادم لفطرة الإنسان ولما جاءت به الرسل أجمعين.

الهدف السادس: المساهمة في العمل على نشر الفضائل والسلوك المستقيم:

1. الأهداف التفصيلية لشريحة المسلمين

- أ- التذكير بأن الإسلام ورسوله الكريم الذي "كان خلقه القرآن" جاء ليتمم مكارم الأخلاق.
- ب- التأكيد على الارتباط الوثيق بين الدين والخلق، وأن السلوك المستقيم دليل صحة الدين وقوة الإيمان.

- ت- توضيح أن النظام الأخلاقي والقيمي الذي جاء به الإسلام ليس له مثيل في أي شرائع أو نظم أو دساتير.
- ث- توضيح أن النظام الأخلاقي القيمي الإسلامي شامل جامع مانع لكل المخلوقات والموجودات والأفعال.
- ج- توضيح النتائج الإيجابية المترتبة على السلوك المستقيم والتحذير من النتائج الكارثية المترتبة على غيابه.

2. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين الجدد:

- أ- التذكير بأن الإسلام ورسوله الكريم الذي "كان خلقه القرآن" جاء ليتمم مكارم الأخلاق.
- ب- التأكيد على الارتباط الوثيق بين الدين والخلق، وأن السلوك المستقيم دليل صحة الدين وقوة الإيمان.
- ت- توضيح أن النظام الأخلاقي والقيمي الذي جاء به الإسلام ليس له مثيل في أي شرائع أو نظم أو دساتير.
- ث- توضيح أن النظام الأخلاقي القيمي الإسلامي شامل جامع مانع لكل المخلوقات والموجودات والأفعال.
- ج- توضيح النتائج الإيجابية المترتبة على السلوك المستقيم والتحذير من النتائج الكارثية المترتبة على غيابه.

3. الأهداف التفصيلية لشريعة غير المسلمين

- أ- حث البشر على نشر الفضائل والسلوك المستقيم لما في ذلك من مصلحة محققة للأفراد والمجتمعات، وخاصة قيم العدل والإحسان ونصرة المظلوم.
- ب- التأكيد على أن الأديان كافة جاءت بالحض على الفضيلة والاستقامة، وأن الإسلام جاء ليعزز هذا الاتجاه ويبني عليه.

ت- توضيح أن التناقض بين التعاليم الدينية وسلوك معتنقيها إنما يعيب هؤلاء الأفراد ولا يعيب التعاليم نفسها.

ث- إظهار سلبيات الانحراف عن الفضائل والسلوك المستقيم والنتائج الوخيمة التي عانت منها الشعوب بسبب ذلك.

الهدف السابع: العمل على نشر ثقافة العدل والإحسان ونصرة المظلوم والدفاع

عن المضطهدين في العالم:

1. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين

- أ- توضيح المقاصد الكلية للشرائع واكتمالها في الدين الإسلامي.
- ب- توضيح أن الاتباع الحق لتعاليم الإسلام يقود لتحقيق العدل بين البشر ويجنب البشرية مرارة الظلم والطغيان.
- ت- إبراز انفتاح المسلمين على المعارف الإنسانية وإسهاماتهم الكبيرة في الحضارة الإنسانية بشتى علومها.
- ث- إبراز المضامين والأمثلة العديدة من القرآن والسنة التي تؤكد على عدل الإسلام في معاملة أصحاب المعتقدات والتصورات المخالفة له، وحرصه على نشر ثقافة العدالة ونصرة المظلوم بين البشر.

2. الأهداف التفصيلية لشريعة المسلمين الجدد:

- أ- توضيح المقاصد الكلية للشرائع واكتمالها في الدين الإسلامي.
- ب- توضيح أن الاتباع الحق لتعاليم الإسلام يقود لتحقيق العدل والمساواة والسلام والمحبة والتعاون بين البشر.
- ت- إبراز انفتاح المسلمين على المعارف الإنسانية وإسهاماتهم الكبيرة في الحضارة الإنسانية بشتى علومها.

- ث- إبراز المضامين والأمثلة العديدة من القرآن والسنة التي تؤكد على تعايش الإسلام مع المعتقدات والتصورات المخالفة له، وحرصه على نشر السلام والمحبة بين البشر.
- ج- التأكيد على دور المسلمين الجدد كسفراء سلام ورسول محبة في مجتمعاتهم، والسعي لتعزيز وظيفتهم المحورية في فتح آفاق التواصل والتعاون بين الأمة الإسلامية وشعوبهم الأصلية.

3. الأهداف التفصيلية لشريحة غير المسلمين

- أ- توضيح أن تعاليم الإسلام ورسالاته الأساسية هي تحقيق السلم والسلام على كافة الأصعدة في الدنيا والآخرة.
- ب- إظهار مناقب الرسول الكريم (صلى الله عليه وسلم) وتسامحه ومحبته لهداية الناس وإسعادهم، فما هو إلا "رحمة للعالمين".
- ت- التأكيد على أن الاتباع الحق لتعاليم الإسلام يقود لتحقيق العدل والسلام والمحبة والتعاون بين البشر.
- ث- التحذير من الآثار السلبية قريبة المدى وبعيدة المدى المترتبة على تأجيج الخلافات والصراعات عبر تهمة إصاق الإرهاب بالإسلام والمسلمين.
- كما ورد في خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي الخاص بجمعية أصول المرجحات الواقعية للأولويات ودُكر فيها أنّ المرجحات التي مصدرها الواقع غير منحصرة.. وكل مرجح له تفرعاته الخاصة، ولهذا لا غنى للداعية مع الاجتهاد عن الاستعانة بالله تعالى وسؤاله الهداية.
- وقد جاء شرح المرجحات في الخارطة كالتالي:

مرجحات الأولوية المقيدة بالحال:	
المرجح الزماني	كترجيح الحديث عن عشر ذي الحجة في وقتها على غيرها
المرجح المكاني	كترجيح الحديث عن حرمة مكة وشرفها للقادمين إليها.
المرجح بحسب الشمول	فقد يرجح موضوع على آخر لما يظن من تحقيقه لشمول أكبر وأكثر من الجمهور، فموضوع يهم الناس أولى مما يهم فئة نخبوية صغيرة، وهذا

الحكم هو الأصل، إلا أنه قد يترجح التخصيص لعامل آخر كأهمية هؤلاء، أو قلة من يخاطبهم، أو كون التخصيص أعمق أثراً.	
فما يُعْرَضُ في خمس دقائق غير ما يُعْرَضُ في ساعة، غير ما يُعْرَضُ في حلقات منتظمة لمدة سنين.	بحسب المساحة الزمنية المتاحة:
فولاة الأمر أو ذوو الشأن قد يعدلون عن موضوع إلى آخر، فيعدلون عما فيه تبسط زائد مع الناس إلى ما فيه حديث عن مصالحهم.	المرجح بحسب مرسل المحتوى
فكل شخص يخاطب بما يصلح له، لاختلاف أحوال الناس وظروفهم ومن ذلك:	المرجح بحسب مستقبل المحتوى:
كالحديث مع غير المسلمين يختلف عن الحديث مع المسلمين، وكذلك من كان من أهل السنة أو صحيح الاستقامة عن غيره.	حسب الدين
فالموضوعات التي تهم المرأة غير التي تهم الرجل.	حسب الجنس
فالمتقدمون علمياً قد يهتمون بموضوعات لا تهم العامة.	حسب المستوى العلمي
فلكل مرحلة خصائصها من الطفولة، المراهقة، الشباب.	حسب العمر
فالعربي قد يفهم الحديث النبوي مجرداً، وأما غير العرب فيترجح لهم موضوعات أخرى.	حسب اللغة
فاختلاف البلدان الطبائع والاحتياجات والأنظمة مؤثر؛ وبلد فيه جماعة غير بلد آخر.	حسب البلد
فالمحتوى المقدم لعلية القوم غير المحتوى الشعبي.	حسب المنزلة الاجتماعية
أي حسب ظرف المستقبل الخاص القائم به، وهي أمور غير محصورة كظروفه الاجتماعية والصحية والمالية وغيرها.	حسب الظرف الخاص
وهي تشمل ما لم يذكر سابقاً من المرجحات المؤثرة في الأولوية، إذ المرجحات لكل حالة لا تنتهي	المرجح بحسب الحال

الأولويات حسب المقصد:

نموذج يوضح أهم مقاصد الشريعة، والتي توافقت عليها الشرائع والعقول، والتي بما صلاح أمر الدنيا والآخرة، مع ذكر بعض ما يندرج تحتها من المقاصد العامة، هذه المقاصد لم تثبت بدليل واحد؛ بل كل واحد منها ثبت بأدلة مختلفة، وهي مقاصد يتوجه المحتوى الدعوي باختلاف موضوعاته إلى حفظها ودفع ما يفسدها.

حفظ الدين
حفظ النفس
حفظ العرض والنسل
حفظ العقل
حفظ المال
حفظ الحقوق والأخلاق
"اعتمدت المقاصد الخمس الكبرى المشهورة والتي تترتب حسب الأهمية، مع إضافة ملحق: وهو الحقوق والأخلاق ليجمع ما لا يظهر اندراجه فيما سبق".

الفصل الخامس:

معوقات العمل الدعوي في جمعية أصول وسبل العلاج

وفيه ثلاثة مباحث

المبحث الأول: أبرز جوانب الضعف والتحديات في عمل جمعية أصول.

المبحث الثاني: أبرز جوانب القوة والفرص في عمل جمعية أصول

المبحث الثالث: استشراف مستقبل العمل الدعوي في جمعية أصول.

الفصل الخامس

معوقات العمل الدعوي في جمعية أصول وسبل العلاج

المبحث الأول

أبرز جوانب الضعف ووجود المخاطر في عمل جمعية أصول

كما أن للنظام المؤسسي وأثره على العمل الدعوي مزايا وفوائد، كذلك قد تظهر بعض الفجوات التي تعرض العمل الدعوي للخطر، "من تلك المميزات جماعية العمل والبعد عن الفردية في اتخاذ القرار، ولكن ثمة أزمة تحدث في الخفاء بتكوين جماعات الضغط الخاضعة لنفوذ شخص ما يملك قوى تأثير _أياً كان نوع القوى_ داخل المؤسسة، فيخرج القرار النهائي بشكل جماعي في الظاهر، لكنه من الداخل مبطن بفردية الشخص صاحب التأثير المسيطر، فحري بكل كيان دعوي أن يقف مع نفسه ويضبط بوصلته ويتذكر ثوابته التي انطلق منها، ويضع تقييماً لوضعه الحالي، بحيث لا يُفاجأ بأنه قد انسلخ من كل ثوابته وانحرف عن الطريق بسبب تركه ذلك التقييم، وإهماله معالجة الشروخ التي طرأت على العمل" (177).

كذلك من الفجوات التي قد يتعرض لها العمل الدعوي المؤسسي الانفصال المزمّن بين العمل الدعوي المؤسسي والفكر المؤسسي والذي ينتج عنها ما يلي:

1- حتمية وجود الاجتهادات الفردية وفشوها.

2- المحدودية في كل شيء داخل المؤسسة.

(177) عبد الرحمن ضاحي. الوجه الآخر لمأسسة العمل الدعوي. [مقال على موقع

aljazeera.net بتاريخ: 2016/9/21م].

- 3- عدم وضوح الأهداف للعاملين في المؤسسة.
- 4- عدم جاهزية المؤسسة لمواجهة الأزمات وانحيارها أو ربما في أحسن الأحوال ضعفها وتخطيطها.
- 5- فقدان التوجه السليم في اختيار الموارد البشرية المناسبة للمؤسسة.
- 6- افتقاد المؤسسة للاستقرار المالي والإداري؛ وذلك لافتقادها لنظم العمل.
- 7- عدم ضمان استمرارية العمل بكفاءة عالية.
- 8- عدم استفادة المؤسسة الدعوية من تجاربها السابقة وخبراتها المتراكمة؛ وذلك لافتقادها للعمل المؤسسي الذي من أهم مبادئه المتابعة المستمرة والتقييم المستمر والتقييم المستمر (178).

نستنتج أن أبرز جوانب مخاطر العمل الدعوي المؤسسي غياب الروح الجماعية وعليه فلا بد من مراجعة أساليب العمل الدعوي اليوم، كما أنه من الضروري العناية بتنمية الفكر الجماعي وأسلوب العمل المؤسسي المحكم الذي صار أسلوب القوة والتحدي في هذا الزمان، ويكفي برهاناً من الواقع أن الدول الكبرى في الوقت الحالي دول مؤسسية ليست مرتبطة ارتباطاً كلياً بالأفراد (179). (180)

ولقد كان المنهج العلمي الواضح معلماً بارزاً لجمعية أصول منذ اللحظة الأولى لعمله؛ فقبل البدء في بناء التصور المؤسسي قام فريق عمل الجمعية بدراسة عدد كبير من

(178) عبد العزيز العمري. من مآسي الانفصال المزمين بين العمل الدعوي والفكر المؤسسي.

[مقال من موقع <http://saaid.org> بتاريخ: 2/ربيع الأول/1436هـ].

(179) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي معناه ومقومات نجاحه. (ص 46).

(180) عبد الحكيم بن محمد بلال. العمل المؤسسي معناه ومقومات نجاحه. (ص 46).

المنتجات الدعوية بعدة لغات، عبر إجراء مجموعة من الاستبيانات والدراسات الميدانية لقياس جودة المحتوى من جميع النواحي.

وقد أكدت تلك الدراسات واللقاءات والاستشارات الحاجة الماسة لقيام كيان متكامل يهتم بصناعة المحتوى الدعوي والدراسات الدعوية والتعليم، وقد ظهر بعد الدراسة أن الدواعي التي توجب إقامته كثيرة ومتنوعة، لكن من أهمها ثلاثة أمور:

أولاً: أن المحتوى الدعوي المميز من كتب ومقاطع مرئية مملوك لجهات تحتفظ بحقوق نشره وتوزيعه؛ مما يؤثر على اتساع دائرة انتشاره، فكان لذلك تأسيس جمعية أصول حتى تكون كل منتجاته موقوفة ومسبلة للمسلمين جميعاً، وألا يُحتفظ بحقوق نشر أي منتج منها، طالما راعى ناشره الضوابط الآتية:

1- عدم التغيير في المحتوى المصنوع من جمعية.

2- الإشارة إلى مصدر المنتج.

3- الالتزام بمعايير الجودة التي وضعها جمعية حال الطباعة.

ثانياً: الضعف الذي ثبت بالبراهين في قدر من ذلك المحتوى الموجود، وهذا الضعف تجلّى في عدة صور:

1- ضعف في ناحية الدقة العلمية والضبط الشرعي للمحتوى ثم مناسبة المحتوى لثقافة

المدعويين وطرائق تفكيرهم؛ وهو ضعف لا يمكن جبره إلا بوضع ضوابط شرعية

وعلمية واضحة لصناع المحتوى تعالج أماكن الاشتباه ومواطن الزلل بعلم وإنصاف،

ثم دراسة اللغات والموضوعات دراسة فاحصة قبل الشروع في صناعة المحتوى

الدعوي المناسب لها، وهذا ما قام به جمعية في مشروعين مهمين هما:

* وثيقة الضوابط الشرعية للمحتوى الدعوي.

* سلسلة دراسات الدول، التي يصدرها جمعية أصول الدراسات، وتنتشر تباعاً في المستودع الدعوي الرقمي.

2- ضعف في ناحية جودة الترجمة وإتقانها، وهو ضعف يمكن جبره بصياغة محددات علمية صارمة للشروط الواجب توفرها في المترجمين، وللأساليب المثلى لترجمة المحتوى الدعوي، من قبل مختصين في هذا الحقل، وهذا ما عمل جمعية على إعداده بالفعل في وثيقة ضوابط الترجمة.

ضعف في النواحي الفنية والشكلية وترك مسaire التطور الكبير في تصميم وإخراج المواد المقروءة والمرئية والمسموعة، وجبر هذا الضعف يكون بصياغة معايير وضوابط لهذه الجوانب مستمدة من روح العصر ومنضبطة بضوابط الشرع، وتطبيقها في منتجات دعوية، وتعميمها على صناعات المحتوى؛ لينتفعوا بها فيما يقدمونه، وبهذا قد جعل جمعية من الأصول المرعية معالجة جوانب الضعف الثلاثة، وتقديم الحلول المناسبة لكل جانب منها بطريقة علمية مؤسسية.

3- ضعف في النواحي الفنية والشكلية وترك مسaire التطور الكبير في تصميم وإخراج المواد المقروءة والمرئية والمسموعة، وجبر هذا الضعف يكون بصياغة معايير وضوابط لهذا الجوانب مستمدة من روح العصر ومنضبطة بضوابط الشرع، وتطبيقها في منتجات دعوية، وتعميمها على صناعات المحتوى؛ لينتفعوا بها فيما يقدمونه.

وبهذا تكون الجمعية قد جعلنا من الأصول المرعية لها معالجة جوانب الضعف، وتقديم الحلول المناسبة لكل جانب منها بطريقة علمية مؤسسية.

ثالثاً: قلة الكيانات العالمية المختصة بصناعة المحتوى الدعوي باللغات، ووجود مثل هذه الكيانات وتعددتها في أمر تمس الحاجة إليه؛ للارتقاء بصناعة المحتوى، وتعميم ثقافة الجودة في هذا الحقل من العمل الإسلامي، فلقد ظهر للعمل المؤسسي من

الثمرات ما لا تحطئه عين، وأهل الدعوة الإسلامية من أحوج الناس للنهوض بمشروعات مؤسسية تقابل المد الجارف لمشروعات الهدم والتضليل، وبعد ذلك تم إجراء عدد كبير من اللقاءات مع خبراء وأكاديميين في مجالي الدعوة والإدارة، وعُرض عليهم دوافع إقامة جمعية والتصور الذي بُني له، وتم الاستفادة من ملحوظاتهم واقتراحاتهم التي أثرت المشروع، حيث انطلق بحمد الله بخطوات ثابتة في طريق واضح نحو غاية محددة (181).

فوضعنا للجمعية ثلاثة مجالات عمل؛ يتفرّع من كل مجال منها مجموعة من الوحدات على النحو التالي:

فالمجال الرئيس لعمل الجمعية (Core Business) هو مجال المحتوى؛ ويشمل تسع وحدات:

- 1- خدمة القرآن الكريم.
- 2- خدمة السنة النبوية.
- 3- خدمة اللغة العربية.
- 4- الكتب الدعوية.
- 5- اللوحات الدعوية.
- 6- الأفلام الدعوية.
- 7- الصوتيات الدعوية.
- 8- المواقع الدعوية.
- 9- الحوار الدعوي.

(181) من خلال زيارات وجلسات مع فريق جمعية أصول.

والمجال الثاني: لعمل جمعية هو أصول الدراسات؛ ويتفرع عنه:

1- الأبحاث والدراسات.

2- الرصد المعلوماتي.

3- المستودع الرقمي.

والمجال الثالث: هو أصول التعليم؛ ويتفرع عنه:

1- المناهج التعليمية.

2- التدريب والتأهيل.

3- المنصات التعليمية.

هذه المجالات الثلاثة جاءت بعد دراسة لمتطلبات المستفيدين من عمل جمعية بعد تحديد احتياجاتهم على ما سبق بيانه، وكل مجال من المجالات الثلاثة قابل للاستقلال بحيث يكون جمعية مستقلاً.

وعلى رأس هذه المنظومة تقع القيادة والإشراف بأقسامها: إدارة المعرفة، وإدارة التخطيط والتطوير، وإدارة التنمية والاستدامة.

وتكتمل المنظومة بالخدمات المساندة التي تضطلع بدور مهم في النهوض بالعمل ومساندة وحداته، والتنسيق مع الجهات الخارجية؛ وأقسامها خمسة: الشراكات، والعلاقات، والتصميم والإعلام، وإدارة التقنية، والشؤون المالية، والشؤون الإدارية⁽¹⁸²⁾.

ويبدو أن الوسيلة الأولى لنجاح المشروعات الدعوية الإلكترونية في عملها، تقوم على أساس الالتزام بالضوابط الشرعية، ثم بعد ذلك باتباع الأسلوب العلمي في التخطيط والتنفيذ، والاهتمام بالمهارات الفنية وتطويرها، والالتزام بمعايير الجودة، واستطلاع آراء الخبراء والدعاة

(182) من خلال زيارات وجلسات مع فريق جمعية أصول

والمدعوين، حتى يمكن من تحقيق أكبر أثر للرسالة الإعلامية، والوسيلة لها حكم الغاية والمقصد من استخدامها، والمقاصد الحسنة والغايات السامية تتطلب التألق في استخدام الوسائل المناسبة، وكل هذا يمثل سياسة عمل جمعية أصول ومنهجه (183).

(183) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر. بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم. دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية. [مرجع سابق]. (ص

.(250)

المبحث الثاني

أبرز جوانب القوة وتوفر الفرص في جمعية أصول

في هذا الفصل سنتطرق حول جوانب القوة والفرص وجوانب التحديات والضعف لدى الجمعية.

وقد قام الباحث بعمل استبيان عن جمعية أصول وتم توزيعه على عينة من القادة في

جمعية أصول من العاملين في الجمعية وجاء في بداية الاستبيان:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته بين يديك استبيان ذو أهمية علمية، ومدرجة إن شاء الله تعالى في بحث أكاديمي، يعرض أسئلة مختصرة لكنها ذات أثر عن جمعية أصول، نرجو الإجابة عليه، شاكرين لك سلفاً اهتمامك وإجابتك:
الجزء الأول: جمعية أصول: من خلال معرفتك بمشروعات أصول نرجو الإجابة على العناصر التالية:
1. ما أهم نقاط القوة في جمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات" 2. ما أهم نقاط الضعف في جمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات" 3. ما أهم نقاط الفرص المتوقعة لجمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات" 4. ما أهم نقاط التحدي المتوقعة لجمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات" 5. ما القيمة المضافة التي تميزت بها جمعية أصول؟ اذكرها بالتفصيل قدر الإمكان "سؤال تحريري" 6. ما أهم الوسائل الدعوية التي تستخدمها جمعية أصول أو تقترحها لها؟ اذكرها بالتفصيل قدر الإمكان "سؤال تحريري" 7. ما التوقع لمستقبل أصول؟ اكتب بما تراه مناسباً لرؤية الجمعية من وجهة نظرك "سؤال تحريري" 8. ما أهم عوامل نجاح وتميز العمل المؤسسي التي ينبغي أن توجد أو تحافظ عليها جمعية أصول؟ "سؤال تحريري" 9. ما أهم أصناف المدعوين المقترحين للجمعية الذين لهم الأولوية للعمل معهم في الجمعية؟ "سؤال مع خيارات" 10. اكتب ما تريده لتطوير الجمعية من مقترحات وتطلعات؟ وستكون محل الاطلاع والنظر للاستفادة منها. "سؤال تحريري"

نلاحظ من خلال الاستبيان الذي بين أيدينا وبما فيه من أسئلة أنه يحيط بكل تفاصيل

الرسالة التي سبق وعملنا عليها بفصولها الخمسة.

فيتضمن الاستبيان أسئلة وأجوبة عن أهم نقاط القوة والضعف في جمعية أصول، وأهم نقاط الفرص والتحديات المتوقعة للجمعية، وأهم الوسائل الدعوية المستخدمة فيها، مع السؤال عن الرؤية المتوقعة لمستقبل أصول، وما هي أهم عوامل نجاح وتميز العمل المؤسسي فيها، وما هي أصناف المدعوين الذين تتوجه إليهم أصول، بالإضافة إلى فتح باب المقترحات والتطلعات التي يمكن أن تطور من عمل جمعية أصول وتنهض به.

كل هذه الأسئلة تم توزيعها على عينة من القادة في جمعية أصول من العاملين في الجمعية، وتمت الإجابة عنها مع بيان النسبة المئوية التي حُسبت على أساس عدد المشاركين في الاستبيان، وقُسمت الأسئلة إلى نوعين؛ إما أن يكون سؤالاً مع خيارات، أو أن يكون سؤالاً تحريراً يعبر فيه المسؤول عنه بأسلوبه وما يراه مناسباً للإجابة.

وفيما يلي كل سؤال مع تحليل للإجابات من القادة:

السؤال الأول: ما أهم نقاط القوة في جمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات"	
عدد الإجابات: 19	
الإجابات:	
- الاحترافية والابتكار (16) - (84.2%)	
- الخبرة (15) - (78.9%)	
- خدمة اللغات المختلفة (14) - (73.7%)	
- وجود القائد (14) - (73.7%)	
- الجودة (13) - (68.4%)	
- الموثوقية (13) - (68.4%)	
- استثمار الأدوات التقنية (13) - (68.4%)	
- وقفية المعرفة (11) - (57.9%)	
- الدراسات المقدمة (11) - (57.9%)	
- الجمالية الشكلية (9) - (47.4%)	
- الاحتساب (9) - (47.4%)	
- الشراكات الفعالة (7) - (36.8%)	

- العمل الجماعي (6) - (3136%).
- وجود المقر وجودته (5) - (26.3%).
- إجابات إضافية من المشاركين: "غير ذلك".
- (التركيز على المحتوى + التخطيط الاستراتيجي (1) - (5.3%).
- النظرة الشمولية للدعوة + مواكبة التحديات + الإدارة المفتوحة (1) - (5.3%).

أما بالنسبة للسؤال الأول؛ فقد كان سؤالاً مع خيارات، وقد كان عدد الإجابات (19) إجابة، في مقدمتها الاحترافية والابتكار، وقد أعطتها الأولوية في الإجابة (16) مشاركاً من المشاركين في الاستبيان؛ أي بنسبة (84,2%)، يليها الخبرة بإجابة (15) مشاركاً؛ أي بنسبة (78,9%)، ثم (14) أجابوا بخدمة اللغات المختلفة ووجود القائد؛ أي بنسبة (73,7%)، لتأتي الجودة والموثوقية واستثمار الأدوات التقنية بالنسبة نفسها (68,4%) بمشاركة (13)، ثم وقيمة المعرفة والدراسات المقدمة بإجابة (11) مشاركاً؛ أي بنسبة (57,9%)، ثم الجمالية الشكلية والاحتساب بنسبة (31,36%)، ووجود المقر وجودته بنسبة (26,3%)، وقد كان مجموع هذه الخيارات المطروحة من قبل الباحث على المشاركين في الاستبيان أربعة عشر خياراً، أضاف المشاركون خمس إجابات عليهم تتمثل في: التركيز على المحتوى، والتخطيط الاستراتيجي، والنظرة الشمولية للدعوة، ومواكبة التحديات، والإدارة المفتوحة، بمعدل إجابة واحدة فقط من المشاركين، وبنسبة (5,3%).

نستنج مما سبق أنهم أولوا أهمية للاحترافية والابتكار وخدمة اللغات المختلفة ووجود القائد، كأهم نقاط القوة في جمعية أصول، بينما كانت الجمالية الشكلية ووجود المقر آخر ما ركزوا عليه في إجاباتهم.

السؤال الثاني: ما أهم نقاط الضعف في جمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات"
عدد الإجابات: 19
الإجابات:

- ضعف التسويق (15) - (78.9%).
- صعوبة وصول المستفيد لغرضه من المنتجات (8) - (42.1%).
- وجود مواد معرفية تحتاج لتحديث ومراجعة (8) - (42.1%).
- ضخامة المشاريع وتنوعها (7) - (36.8%).
- وجود تطبيقات تحتاج لصيانة تقنية (6) - (31.6%).
- مجالات العمل غير واضحة (4) - (21.1%).
- عدم تجانس وقدرة فريق العمل لتحقيق الرؤية (2) - (10.5%).
- ضعف القيادة (0) - (0%).
- خلل في الحوكمة (0) - (0%).
- ضعف الابتكار والتميز المؤسسي (0) - (0%).
- **إجابات إضافية من المشاركين: "غير ذلك".**
- ضعف الدعم المادي (1) - (5.3%).
- الجودة وضبط المشاريع (1) - (5.3%).
- الحاجة إلى وجود صفٍّ ثانٍ يحمل رسالة الجمعية (1) - (5.3%).
- قياس الجودة يمكن أن يصبح أكثر منهجية وقياس الفائدة المحققة (1) - (5.3%).

أما السؤال ثاني؛ فقد كان كذلك سؤال خيارات، وقد كان عدد الإجابات (19) إجابة، في مقدمتها ضعف التسويق، بإجابة (15) من المشاركين؛ أي: بنسبة (78,9%)، يليها صعوبة وصول المستفيد لغرضه من المنتجات، ووجود مواد معرفية تحتاج لتحديث ومراجعة بإجابة (8) من المشاركين؛ أي: بنسبة (42.1%)، يليها ضخامة المشاريع وتنوعها بإجابة (7)؛ أي: بنسبة (36.8%)، وأجاب (6) بوجود تطبيقات تحتاج لصيانة تقنية؛ أي: بنسبة (31.6%)، أما مجالات العمل غير واضحة؛ فقد أجاب عنها (4)؛ أي: بنسبة (21.1%)، لتختتم إجابتان بعدم تجانس وقدرة فريق العمل لتحقيق الرؤية؛ أي: بنسبة (10,5%) الإجابات، ويكون صفر إجابة من نصيب كل من ضعف القيادة، وخلل في الحوكمة، وضعف الابتكار والتميز المؤسسي.

وقد أضاف المشاركون على الخيارات المطروحة من قبل الباحث الإجابات التالية:

ضعف الدعم المادي، والجودة وضبط المشاريع، والحاجة إلى وجود صفٍّ ثانٍ يحمل رسالة الجمعية، وقياس الجودة يمكن أن يصبح أكثر منهجية وقياس الفائدة المحققة بمعدل مشارك واحد أجب بـكل واحدة منها؛ أي: بنسبة (5.3%).

نستنج مما سبق أن ضعف التسويق من أهم نقاط الضعف في عمل جمعية أصول، بينما ضعف القيادة، والخلل في الحوكمة، وضعف الابتكار والتميز المؤسسي لم ينل شيئاً من الإجابات وهذا شبه إجماع من المشاركين في الإجابات أنها ليست من نقاط الضعف في عمل جمعية أصول.

السؤال الثالث: ما أهم نقاط الفرص المتوقعة لجمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات"

عدد الإجابات: 19

الإجابات:

- الفرص التقنية (18) - (94.7%).
- التواصل العالمي (13) - (68.4%).
- بناء بيت خبرة (13) - (68.4%).
- الشراكة القوية مع القطاع الخاص (11) - (57.9%).
- دعم رؤية 2030 في خدمة السياح (10) - (52.6%).
- تطور القطاع غير الربحي (9) - (47.4%).
- الشراكات القوية مع القطاع العام (8) - (42.1%).
- دعم رؤية 2030 للتطوع (7) - (36.8%).
- إجابات إضافية من المشاركين: "غير ذلك".
- إيجاد فروع خارجية (1) - (5.3%).
- يصبح أصول مرجعية إسلامية عالمية، شراكات مع المنظمات الإسلامية والأمية، منصة وتطبيقات ربحية (1) - (5.3%).

بالنسبة للسؤال الثالث وتحليل إجاباته فكانت كالتالي:

عُدَّت الفرص التقنية من أهم نقاط الفرص المتوقعة لجمعية أصول، حيث أجاب عنها (18) من المشاركين؛ أي: بنسبة (94.7%)، وأجاب (13) من المشاركين بالتواصل العالمي، وبناء بيت خبرة؛ أي: بنسبة (68.4%)، وأجاب (11) بالشراكة القوية مع القطاع الخاص؛ أي: بنسبة (57.9%)، بينما أجاب (10) بدعم رؤية 2030 في خدمة السياح؛ أي: بنسبة (52.6%)، و(9) بتطور القطاع غير الربحي؛ أي: بنسبة (47.4%)، و(8) بالشراكات القوية مع القطاع العام؛ أي: بنسبة (42.1%)، و(7) بدعم رؤية 2030 للتطوع؛ أي: بنسبة (36.8%).

بينما أضاف المشاركون على الخيارات المطروحة من قبل الباحث: إيجاد فروع خارجية، يصبح أصول مرجعية إسلامية عالمية، وشراكات مع المنظمات الإسلامية والأمية، ومنصة وتطبيقات ربحية، بمعدل إجابة واحدة؛ أي: بنسبة (5.3%) نلاحظ التدرج في الإجابات عن هذا السؤال، فقد تصدرت الفرص التقنية الإجابات بنسبة (94,7%)، لتتناوب بعدها الإجابات بفارق إجابة واحدة في كل منها.

السؤال الرابع: ما أهم نقاط التحدي المتوقعة لجمعية أصول؟ "سؤال مع خيارات" عدد الإجابات: 19
الإجابات:
- أوقاف تغطي احتياجات الجمعية (17) - (89.5%)
- الكوادر البشرية المؤهلة (16) - (84.2%)
- توسع منتجات جمعية أصول والحاجة لمتابعتها (14) - (73.7%)
- الدعم المادي المستمر (14) - (73.7%)
- اعتماد أصول على التقنية وما تتطلبه من احتياجات (11) - (57.9%)
- مجلس إدارة قوي وفعال (6) - (31.6%)
- تطلع المستفيدين - خصوصًا من لغات أخرى - لمنتجات جديدة (5) - (26.3%)
- مطالبات بعض مستخدمي أصول منها بأكثر من طاقتها أو ما ليس من تخصصها. (4) - (21.1%)
إجابات إضافية من المشاركين: "غير ذلك"

- إيجاد قيادات فعالة في الصف الأول والثاني كي لا يكون العمل متوقفًا على جهد شخص واحد وعطائه
(1) - (5.3%)

أما بالنسبة لسؤال نقاط التحدي المتوقعة لجمعية أصول؛ فقد جاءت إجابة أوقاف تغطي احتياجات الجمعية في مقدمة الإجابات، بإجابة (17) من المشاركين؛ أي: بنسبة (89.5%)، ليلها مباشرة الكوادر البشرية المؤهلة بإجابة (16) من المشاركين؛ أي: بنسبة (84.2%)، ليتفق (14) من المشاركين على توسع منتجات جمعية أصول والحاجة لمتابعتها، والدعم المادي المستمر؛ أي: بنسبة (73.7%)، ثم (11) من المشاركين أجابوا باعتماد أصول على التقنية وما تتطلبه من احتياجات؛ أي: بنسبة (57.9%)، لتتدرج بعدها الإجابات بفارق إجابة واحدة على كلٍ منها، فأجاب (6) بمجلس إدارة قوي وفعال؛ أي: بنسبة (31.6%)، و(5) بتطلع المستفيدين - خصوصًا من لغات أخرى - لمنتجات جديدة؛ أي: بنسبة (26.3%)، و(4) بمطالبات بعض مستفيدي أصول منها بأكثر من طاقتها أو ما ليس من تخصصها؛ أي: بنسبة (21.1%).

وقد أضاف المشاركون على الخيارات المطروحة من قبل الباحث:

إيجاد قيادات فعالة في الصف الأول والثاني كي لا يكون العمل متوقفًا على جهد شخص واحد وعطائه، بإجابة شخص واحد؛ أي: بنسبة (5.3%).

السؤال الخامس: ما القيمة المضافة التي تميزت بها جمعية أصول؟ اذكرها بالتفصيل قدر الإمكان "سؤال تحريري"	
عدد الإجابات: 16	
الإجابات:	
1-	تنوع التخصصات الشرعية والعلمية.
2-	الابتكار سواء في الأساليب أو في الأفكار.
3-	إثراء وتنوع المحتوى الدعوي غير العربي.
4-	الجودة.
5-	إنتاج المحتوى الدعوي المتميز.

6-	علاقات مع المانحين.
7-	تعدد اللغات.
8-	توفير محتوى دعوى رقمي احترافي.
9-	تنوع المشاريع.
10-	الانفتاح للأفكار الجديدة وتشجيعها.
11-	نظم إدارة المشاريع والعناية بالتقنية والجمالية.
12-	رئيسها ثم رئيسها، النظرة الناقبة، اتساع المنصة الأسطوري، العلمية والمعلوماتية في اتخاذ القرارات، الإمكانيات التقنية، الانفتاح التقني والإداري لدى الإدارة، التكنوقراطية (احترام التخصصات والخبرات)، الثقة بها من الناحية العلمية والدينية والمالية من الكوادر.
13-	تلبية احتياجات الساحة الدعوية بشكل أفضل ومتميز مقارنة بآخرين في الساحة الدعوية رغم امتلاكهم استدامة مالية مستمرة ودعمًا أكبر بكثير من أصول.
14-	التركيز على المنتجات بجودة عالية بصورة تتجاوز توقعات الداعم والمستفيد، استقلالية المواقع والمشاريع.
15-	ما يميز أصول مواكبتها التطور المستمر ومحاولاتها المستمرة في مواكبة التقنية الدعوية بكل أشكالها.
16-	الابتكار من خلال:
أ-	تحديد احتياجات الشرائح المستهدفة.
ب-	تنوع مجالات المشاريع.
ت-	ثراء المحتوى.
ث-	جاذبية المنتجات وجودتها.
ج-	التعاون مع فرق عمل محترفة.

بالنسبة للسؤال الخامس، لم يعتمد الباحث على الخيارات والنسب المئوية، بل جعل الجواب مفتوحاً للمشاركين في الاستبيان، فذكروا بالتفصيل ما هي القيمة المضافة التي تميزت بها جمعية أصول، وقد كانت الإجابات كلها تدور في فلك الإيجابيات التي تميزت بها جمعية أصول أو يمكن القول بها فاقت أقرانها من الجمعيات والمؤسسات الدعوية.

السؤال السادس: ما أهم الوسائل الدعوية التي تستخدمها جمعية أصول أو تقترحها

لها؟ اذكرها بالتفصيل قدر الإمكان "سؤال تحريري"

عدد الإجابات: 15

المقترحات	أهم الوسائل الدعوية
1-زيادة الاهتمام بالكتيبات المختصرة	1- المحتوى الوثوق

2- استخدام برمجيات تقنية جديدة	المواقع الالكترونية والمنصات التعليمية	-2
3- أفلام كرتون	التقنية	-3
4- التركيز على الطفل والقيادات	التواصل الاجتماعي	-4
5- أن تهتم أكثر بالإعلام والتسويق	التركيز على العمل الرقمي المرئي والمقروء والحوار المباشر	-5
	أهم الوسائل في نظري هي المقاطع المرئية لأنها الأكثر متابعة في عصرنا.	-6
	تفعيل المفاهيم التقنية الحديثة في خدمة المحتوى مثل الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والواقع الافتراضي والمعزز واستثمار الخبراء التقنيين في كل مجال على حدة	-7
	إنتاج المحتوى المرئي كان متميزاً جداً وأنصح بتخصيص نسبة من أي مشروع لتسويق الإعلام مثل الفيديوهات	-8
	التوسع في التسويق عبر الفيس بوك باستهداف مناطق بعينها	-9
	الاستفادة من كل الوسائل الحديثة، ومستجدات العصر في الدعوة، وكل ما يُستجد من وسائل وتقنيات حديثة، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها	-10

أما بالنسبة لسؤال الوسائل الدعوية فقد انقسمت الإجابات بين ذكر لأهم الوسائل الدعوية التي استخدمتها جمعية أصول، وبين ذكر لمقترحات لوسائل ممكن أن تستفيد منها أصول وتكون سبباً في تطوير عملها.

نلاحظ من خلال الإجابات أن أهم الوسائل تتعلق بالأمر التقنية والالكترونية والشابكة وكيف يمكن تسخيرها وتطويرها كوسيلة دعوية تعود بالنفع على جمعية أصول والمستهدفين في دعوتها.

السؤال السابع: ما التوقع لمستقبل أصول؟ اكتب بما تراه مناسباً لرؤية الجمعية من وجهة نظرك "سؤال تحريري"	عدد الإجابات: 16
الإجابات:	
1- العالمية.	
2- ستكون من أكبر الجمعيات في المملكة بإذن الله.	

3-	الريادة في توفير المحتوى الإسلامي الاحترافي الوقفي.
4-	الاتجاه للتجارة لتغطية التكاليف.
5-	أن تكون مرجعاً موثقاً للدعوة الى الله.
6-	رائدة في المحتوى الدعوي.
7-	في حال توفر بيئة العمل الآمنة (سلامة الوضع النظامي)، والتحول للعمل المؤسسي، وتوفير الإمكانيات المادية، والاستمرار في مستوى الأداء الحالي، وحل مشكلة التسويق فأتوقع ارتفاع أسهم الجمعية على مستوى الجهات الصديقة والمستفيد النهائي على مستوى العالم.
8-	خدمة أصول الإسلام من الكتاب والسنة.
9-	جمعية تقود مجال إثراء المحتوى الدعوى في قطاع الدعوة.
10-	بيت خبرة - وجهة تنسيقية الكيانات الدعوية.
11-	أتوقع مستقبلاً مشرقاً للجمعية بعد توفيق الله في ظل وجود هذا الفريق المتميز في الجمعية.
12-	تدويلها.
13-	أتوقع مع التركيز ستصل لمكانة متقدمة.
14-	سيسد فجوة في العمل الدعوي بعيداً عن وصاية الوزارة، فتح نوافذ جديدة للعمل الدعوي خاصة الأسرة والطفل والمرأة.
15-	إذا سارت أصول على هذا النحو مع التركيز والتأني في دراسة وتنفيذ المشاريع بجودة عالية لأصبحت بمرتبة عالية من الجودة والإتقان.
16-	التوسع وإيجاد فروع ومشاريع كمراكز مستقلة.

أما هذا السؤال؛ فهو استشراف لمستقبل أصول وتوقع كيف ستكون في المستقبل وما

هي الأمور التي ستنجح بها وتبدع في مجالها.

السؤال الثامن: ما أهم عوامل نجاح وتميز العمل المؤسسي التي ينبغي أن توجد أو تحافظ عليها جمعية أصول؟ "سؤال تحريري"	
عدد الإجابات: 15	
الإجابات:	
1-	استقطاب الكوادر العلمية المتميزة.
2-	أن يكون لديها فريق عمل مكثي يتفرغ.
3-	النية الطيبة، الالتزام بمنهج أهل السنة، العمل عن علم (بصيرة)، الاهتمام بالتخطيط.
4-	مجالس إدارة قوية - فريق كبير متفرغ.
5-	روح الفريق الواحد.
6-	استخدام التقنية.

7-	العمل المؤسسي عكس الفردي، ومن وجهة نظري فإن النجاح الكبير للجمعية مرتبط في النهاية بشخص واحد، فتحتاج الجمعية للانتقال من العمل الفردي للعمل المؤسسي توفير قيادات "دائمة" في الصفين الأول والثاني.
8-	تنفيذ الخطط والأهداف.
9-	تميز فريق العمل وتجانسهم والتطوير المستمر للمنتجات.
10-	هو التخصص وعدم الانجرار مع كل ثغرة في القطاع الدعوي لكي يتم سدها.
11-	السابق في المميزات.
12-	تجويد إدارة المشاريع ورفد فريق الجمعية بمديري مشروعات محترفين.
13-	أهمية وجود مدير مشاريع لتناغم الجهود وحشد الطاقات.
14-	الهوية البصرية للمشاريع عامل مهم لمساعدة المتلقي على تذكرك على الدوام وعلى التركيز على المحتوى أكثر من القيمة الجمالية، فمن الضروري أن يتميز وجودك البصري بفعالية.
15-	التسويق... نظم إدارة المشاريع والمتابعة.

وفي هذا السؤال لم يعتمد الباحث على الخيارات وطرحها على المشاركين في الاستبيان، بل جعل المجال مفتوحاً أمام المشاركين لإبداء آرائهم والتعبير عن أهم عوامل نجاح وتميز العمل المؤسسي التي ينبغي أن توجد أو تحافظ عليها جمعية أصول من وجهة نظرهم، وقد تعددت الإجابات كما رأينا حتى وصلت إلى (15) إجابة، وقد كانت أقرب ما تكون إلى المقترحات للوصول بجمعية أصول للمكان الذي يطمح القائمون عليها بتحصيله والارتقاء به.

السؤال التاسع: ما أهم أصناف المدعوين المقترحين للجمعية الذين لهم الأولوية للعمل معهم في الجمعية؟ "سؤال مع خيارات"
عدد الإجابات: 19
الإجابات:
- الدعاة (13) - (68.4%).
- غير المسلم (13) - (68.4%).
- القيادات في القطاع الدعوي والخيري (10) - (52.6%).
- المسلم الجديد (10) - (52.6%).
- الأسرة (8) - (42.1%).
- الملحد (8) - (42.1%).

-	النصراني (8) - (42.1%)
-	المسلم بشكل عام (7) - (36.8%)
-	الطفل (6) - (31.6%)
-	الهندوسي (4) - (21.1%)
-	البوذي (4) - (21.1%)
-	السيخي (2) - (10.5%)
	إجابات إضافية من المشاركين: "غير ذلك".
-	اللاأدرية (هي أسرع الديانات انتشاراً) (1) - (5.3%)
-	الشباب (1) - (5.3%)
-	الجهات الدعوية (1) - (5.3%)

أما سؤال: ما أهم أصناف المدعوين المقترحين للجمعية الذين لهم الأولوية للعمل معهم في الجمعية؟

فكان سؤالاً مع خيارات، وقد كان في مقدمتها الدعوة وغير المسلم بمعدل (13) إجابة من المشاركين؛ أي: بنسبة (68.4%)، يليها القيادات في القطاع الدعوي والخيري والمسلم الجديد بمعدل (10) إجابات؛ أي: بنسبة (52.6%)، ثم الأسرة والملحد والنصراني بمعدل (8) إجابات؛ أي: بنسبة (42.1%)، ثم المسلم بشكل عام بمعدل (7) إجابات؛ أي: بنسبة (36.8%)، ثم الطفل بمعدل (6) إجابات؛ أي: بنسبة (31.6%)، ثم الهندوسي والبوذي بمعدل (4) إجابات؛ أي: بنسبة (21.1%)، ليكون السيخي في نهاية الاستبيان بمعدل إجابتين من المشاركين؛ أي: بنسبة (10.5%).

وقد أضاف بعض المشاركين إجابات مستقلة عن الخيارات المطروحة من قبل الباحث، تمثلت بأصناف المدعوين التالية:

اللاأدرية (هي أسرع الديانات انتشاراً)، والشباب، والجهات الدعوية بمعدل إجابة واحدة؛ أي: بنسبة (5.3%).

<p>السؤال العاشر: اكتب ما تريده لتطوير الجمعية من مقترحات وتطلعات؟ وستكون محل الاطلاع والنظر للاستفادة منها. "سؤال تحريري"</p> <p>عدد الإجابات: 12</p>
<p>الإجابات:</p>
<p>الاستمرار في العمل في المساحات الدعوية الآمنة، والتركيز على اللغات، وإيجاد مدير تنفيذي مُستقطب من القطاع الخاص، وإعادة تصميم المكان الحالي، والتركيز على البرامج والمشاريع الحالية: تطويراً وتجويداً وتوسّعاً، واستقطاب الدعاة المحبين للجمعية من دول العالم المختلفة في لقاءات دورية من شأنها تطوير العمل بما يضمن - بتوفيق الله - سبق الآخرين دوماً بخطوة... ودعاء الله بالتوفيق.</p>
<p>بناء فريق متفرغ</p>
<p>التواصل المستمر مع كل شخص وضع بصمة له في الجمعية سواء كان بمقابل أو بدون، ومحاولة الحفاظ عليه وتوسيع دائرة الراغبين في العمل الدعوي بما يتناسب مع احتياجات الجمعية وسياستها خاصة والعمل الدعوي عامة.</p>
<p>1- أهم نقطة من وجهة نظري هي إيجاد قيادات دائمة في الصنفين الأول والثاني كي لا يكون العمل قائماً على جهود فرد واحد.</p> <p>2- إيجاد فرع أو فروع خارجية.</p> <p>3 - إيجاد أوقاف قوية.</p> <p>4 - الموازنة في الإنتاج بين الكم والكيف.</p> <p>5 - حل مشكلة التسويق (قلة المتابعين لحسابات الجمعية بما لا يتناسب مع جودة المنتجات).</p>
<p>بناء بيت خبرة احترافي لمساندة المراكز الدعوية في إثراء المحتوى الدعوي الخاص بهم</p>
<p>- وضع خطة تنمية الموارد المالية</p> <p>- تحديد مستهدفات واضحة ومؤشرات قياس دقيقة</p>
<p>أقترح جلسة إعادة نظر في الأهداف والمشاريع على ضوء الخريطة العقديّة والدينيّة والماليّة والتحديات الجديدة، أقترح أن يتم أتمتة الإدارة ومأسستها حتى لا تتأثر بغياب رئيسها، أقترح تدويلها حتى لا تحسب على جهة معينة ولا تتأثر بقرارات مناطقيّة.</p>
<p>بناء فريق متنوع الخبرات</p> <p>بناء استراتيجية تفضي إلى التركيز</p>
<p>الانطلاق من أهداف استراتيجية واضحة، بيع بعض المنتجات بأسعار رمزية، بيت خبرة للجهات الدعوية يساعد في عمل الخطط واللوائح والحوكمة (بمقابل) يساعد في نمذجة الأعمال الدعوية.</p>
<p>مازلت أرى التركيز على الهوية البصرية والتأني في دراسة وتنفيذ المشاريع بالتشاور بشكل أوسع لإيجاد القيمة الحقيقية والعمل على تنفيذها بصورة أدق لتؤتي ثمارها.</p>
<p>شكر الله لكم وكتب لكم الأجر وتقبل الله منا ومنكم صالح الأعمال</p>
<p>جزاكم الله خيراً</p>

يمكن أن نعتبر هذا السؤال متصلاً بالسؤال الثامن، أو هو متمم له حيث تم فتح الباب أمام المقترحات والتوصيات التي يرى المشاركون في الاستبيان أنها يمكن أن ترفع من سوية العمل في جمعية أصول، وترتقي بها لتكون في مقدمة المؤسسات والجمعيات الدعوية، وإذا ما كانت هذه الإجابات محل نظر واعتبار يمكنها أن تحدث الكثير من التغييرات الإيجابية في عمل الجمعية وتنهض به، وهذا ما يسعى إليه القائمون على الجمعية ويحرصون عليه.

جوانب القوة وتوفر الفرص:

إن أي بناء لا يقوم إلا إذا ارتكز على أركان أساسية متينة، وكلما كانت هذه الأركان قوية كان البناء قوياً، ويؤدي ذلك إلى الارتفاع والارتقاء طبقة بعد أخرى، فكذلك بناء المؤسسات والمنظمات لا يقوم إلا على أركان أساسية متينة يرتكز عليها بناؤها المؤسسي.

ومن أهم مكونات وعناصر البناء المؤسسي:

- 1- البناء التنظيمي.
- 2- الكفاءة المؤسسية.
- 3- القيادة الفاعلة.
- 4- إدارة الموارد البشرية والمالية.
- 5- الكفاءة التسويقية.
- 6- أنظمة وأساليب العمل (184).

(184) محمد ناجي بن عطية. البناء المؤسسي في المنظمات الخيرية الواقع وآفاق التطوير. [دراسة

ميدانية قام بها الباحث على المنظمات الخيرية في أمانة العاصمة صنعاء- الجمهورية اليمنية. 2006م].

(ص 13).

ومن خلال هذه المكونات يمكن التحكم في توزيع الموارد المادية والبشرية بشكل أمثل، وتوجيهها بما ينعكس قوة على البناء المؤسسي، وتكافؤ توزيع الفرص ضمن إطار العمل المؤسسي.

كما أن إشاعة ثقافة العمل الجماعي، وإشاعة روح الحوار والتناصح والتفويض الدوري المستمر من عوامل قوة العمل الدعوي المؤسسي⁽¹⁸⁵⁾.

بذلك نرى أن القوة وتوافر الفرص متناسبان طردياً، كلما زادت قوة البناء المؤسسي؛ زادت فرص العمل فيه.

فالعنصر البشري يعد من أغنى الموارد التي تملكها المنظمات والمؤسسات؛ لأن قوة أي منظمة تستمد من قوة رجالها لا من قوة خططها أو لوائجها أو أنظمتها أو مواردها المالية، لا سيما إذا وجدت القوى البشرية المدربة التي تستطيع تسخير هذه الإمكانيات لتحقيق أهداف المنظمة⁽¹⁸⁶⁾.

ومع تتابع التطورات والتقدم السريع في كافة المجالات أصبحت حاجة المؤسسات إلى قوى عاملة متنوعة أمراً بالغ الأهمية للاستفادة من خبراتها ومهاراتها في الظهور على الساحة التنافسية، ولكنها لن تستطيع جذب تلك المواهب والكفاءات إلا إذا قامت بتوفير فرص عمل متكافئة داخل مكان العمل وتحقيق المساواة بين كافة الموظفين دون أي تمييز.

كما أنها تعزز من معنويات العاملين وتحقيق رضاهم الوظيفي، بالإضافة إلى تعزيز سمعة المؤسسة⁽¹⁸⁷⁾.

وكل ما ذكر ينعكس على العمل المؤسسي قوة وثباتاً.

(185) خالد عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق].

(186) خالد عبد الرحمن العجيمي. مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية. [مرجع سابق].

(187) تكافؤ الفرص. [مقال على الإنترنت في موقع الموارد البشرية [/https://minthr.com/ar](https://minthr.com/ar)]

لذلك تهدف جمعية أصول إلى الارتقاء بجودة المحتوى العلمي الدعوي والتعليمي، وإعداده وتطويره، ونشره بلغات العالم، برؤية واضحة وبمعايير أكاديمية عالية، ومنهج علمي يخاطب جميع الثقافات، مستنداً في تحقيق ذلك على مجموعة من القيم والوسائل والأساليب العلمية كما يأتي:

1- الارتقاء بصناعة المحتوى الدعوي إعداداً وتطويراً إلى أعلى جودة ممكنة، وتطبيق أقصى الممكن من المعايير المهنية، برؤية واضحة مبنية على دراسات علمية دقيقة لاحتياجات الشرائح المستهدفة بذلك المحتوى.

2- بناء بيت للخبرة الدعوية يقدم الاستشارات والتدريب في جوانب جودة المحتوى للجهات العاملة على صناعته.

3- بناء جمعية مختص لإدارة المعرفة الدعوية، وإعداد الدراسات والبحوث المعينة على إتقان صناعة المحتوى، ورسم خريطة طريق للعمل الدعوي.

4- بناء جمعية مختص في التعليم والتدريب الدعويين، يعمل وفق رؤية علمية على تأهيل وتدريب الدعاة والمسلمين الجدد، ويعرف بالإسلام من خلال منصات التعليم الإلكترونية.

5- إعداد المادة العلمية حسب الثقافات المختلفة للفئات المستهدفة، وذلك من خلال الاعتماد على المراجع الأصيلة، ذات الموثوقية، وإعداد الدراسات اللازمة لذلك.

6- الإبداع في صناعة المحتوى العلمي الدعوي منهجاً ولغة وأسلوباً، والإبداع في توظيف وسائل الإعلام الجديدة، والتقنيات والتطبيقات التي تيسر وصول المادة العلمية إلى المستهدفين.

7- نشر ثقافة الجودة في أوساط الجهات والمراكز والأفراد؛ بغية الارتقاء بصناعة المحتوى العلمي الدعوي والتعليمي، وإذكاء روح التنافس الحمود.

8- الشراكة الفعالة مع الجهات ذات الاهتمام لإيصال المحتوى الدعوي إلى مختلف أنحاء العالم.

لقد كان المنهج العلمي الواضح معلماً بارزاً لجمعية أصول منذ اللحظة الأولى لعمله؛ فقبل البدء في بناء التصور المؤسسي قام فريق عمل الجمعية بدراسة عدد كبير من المنتجات الدعوية بعدة لغات، عبر إجراء مجموعة من الاستبيانات والدراسات الميدانية لقياس جودة المحتوى من جميع النواحي؛ فمن ذلك:

1- دراسة ميدانية أجريت في بريطانيا، وكان عدد المشاركين فيها (140) مسلماً جديداً، وُزِعَ عليهم استبيان جمعية حول المحتوى الدعوي الذي يناسب المسلم الجديد، وقد أعطي كل مشارك مدة (45) دقيقة لملء الاستبيان الخاص به، ثم قام الفريق بدراسة الاستبيانات واستخلاص النتائج منها.

2- الأسئلة إلى المشاركين عن مناسبة الأفلام للمدعوين، والتميز والإبداع فيها، وكفايتها من ناحية الكمية ومن ناحية الموضوعات، ثم استخلصت النتائج منها لبناء تصور صحيح عن ذلك الجانب المهم من المحتوى الدعوي.

3- توزيع استبيان ورقي على عدد من الدعاة من دول مختلفة عن نظرهم إلى المحتوى الدعوي المتوفر بلغاتهم، وهل يناسب ثقافة المدعوين واحتياجاتهم؟ ثم جمع الاستبيانات واستخلاص نتائجها.

4- عمل استبيانات ورقية وإلكترونية عن واقع المحتوى الدعوي في تسع وعشرين لغة؛ صنعنا لأجلها موقعاً إلكترونياً خاصاً، وبرنامجاً حاسوبياً شتملاً على نظام لتحليل النتائج واستخلاص الإحصاءات والحقائق منها.

5- الاطلاع على البرامج والمشاريع التي تهتم بصناعة المحتوى وإعداده ونشره، وسؤال أهل الخبرة في هذا المجال، وحضور العديد من ورش العمل المنعقدة لمناقشة واقع المحتوى وسبل تطويره⁽¹⁸⁸⁾.

وقد ركزت جمعية أصول على صناعة المحتوى باعتبارها أبرز جوانب القوة لأي مؤسسة دعوية ويرى أن هناك مسؤولية على الجميع _ سواء أكانوا جمعية دعوية أم لا _ في صناعة المحتوى الدعوي، فمثلاً: "إشاعة ثقافة الاهتمام بالمحتوى وصناعته" هو عمل يشترك فيه العالم والمفكر والإعلامي والجهات المانحة وغيرهم، كما أن إجراء الدراسات المختلفة لتأصيل صناعة المحتوى وتطويره قد يقوم به الفرد والمؤسسة.

كما أن إنشاء الكيانات الخاصة جزء من الاهتمام، وقد يكون ذلك بإنشاء جمعية مستقل (والذي يمثل جمعية أصول نموذجاً له)، أو بإنشاء وحدات داخل الجهات الخيرية والدعوية وغيرها.

وعلى المؤهلين أن يندبوا أنفسهم، أو يندبهم من يرعاهم لتفعيل تخصص المؤهلين وتدريبهم. ومع وجود طاقات مختلفة صالحة للمحتوى الدعوي فإنه من المهم القيام بالتنسيق لتوفير الجهود وتكاملها وتوجيهها في خدمة هدف دعوي مشترك. ويبقى على الجميع مسؤولية الدعم بمختلف أشكاله لصناعة محتوى دعوي احترافي يخاطب كافة الشرائح، يحقق أثره بإذن الله.

وأهم الاستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي باعتباره مسؤولية الجميع:

1- إشاعة ثقافة الاهتمام بالمحتوى وصناعته.

(188) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر. بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم. دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية. [مرجع سابق]. (ص 247-248).

- 2- إجراء الدراسات المختلفة لتأصيل صناعة المحتوى وتطويره.
- 3- إنشاء الكيانات الخاصة (جمعية أصول نموذجاً).
- 4- تخصص المؤهلين وتدريبهم.
- 5- التنسيق لتوفير الجهود وتكاملها وتوجيهها.
- 6- الدعم بمختلف أشكاله لصناعة محتوى دعوي احترافي يخاطب كافة الشرائح.
- 7- عمل استبيانات في شتى البلدان وفي مختلف الثقافات، وطلب الاقتراحات الداعمة لصناعة المحتوى الدعوي.
- 8- العمل على تسهيل وتبسيط كتب التراث؛ حتى يتميز المحتوى الدعوي بالأصالة والسهولة.
- 9- إنشاء مستودع للاقتراحات الدعوية المفيدة يشارك فيها كل مسلم بما يراه مناسباً لحاله أو حال بلده أو حال المسلمين أو غير المسلمين من حوله؛ ليلي المحتوى الدعوي حاجة الناس في كل مكان وزمان.
- 10- توفير منصات دعوية موثوقة تكون مرجعاً للجميع.
- 11- تقديم دورات مجانية لصانعي المحتوى الدعوي لزيادة كفاءتهم وتحسين إنتاجهم والارتقاء بإبداعاتهم.
- 12- توفير منصة لصانعي المحتوى الدعوي لنشر المحتوى الذي تمت صناعته وتكاملت أركانه، ليستفيد منه الجميع.
- 13- إنشاء وقف دعوي لصانعي المحتوى وللدعاة.
- 14- تقديم الدعم الكامل للدعاة ونشر محتوهم وجعله احترافياً وإعادة تدويره بمختلف القوالب ونشره وإيصاله للناس.
- 15- صناعة مقرر دراسي يتناول صناعة المحتوى الدعوي يناسب طلاب الكليات والمعاهد والجامعات المتخصصة.

16- تنظيم الجوائز أو المسابقات السنوية أو الموسمية حول التميز في صناعة المحتوى؛ لتشجيع الباحثين والشباب وصناع المحتوى على تقديم المحتوى الدعوي الفعال والمؤثر.

كما أن على الجميع _ كل بحسبه _ مسؤولية عامة في تفعيل صناعة المحتوى الدعوي باستراتيجيات مختلفة؛ فعلى الجهات الدعوية مسؤولية خاصة بذلك، ولا سيما الجهات المؤهلة.

ومن أهم الاستراتيجيات في ذلك: الخبرة التخصصية أو الشراكة مع ذوي الخبرة، خصوصاً في مجال صناعة المحتوى والمجال التقني والرقمي، باعتبار أن ذلك أصبح علماً وفناً قائماً بذاته، وله أدواته الحديثة الفاعلة.

وفي عالم مليء بالمحتوى ينبغي ألا يكون الهدف هو مجرد الحضور والظهور، بل ينبغي _ مع النية _ العناية باختيار المحتوى الأكثر فاعلية في التقريب إلى الله تعالى ونيل مرضاته، وترتيب الأولويات لأجل ذلك.

ولا بد من التنبيه على حقيقة واقعية وهي أن الخطاب المتخصص أكثر تأثيراً على المتلقي، وأن هذا الخطاب المتخصص يقتضي الاتساق في اختيار المحتوى مع الشريحة والهدف وأسلوب العمل.

وإذا لم يمكن لجهة واحدة ملء السوق بالمحتوى الدعوي النافع، فيمكن أن تتخذ استراتيجية الريادة في صناعة المحتوى الاحترافي أو نماذج منه وإشهارها للاقتداء وتحفيز الآخرين، وهذا وغيره يدعو إلى الاستفادة من الاستراتيجيات والأدوات الحديثة؛ كإدارة الحشود، وقواعد البيانات وكافة الاستراتيجيات الإعلامية.

ومن الخسارة المشاهدة: وجود محتويات ثرية إبداعية أهملت لعدم تفعيلها، وكان الأولى عدم الاكتفاء باختيار المحتوى الجيد أو تصميمه؛ بل القيام بجهدٍ موازٍ لتسويقه ونشره وفاعلية حضوره.

أهم الاستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي باعتباره مستهدفاً لجهة دعوية:

- 1- الخبرة التخصصية أو الشراكة مع ذوي الخبرة، خصوصاً في مجال صناعة المحتوى والمجال التقني والرقمي.
- 2- العناية باختيار المحتوى الأكثر فاعلية في التقريب إلى الله تعالى ونيل مرضاته، وترتيب الأولويات لأجل ذلك.
- 3- الاتساق في اختيار المحتوى مع الشريحة والهدف وأسلوب العمل.
- 4- الريادة في صناعة المحتوى الاحترافي أو نماذج منه وإشهارها لتحفيز بقية الجهات الدعوية إلى الاقتداء، وإشاعة ثقافة الجودة والإتقان.
- 5- الاستفادة من الاستراتيجيات والأدوات الحديثة: كإدارة الحشود، وقواعد البيانات وكافة الاستراتيجيات الإعلامية.
- 6- عدم الاكتفاء باختيار المحتوى الجيد أو تصميمه؛ بل القيام بجهدٍ موازٍ لتسويقه ونشره وفاعلية حضوره.
- 7- دراسة أحوال هذه الجهة الدعوية المخصوصة ومعرفة حجم جهدها وأهدافها؛ وصناعة المحتوى الدعوي المناسب لها على ضوء تلك المعطيات.
- 8- وضع معايير وسياسات للمحتوى ولصانعي المحتوى الدعوي؛ وأن تكون هذه المعايير والسياسات بمنتهى الشفافية والوضوح والسهولة حتى يفهمها الجميع.
- 9- تقديم النماذج المشرفة في العمل الدعوي والإشادة بقصص نجاحهم والاستفادة بالطرق التي سلكوها.

استراتيجيات الكيانات العاملة في صناعة المحتوى الدعوي:

الاستراتيجيات الممكن اتخاذها للكيانات العاملة في صناعة المحتوى الدعوي كثيرة ومتداخلة، ويمكن تصنيفها بطرق مختلفة.

ثم إن الكيان الصانع للمحتوى، ونوع المحتوى المصنوع، والشريحة المستهدفة، والقالب، وغيرها؛ كل ذلك يؤثر في الاستراتيجيات نفسها؛ فضلاً عن طريقة تصنيفها، ومن الممكن أن نذكر جملة من الاستراتيجيات في أربعة محاور:

- 1- الرؤية التكاملية: وهي مجموعة من المفاهيم الكلية في صناعة المحتوى تسهم في تعظيم الأثر مع تقليل الجهد.
- 2- الأسس الحاكمة: وهي مجموعة من المحددات والقواعد التي ينبغي لكل صانع محتوى دعوي بناؤها قبل وأثناء تأسيس مشروعه.
- 3- الأسس الإنتاجية: وهي مجموعة المحددات التصنيفية التي يضعها الكيان الدعوي لإنتاج الوحدات الإنتاجية المطلوبة، والتي بدونها يكون الإنتاج عشوائياً وارتجالياً.
- 4- المراحل الرئيسة للتأثير بالمحتوى الدعوي: وهي المنظومة المتكاملة التي تتوزع عليها الجهود في مشروع صناعة محتوى، ولو بنسب مختلفة رؤية كل جهة، وحسب كل مشروع⁽¹⁸⁹⁾.

وقد ركزت الحديث عن استراتيجيات الكيانات العاملة في صناعة المحتوى الدعوي، والاستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي سواء باعتباره مسؤولية الجميع، أو باعتباره مستهدفاً لجهة دعوية، باعتبار هذه الاستراتيجيات من جوانب القوة إذا قادت

(189) فكرة وإعداد الفريق العلمي لجمعية أصول. خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي. [جمعية

الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة. 1442هـ]. (ص 44 وما بعدها).

المؤسسات الدعوية هذه الاستراتيجيات بطريقة صحيحة واستثمرتها في توفير الفرص
داخل كيانها.

المبحث الثالث

استشراف مستقبل العمل الدعوي في جمعية أصول

الاستشراف أو الاستبصار للعمل الدعوي أصبح ضرورة قصوى يجب على القادة من أهل الدعوة العمل عليها والتعمق فيها علما وعملا، ولا غرو في ذلك فالأحداث اليوم متسارعة في جميع جوانبها فضلا عن التحديات والمخاطر المتكررة التي قد تواجه العمل الدعوي، والاستشراف والنظر المستقبلي ووضع ورسم الخطط المستقبلية وإدارة المخاطر قبل حدوثها وأثناء وقوعها وغير ذلك من العلوم المهمة المعاصرة التي يجب أن يتعلمها ويدركها قادة العمل الدعوي حتى يحافظوا ويطورا منتجاتهم وأعمالهم بما يتوافق مع متطلبات العصر واحتياجات أصناف المدعوين ويواجهوا التحديات التي تقع أمامهم، وسنة الدعاة في ذلك رسول الله صلى الله عليه وسلم وهديه مع أصحابه في مواقف كثيرة.

فتبليغ الإسلام والقيام بواجب الدعوة وحصولها والقناعة بما لا يكون بين ليلة وضحاها، بل يحتاج إلى وقت ومراحل من التهيئة لحصوله، ولذلك استغرقت الدعوة المحمدية 23 سنة، وهذا واضح كما أخبرت أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها: " إِنَّمَا نَزَلَ أَوَّلَ مَا نَزَلَ مِنْهُ سُورَةٌ مِنَ الْمَفْصَلِ، فِيهَا ذِكْرُ الْجَنَّةِ وَالنَّارِ، حَتَّى إِذَا ثَابَ النَّاسُ إِلَى الْإِسْلَامِ نَزَلَ الْحَلَالُ وَالْحَرَامُ، وَلَوْ نَزَلَ أَوَّلَ شَيْءٍ: لَا تَشْرَبُوا الْخَمْرَ، لَقَالُوا: لَا نَدْعُ الْخَمْرَ أَبَدًا، وَلَوْ نَزَلَ: لَا تَزْنُوا، لَقَالُوا: لَا نَدْعُ الزِّنَا أَبَدًا.. " (190)

وهذا يدل على أنّ استشراف المستقبل ومراعاة التغيرات وتوقع القادم نوع من تهيئة النفوس البشرية وتغييرها لتقبل ما سيطرأ عليها.

(190) أخرجه البخاري، كتاب فضائل القرآن، باب تأليف القرآن برقم (١/٦٥٥)، (٤٩٩٣)

ولقد وضّح عبدالله بن عمار رضي الله عنه خطورة المسارعة والاندفاع غير المدروس حتى لو كان في الخير، حيث يقول: (قدم على عمر بن الخطاب ي رضي الله عنه رجل، فجعل يسأله عن الناس، فقال: يا أمير المؤمنين، قد قرأ القرآن منهم كذا وكذا، فقال ابن عباس: والله ما أحب أن يسارعوا يومهم هذا في القرآن هذه المسارعة، قال: فاز جري عمر، وقال: مه، فانطلقت إلى منزلي كئيباً حزينا، فبين أنا كذلك، إذ أتى رجل فقال: أجب أمير المؤمنين، فخرجت فإذا هو بالباب ينتظري، فأخذ بيدي فخلا بي، وقال: ما الذي كرهته مما قال رجل آنفا، فقلت: يا أمير المؤمنين: متى ما يسارعوا هذه المسارعة يختصموا ومتى ما يختصم يختلفوا، ومتى ما يختلف يقتتلوا، قال له أبوك، والله إن كنت لأكتمها الناس حتى جئت بها) ففي هذه الحادثة يتبين وبوضوح كيف أن المسارعة غير المدروسة في وبدون قراءة للمستقبل واستشرافه - حتى لو كانت في قراءة القرآن ودراسته مع أهميته ومكانته - قد توقع في الخلاف الذي قد يؤدي للقتال.

(191)

ولا بد أولاً أن نبدأ بتعريف الاستشراف لغة واصطلاحاً وشرعاً، ونتطرق لمفهوم علم استشراف المستقبل، وليس المقصود من التعاريف الحشو والاستطراد، وإنما المقصود تعريف المعاني.

الاستشراف لغة: أشرف الشيء: علا وارتفع.

واصطلاحاً: هو مجموعة من الأنشطة التي تعمل على تحسين عملية صنع القرار، ويكمن الهدف الأساسي من الاستشراف في أن تغدو في موقف أقوى في المستقبل، وفي حالة من الاستعداد لطائفة من الاحتمالات، ولا يسعى الاستشراف فقط إلى تحديد المخاطر، ولكن يعمل أيضاً على إيجاد فرص المستقبل لاقتناصها.

(191) انظر: علي بن محمد عبدالله الشنقيطي، استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة

والداعية إليه دراسة تأصيلية في بيان أهميته ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية. [مجلة

جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الإنسانية م28. ع1. 2020م] ص 11-13

أما شرعاً: فإن استشراف المستقبل يحتمل الخطأ والصواب إلا فيما أخبر عنه الله سبحانه وتعالى في كتابه الكريم، أو ما روي عن رسوله صلى الله عليه وسلم، ولذلك فإن السنة النبوية قد حثت المستشرِف للمستقبل على أن يستخير الله؛ لأنه لا يعلم الغيب إلا الله سبحانه وتعالى.

أما عن مفهوم علم استشراف المستقبل: فهو علم حديث وجهد علمي منظم يدرس الماضي والحاضر ليتوقع المستقبل من خلال سنن الله في خلقه، كما يعتمد على أحدث المعطيات الاقتصادية والعلوم المتطورة والتقنيات المتقدمة لتصور ما يكون عليه العالم بعد عقد وعقدين (192).

وطالما اشتكى مفكرو النهضة من الانشغال الكبير للعقل العربي الإسلامي لشؤون الماضي على حساب مشكلات المستقبل وفقاً لقول وليد عبد الحى: "إن إحدى ثغرات ثقافتنا العربية تتجسد في أحد أبعادها في موقفها من الزمن، إذ طغى عليها الماضي والحاضر بينما لم يحظ المستقبل حيث سنعيش إلا بأقل القليل على الرغم من أن معرفة أو محاولة معرفة المستقبل تمثل أحد عناصر القوة، وإذا غدا الزمان المستقبل ساحة صراع وتنافس بين الأمم؛ فإن العالم الإسلامي إذا لم يخطط لمستقبله؛ فإنه يوشك أن يستعمر بدوره كما استعمر ماضيه وحاضره (193).

وموضوع استشراف المستقبل والتخطيط له موضوع واسع، وعلاقته بالدعوة والداعية تزيد سعة وإثراء، ولا بد من الربط بين أهمية استشراف المستقبل والتخطيط له، وبيان حاجة الدعوة

(192) خديجة أحمد الحمد باخرمة. مفهوم وقيمة استشراف المستقبل. [مقال بتاريخ: نوفمبر 2018

على موقع المنال [\[almanalmagazine.com\]](http://almanalmagazine.com).

(193) إلياس بلكا. مقال بعنوان التأصيل لاستشراف المستقبل من منظور إسلامي [مجلة استشراف

للدراستات المستقبلية - قطر - العدد الأول 2016]. (ص 134).

والداعية إليه في العصر الحديث الذي أصبحت كل المشاريع فيه لا تقوم إلا على الدراسات المستقبلية واستشراف المستقبل.

وموضوع المستقبل واستشرافه يشترك فيه جميع البشر، فالحياة التي يعيشونها تبحر بهم إلى المستقبل وتتقدم بهم دائماً إلى الأمام، وغيابه في حياة الناس عموماً والدعاة على الأخص يؤدي إلى كثير من التخبط والعشوائية في المواقف وتقدير الخطوات، بل قد يجعل المرء يعيش في دوامة وحيرة لعد وضوح الرؤية عنده، وللغموض الذي يسيطر على مستقبله وطموحاته (194).

وتتأكد الحاجة للنظر إلى المستقبل واستشرافه والتخطيط له في حياة الدعوة والداعية؛ لأن العمل الدعوي بحاجة ماسة إلى رؤية مستقبلية متكاملة وواضحة بعيداً عن الارتجال والعشوائية والتخبط وردّات الأفعال التي نلاحظها بارزة في الأعمال الدعوية والمشاريع الإصلاحية حتى يحصل للدعوة الاستقرار والأمان والقوة التي هي من صميم الإعداد للمأمور به شرعاً، فلنعدّ في هذا المجال ما نستطيع من قوة (195).

(194) علي بن محمد عبد الله الشنقيطي. دراسة تأصيلية في بيان أهمية استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية. [مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة طيبة. المدينة المنورة. مج:28. ع:1. سنة النشر 1441هـ-2020م] ص139.

(195) علي بن محمد عبد الله الشنقيطي، استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه. دراسة تأصيلية في بيان أهمية استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية. [مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة طيبة. المدينة المنورة. مج:28. ع:1. سنة النشر 1441هـ-2020م]. (ص 2).

ولا بد هنا أن نعرّج إلى مصطلح القواعد المستقبلية، التي تعني الأحكام الكلية المؤثرة في المستقبل، وتستند إلى كتاب الله تعالى، أو سنة نبيه صلى الله عليه وسلم، أو اجتهاد عالم، ولها فوائد مهمة للإنسان، وتبرز أهميتها من خلال ما تقدمه لصاحبها، وفيما يأتي أهم ذلك:

- أن القواعد المستقبلية تقدم للباحث المستقبلي أصولاً كلية، يرد إليها الجزئيات.
- أنها تنظم للمستقبلي منثور المسائل في سلك واحد، وتفيد له الشوارد، وتقرب عليه كل متباعد.
- أنها توجه الإنسان في الحياة توجيهاً سليماً.
- أنها تنقذ الإنسان من الحيرة والبلبلة أمام المشكلات والصعوبات ومنعطفات الحياة.
- أنها تساعد على تحقيق أهدافه وطموحاته في هذه الحياة.
- أنها تجعله حيويًا ونشطًا.
- أنها تعطي معنى للحياة ومعنى للكفاح والمجادلة في كل الظروف والأحوال.
- أنها تساعد على استثمار طاقاته وتنميتها ومضاعفة إنتاجيته.
- أنها تدفعه إلى البحث الدائم والطموح في المعرفة للوصول إلى ما هو أفضل وأحسن.
- أنها تساعد على النجاح والتفوق في الإنجازات العظيمة.
- أنها تساعد على النجاح في قيادة ذاته وغيره.
- أنها تكسب الإنسان شخصية متميزة وثباتاً في الحياة والقيم والأخلاق.

ولهذا يوجد هناك تسابق بين الدول المتقدمة في تبني المبادئ القوية والدافعة إلى مزيد من التقدم والرقي (196).

لا مناص إذاً من أن يتصالح العقل العربي الإسلامي مع المستقبل حتى يكون الاستشراف والتخطيط عادة ذهنية له (197).

وللدلالة على أهمية استشراف المستقبل في حياة الدعوة والداعية نذكر ما يلي:

- في استشراف المستقبل تهيئة النفوس لقبول الحق وسماعه والافتناع به.
- في استشراف المستقبل تحقيق الكمال والإحكام وترسيخ المبادئ.
- حماية الدعوة والداعية ووقايتهم من العثرات والزلات (198).

وفي السنة النبوية شواهد جمة على بث روح الاستشراف الذي ينظر إلى حسنات المستقبل ليتغلب على مصاعب الحاضر، وتكون معه أحزان الماضي، ومع بث روح الاستشراف الإيجابي يغرس النبي صلى الله عليه في عقول الصحابة ملكة التخطيط للمستقبل؛ كالتخطيط الاقتصادي في وصيته صلى الله عليه وسلم لسعد بن أبي وقاص رضي الله عنه، يوم استأذنه في أن يتصدق

(196) عبد الله بن محمد المدير، الدراسات المستقبلية وأهميتها للدعوة الإسلامية. [بحث لنيل درجة الماجستير. بإشراف الأستاذ الدكتور عبد الرحمن بن إبراهيم الجويبر. المملكة العربية السعودية. وزارة التعليم العالي جامعة طيبة. المدينة المنورة، 1427هـ]. (ص 381-382).

(197) إلياس بلكا. التأصيل لاستشراف المستقبل من منظور إسلامي. [مرجع سابق]. (ص 135).

(198) علي بن محمد عبد الله الشنقيطي. استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه. دراسة تأصيلية في بيان أهمية استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية. [مرجع سابق]. (ص 2).

بماله أو شطره أو ثلثه، فأذن له في الثلث، وبين الحكمة الاستشرافية فقال(199): (إنك أن تدع وراثتك أغنياء خير من أن تدعهم عائلة يتكفّفون الناس)(200).

بناء على ذلك فإن المسلم من المنظور الحضاري الإسلامي، ليس مطالباً باستشراف المستقبل رؤية وتخطيطاً فقط، بل هو مؤتمن عليه أيضاً، ولعل في حديث النبي صلى الله عليه وسلم: (إن قامت الساعة وبيد أحدكم فسيلة فإن استطاع ألا يقوم حتى يغرسها فليفعل)(201) خير دليل على الشعور بالمسؤولية اتجاه حركة المستقبل.

وفي السنة النبوية تأصيل لاستشراف المستقبل وبيان لأثره البالغ في نهضة الأمة الإسلامية ودوره العظيم في تحقيق قوتها وبلوغها أهدافها، فمن أعمل فكره في السنة النبوية المطهرة وأجال نظره في صفحات السيرة النبوية؛ فإنه سيجد نماذج متعددة وصوراً مختلفة لاستشراف المستقبل الديني والدينيوي والفردية والجماعية، ومن ذلك:

- استشراف المستقبل السياسي.
- استشراف المستقبل الاجتماعي.
- استشراف المستقبل المعيشي لتدبير حياة الأسرة وتلبية مطالبها.

(199) حذيفة عبود مهدي. الاستشراف في السنة النبوية وأثره في الدعوة إلى الله. [كلية الإمام الأعظم الجامعة. العدد: 18. 1435هـ-2014م]. (ص 259-260).

(200) أخرجه البخاري في صحيحه. [تح: محمد زهير بن ناصر الناصر. دار طوق النجاة. ط1. 1422هـ]. كتاب: الوصايا. باب: أن يترك وراثته أغنياء خير من أن يتكفّفوا الناس. ح(2742) (ص 3/4).

(201) أخرجه البخاري في الأدب المفرد. [تح: محمد فؤاد عبد الباقي. دار البشائر الإسلامية. بيروت. ط3. 1409هـ-1989م]. (ص 168). وصححه الألباني.

- استشراف مستقبل الأبناء من أجل تحقيق مطالب حياتهم (202).

ولأن كثيراً من المسلمين ما زالوا يتوهمون أن كل ما يتعلق بالمستقبل مجال محظور لا يجوز اقتحامه ولا ينبغي لهم الانشغال به؛ كان لا بد من محاولة تأصيل استشراف المستقبل من منظور الكتاب والسنة؛ أي: من خلال أهم مصدرين للعقل المسلم (203).

لذا لا بد هنا من بيان خصائص الاستشراف في السنة النبوية، وهي:

- استشراف مؤطر بالإيمان بالقضاء والقدر والرضا بهما.

- استشراف وفق السنن الإلهية لا التكهّنات الغيبية.

- استشراف يقوم على الأمل في حسن العاقبة.

- استشراف لحضارة محورها الإنسان.

- استشراف للصورة الحسنة الوضيئة للإسلام في أعين الغير (204).

واستشراف المستقبل وحسن التخطيط له لا يحصل إلا من أكرمه الله بالبصيرة في الدين والفقّه في أحكام رب العالمين وفتح الله عليه، فليس بالأمر الهين، ولذلك ينبغي للداعية إلى الله أن يسير وفق طرق شرعية ومنهج رباني وفقه دعوي بعيداً عن الهوى والرغبات والطوارئ والمداخلات ليتمكن وبدقة من تحديد خطواته ووضع خطته وترتيباته، لذلك لا بد من توضيح الوسائل والطرق المقررة للوصول لمعرفة المستقبل وقراءته واستشرافه وهي:

- التنصيص عليها بالوحي بورودها في القرآن والسنة.

(202) حذيفة عبود مهدي. الاستشراف في السنة النبوية وأثره في الدعوة إلى الله. [مرجع سابق]. (ص 265-266).

(203) إلياس بلكا. التأصيل لاستشراف المستقبل من منظور إسلامي. [مرجع سابق]. (ص 135).

(204) حذيفة عبود مهدي. الاستشراف في السنة النبوية وأثره في الدعوة إلى الله. [كلية الإمام الأعظم الجامعة. العدد: 18. 1435هـ-2014م] (ص 264).

- الاجتهاد من أهل العلم والكفاءة والتأهيل.

- مراعاة سنن الله الكونية واعتبارها.

- التجربة والخبرة الدعوية الطويلة.

- الرؤيا الصادقة الصالحة.

- توفيق الله تعالى وتسديده بالدعاء والاستخارة والتوكل عليه واللجوء إليه⁽²⁰⁵⁾.

والداعية إلى الله أولى الناس باستشراف المستقبل والتخطيط له؛ لأن واجبه أن لا يدع الأمور تجري على أعنتها من غير انتفاع بتجارب الأمس، ولا رصد لوقائع اليوم، ولا تقويم للصواب والخطأ في الاجتهادات المحتملة، ولا مقدار المكاسب والخسائر في المسيرة بين الأمس واليوم، ولا معرفة دقيقة بما لدينا من طاقات وإمكانات مادية ومعنوية، ظاهرة أو كامنة، مستغلة أو مهدرة، وما هي مصادر القوة ونقاط الضعف التي ينبغي أن يقدرها ويتحسب لها قبل وقوعها، ونحو ذلك من النظر والتأمل⁽²⁰⁶⁾.

بذلك نرى أن الاستشراف ليس مجرد رؤية وترصد للمستقبل وحسب، بل هو شيء مأمور به شرعاً، ولنا في السنة النبوية شواهد كثيرة عليه، والاستشراف أحد مصادر القوة للدول والأمم في وقتنا الحاضر، لذلك فالمسلمون أولى به لينهضوا من سباتهم الطويل، وينفضوا عنهم غبار الماضي والحاضر الذين وقعوا أسرى له، ويستشرفوا مستقبلهم ويعملوا له ليكون ملكاً لهم وطوع أمرهم في كل مجالات حياتهم.

⁽²⁰⁵⁾ علي بن محمد عبد الله الشنقيطي. استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه. دراسة تأصيلية في بيان أهمية استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية. [مرجع سابق]. (ص 15).

⁽²⁰⁶⁾ علي بن محمد عبد الله الشنقيطي. استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه، دراسة تأصيلية في بيان أهمية استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية. [مرجع سابق]. (ص 2).

ويمكن القول إن بؤرة الرؤية المستقبلية ونقطة الانطلاق الأساس في النهوض وإبصار المستقبل من خلال مقدماته، أو التمكن من تشكيل المستقبل والمداخلة في بنائه إنما تتحقق من خلال اعتماد المنهج السنني، ومحاولة الكشف عنه وملاحظة اطراده في الحياة، ومن ثم تأتي مرحلة التسخير والقدرة على المداخلة في المقدمات من خلال القانون ذاته (207).

إن التخطيط أمر ضروري لنجاح كل مشروع، والعمل إذا لم ينفذ حسب خطة موضوعة واضحة المعالم والأهداف، مستوفية كل الإمكانيات، قل أن يكتب له النجاح، والعمل العظيم الخطير لا بد له من تخطيط يناسب عظمته وخطورته.

والدعوة إلى الدين الإسلامي العالمي من أعظم الأمور خطراً وأجلها قدراً، وبخاصة إذا كانت الظروف المحيطة بها ظرفاً متغيرة حسب تغاير الميدان، وإذا كانت في محيط يختلف في لغته عن لغة الداعين، ويختلف في عاداته وسائر أحواله السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

إن التخطيط الواعي للدعوة هو الذي يوصل إلى النتائج المثمرة بأقصر الطرق بعد توفيق الله سبحانه وتعالى، وهو الذي ينقل الدعوة من قالبها التقليدي الجامد إلى روح عصرية جديدة تستخدم أفضل الوسائل، وتستخدم أرقى الأساليب، وتفيد من وسائل الاتصال المعاصرة والتقنية الحديثة المتطورة لتصل إلى كل قلب، من خلال محبوبات الناس ورغباتهم.

وتعد الدراسات المستقبلية مفيدة للتخطيط للدعوة الإسلامية، وينبغي أن تستند الخطط الدعوية لمشاريع الدعوة الإلكترونية التي تضعها على المدى القريب إلى تصورات مستقبلية أبعد، فتكون الدراسات المستقبلية ذات المدى المتوسط أو البعيد موجهة للخطة قصيرة المدى، وهذا ما نراه واضحاً بعض الشيء في بعض مشاريع الدعوة الإلكترونية مثل مركز أصول للدراسات الذي يهدف إلى وضع رؤية استراتيجية ومستقبلية للمحتوى الدعوي بلغات العالم، لذا فقد سعى

(207) عمر عبيد حسنة. استشراف المستقبل في الحديث النبوي [مقالة في موقع إسلام ويب www.islamweb.net. وهي مقدمة على كتاب إلياس بلكا بنفس العنوان].

المركز إلى البدء في تحقيق هذا الهدف المهم؛ عبر مركز أصول الدراسات الذي يمثل المجال الثاني من مجالات عمل مركز أصول.

ومن خلال هذا المركز البحثي يسعى القائمون على مركز أصول إلى إعداد الدراسات والأبحاث التي تخدم الدعوة الإسلامية وتنهض بها، وأيضاً تطوير المحتوى العلمي والتعليمي الدعوي باللغات المختلفة على المدى المتوسط أو البعيد(208).

حيث تحتل مراكز المعلومات والدراسات والأبحاث موقعاً بارزاً ومهماً في عصرنا هذا، لأنها تسهم في صناعة القرار؛ فيأتي محققاً للطموحات والتطلعات، ومصححاً لما قد يكون من قصور وأخطاء، ولا غرو والأمر كذلك أن ترصد لها الميزانيات الضخمة، وأن يُستقطب لها خيرة العلماء والمفكرين.

والعمل الدعوي المعاصر وسط أمواج التحديات الهادرة أحوج ما يكون لصناعة المعلومات، واحتياج أصحاب القرار في المؤسسات الدعوية للمعلومات لا يقل أهمية عن احتياجهم لمعظم الأركان الأساسية للعمل الدعوي، ولا بد لمؤسسات العمل الدعوي من إيلاء العناية لصناعة المعلومات، وبناء القرارات عليها إن أرادوا لمؤسساتهم الترقى وبلوغ القصد في التأثير وتحقيق الأهداف والمقاصد المرسومة.

ومن الجوانب المهمة في المعلومات اللازمة للعمل الدعوي جانب جمع المعلومات عن أحوال المدعويين وثقافتهم واحتياجاتهم الدعوية، وما يقابلونه من تحديات ومخاطر يجب على المؤسسات الدعوية معالجتها والتيقظ لها.

(208) إعداد: عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر. بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم.

دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية. [مرجع سابق]. (ص

ولما كان من أهداف مركز أصول وضع رؤية ارتيادية (استراتيجية) للمحتوى الدعوي بلغات العالم؛ فقد سعى المركز إلى البدء في تحقيق هذا الهدف المهم؛ عبر مركز أصول الدراسات الذي يمثّل المجال الثاني من مجالات عمل مركز أصول.

وتتبع أهمية مركز أصول الدراسات مما يللمسه الناظر في الواقع من قلة مراكز المعلومات والمراكز البحثية في العالم العربي والإسلامي بشكل عام، وتلك المعنية بالعمل الدعوي على وجه خاص. وانطلاقاً من استقرار هذا الواقع يسعى القائمون على مركز أصول عبر جعل هذا المركز البحثي أحد مجالات عملهم إلى تبني مشروعات فعالة في جمع المعلومات وتحليلها، وإعداد الدراسات والأبحاث فيما يخدم الدعوة الإسلامية بعامة، والمحتوى العلمي والتعليمي الدعوي باللغات المختلفة بخاصة.

أما عن الأهداف التفصيلية؛ فهي:

1- بناء قاعدة بيانات معلوماتية متكاملة، تجمع المعلومات والدراسات والبحوث التي تحتاج إليها الساحة الدعوية، وتصنفها، وتحللها بما يخدم المحتوى الدعوي باللغات، مع إتاحتها للمختصين للاستفادة منها في بحوثهم ودراساتهم عبر وسائل النشر المختلفة.

2- إنتاج دراسات دعوية تحليلية ومحكمة عن مختلف لغات العالم، تبرز ما تحتاج إليه كل لغة من محتوى دعوي وتعليمي، وتبين مواطن الفجوات والخلل، وترسم خريطة طريق للدعاة وصناع المحتوى، وتحدد لهم الأولويات في كل لغة.

3- إعداد أبحاث ودراسات دعوية تتناول أهم الموضوعات والقضايا التي تتعلق بالمحتوى الدعوي والتعليمي، والتي تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة؛ تساعد أصحاب القرار على تحديد الأولويات، ووضع مشروعات جادة لتطوير المحتوى.

4- دعم مشروعات مركز أصول بالمعلومات والتقارير والدراسات، والإسهام في تطوير عمل المركز.

5- الاستفادة من التقارير العالمية والأبحاث الدعوية المهمة، وجمعها، واختصارها، وتصنيفها، وإتاحة إخراجها بشكل سهل وجذاب في صورة رسوم معلوماتية وغيرها.

ويتكون المركز من ثلاث وحدات رئيسة هي:

أولاً: الأبحاث والدراسات

تعدُّ وحدة الدراسات والأبحاث ثمرة عمل مركز أصول الدراسات، وفيها تحلَّل المعلومات المجموعة عن طريق وحدة الرصد المعلوماتي وتستخلص منها النتائج، وتُصاغ في صورة دراسات وأبحاث تقدِّم لصنَّاع القرار والمهتمين، وتنشر في المستودع الدعوي الرقمي، ويستطيعون بناءً عليها أن يقيموا المبادرات المثمرة، وهو ما يكون سبباً في الارتقاء والنهوض بالعمل الدعوي.

فالمعلومات التي يجب الاعتماد عليها في عملية صناعة القرار هي تلك التي تتحقق من خلال نظام معلوماتي مبني على أسس علمية ويجري جمعها وتحليلها عن طريق استخدام هذا النظام والتعامل مع مخرجاته من قبل مختصين، ولكي يكون لهذه المعلومات الاعتبار والأهمية عند صانع القرار لابد أن تكون محقَّقةً للمعايير اللازمة لدراسة الموضوع محل البحث والتحضير لاتخاذ القرار، وبغضِّ النظر عن اختلاف محتويات المعلومات المطلوبة لهذا الشأن ارتباطاً باختلاف موضوعات القرارات، فيجب أن تتوفر فيها بصورة عامة تغطية واضحة ودقيقة لما يلي:

- 1- بيان طبيعة الموضوع أو المشكلة المطروحة وما يرتبط بها من مقدمات وأسباب.
- 2- التحليل الدقيق لمكونات الموضوع وما يتداخل معه من موضوعات تؤثر فيه أو تتأثر به.
- 3- تجلية دواعي اتخاذ القرار.

- 4- تقديم مستخلصات وافية لتدابير وحلول يمكن اللجوء إليها إذا تعذر اتخاذ القرار.
 - 5- توضيح الإمكانيات المتوقّرة واللازم توفيرها لتنفيذ أيّ من البدائل المطروحة.
 - 6- إيضاح حدود صلاحيات وأدوار الجهات التي يتعلّق القرار بها.
 - 7- تحديد الآثار المحتمّلة عن اتخاذ القرار وتنفيذه واقعياً.
- أما الدراسات والأبحاث التي تقدّمها الوحدة؛ فهي نوعان:

النوع الأول:

دراسة لغة أو بلد؛ وتكون بدراسة لغات العالم أو ببلدانه على حسب كون اللغة تتعلّق ببلد واحد كاليابانية مثلاً أو بعدة بلدان كالفرنسية والإسبانية والبرتغالية، والتعرّف إلى واقع المسلمين والدعوة الإسلامية والمؤسسات الدعوية والوسائل الدعوية؛ وحصر ما يمكن حصره من المحتوى الدعوي بكلّ لغة، ودراسته وتحليله؛ دراسة تُفضي إلى بيان أوجه النقص والكمال في ذلك المحتوى، ويُرسم على ضوئها خريطة الطريق للعمل الدعوي في تلك اللغة أو في ذلك البلد.

النوع الثاني:

دراسة موضوع؛ وتكون بحصر كبرى الموضوعات الدعوية، ودراسة كلّ موضوع دراسة تفصيلية تجلّي معالمه وتبرز واقعه، وتعين على صناعة المبادرات المثمرة فيه.

ثانياً: المستودع الرقمي

هو أحد المرتكزات الاستراتيجية لمركز أصول الدراسات، وهو موقع إلكتروني يقدّم مجموعة من الخدمات النوعية للدعاة حول العالم، برؤية طموحة لأن يكون المرجع المعلوماتي الأول للدعاة والدعاة حول العالم؛ يجدون فيه كل ما يعينهم في دعوتهم من معلومات موثوقة ومحدثة، مجموعة في مكان واحد ومرتبطة بأسلوب يسهل الوصول للمراد دون مشقة وفي وقت قصير.

المستودع الدعوي مقسم بطريقتين:

1- طريقة جغرافية على حسب بلدان العالم.

2- وطريقة موضوعية وَفَقَّ تصنيفٍ على ثلاثة أقسام رئيسة هي: الدعوة، والدعاة،

والمدعوون،

وتحت كل قسم من الأقسام الثلاثة أقسام فرعية متعددة، تغطي غالب ما يطلبه الداعية من معارف.

يتميز المستودع بالنمو المطرد للأقسام؛ ففريق العمل لا يألو جهداً في جمع المعلومات والبيانات والمواد وإدخالها في أقسامها من المستودع أو استحداث أقسام جديدة إن لم يمكن إضافتها لأيٍّ من الأقسام الموجودة.

وتجد في المستودع الدعوي معلومات ثرية عن بلدان العالم، وواقع المسلمين فيها، والمساجد والمراكز الإسلامية والإذاعات السمعية والمحطات المرئية فيها، كما تجد فيه مقالات متجددة تقدم للداعية زاداً من المهارات والخبرات، وتفتح لها آفاقاً لنفع الناس وهدايتهم وإخراجهم من الظلمات إلى النور بإذن الله.

كما يحوي المستودع منتجات المركز وغيرها من المنتجات مفتوحة المصدر أو التي سمح أصحابها للمركز بنشرها.

المستودع الدعوي الرقمي يسعى لتكوين أكبر مستودع معرفي ومعلوماتي للدعوة والدعاة حول العالم، من خلال توفير الملفات والتقارير والبيانات الخادمة للعاملين في الدعوة إلى الله.

ثالثاً: الرصد المعلوماتي

تنفق الولايات المتحدة سنويًا 473.4 مليار دولار على أغراض البحث والتطوير، في حين تبلغ نفقات جمهورية الصين على ذلك 344.7 مليار دولار، أما دول الاتحاد الأوروبي فتنفق سنويًا 334.3 مليار دولار للغرض نفسه. وإذا علمنا أنه في الثلاثين سنة الأخيرة تم إنتاج

وتجميع معلومات تفوق كل المعلومات التي تم إنتاجها منذ خمسة آلاف سنة؛ أي: منذ اختراع الإنسان الكتابة.. فهل يجادل أحد أننا في عصر المعلومات؟!

وفي عالم المعلومات هذا يستحيل على صانع القرار في مجالنا الدعوي أن يحيط علمًا بأوضاع مليار وثلاثة أرباع المليار من المسلمين في القارات الست، ومتغيرات حياتهم؛ ليعرف أيهم يخاطب، وكيف يخاطبه، وأي الموضوعات يقدم، وأيها يؤخر، وعلى أي شيء ينفق موارده، وكيف يقوم بتوزيعها التوزيع الصحيح.

لكن ماذا لو صيغ هذا المقدار الهائل من المعلومات بعد جمعه وتصنيفه في إحصاءات دقيقة مركزة أو رسم بياني منسق بمهارة؟!

حينها فإن صانع القرار الدعوي يتمكن في وقت يسير من معرفة نسبة العلماء للعوام، والفقراء للأثرياء، وعدد المتحدثين بكل لغة بين المسلمين، وما ينقص كل ما سبق من محتوى دعوي، والصورة المناسبة لإخراج المحتوى الذي يحتاجونه، وكذلك الشبهات الأكثر جدلاً بين غير المسلمين في شرق أوروبا، أو الموضوعات الأكثر أهمية للمسلمين الجدد في إفريقيا، ونحو ذلك. إن هذه الإحصاءات هي سراج يضيء طريق صانع القرار، كي يسير على بصيرة، ويجذر من المزالق فيتفادها بحكمة، ويصير تفاصيل هدفه بدقة... فيصل إليه بثقة إن شاء الله تعالى.

ولأجل ذلك كانت وحدة الرصد المعلوماتي:

فالوحدة تسعى إلى تقديم الإحصاءات والمعلومات التي تمكن المشتغلين بالشأن الدعوي من إعداد

الدراسات الدعوية المتقنة، ثم اتخاذ القرارات السديدة الراشدة على ضوءها. ومن أهم المشكلات التي ستعالجها وحدة الرصد المعلوماتي إن شاء الله:

1- مشكلة التشتت وتكرار الجهود في العمل الدعوي.

2- مشكلة عدم معرفة الأولويات الدعوية.

وما يترتب على هذين الأمرين من إهدار للجهود والأموال في تكرار العمل، أو صنع ما غيره أولى منه والحاجة إليه أشد.

أما الفكرة التي قامت عليها وحدة الرصد المعلوماتي:

بناء نظام معرفي شامل يوفّر المعلومات والإحصاءات والأبحاث المتعلقة بأوعية المعلومات الدعوية، ويساعد في صناعة السحابة الدعوية للمحتوى الدعوي؛ لتسهم في تطوير الدراسات الدعوية وإثراء المحتوى الرقمي الدعوي بلغات العالم، وذلك عبر بناء التالي:

1- قواعد بيانات:

إنشاء قواعد بيانات ضخمة يجمع فيها كل ما يتعلّق بالدعوة والمحتوى الدعوي من معلومات وبيانات.

2- صناعة الحوسبة السحابية الدعوية:

وذلك من خلال الاستفادة من قواعد البيانات المتعلقة بالمحتوى الدعوي، وإثراء المكتبة الرقمية على الإنترنت بالمحتوى المميز وتطويره ونشره.

3- محرّك بحث:

إنشاء محرّك بحث عالمي متطوّر، يؤمّل أن يكون محرّك البحث الأول في العالم الإسلامي، ليقوم بالبحث في قواعد البيانات المترابطة.

أما أهداف الوحدة:

1- الاستشراق لمستقبل الدراسات الدعوية والمحتوى الدعوي، ورسم خارطة طريق

للعمل الدعوي وتوجيهه الوجهة الصائبة.

2- توفير المعلومات الإحصائية بالمنتج المصنّف في المحتوى الدعوي باللغات.

3- تقديم الخدمات المعلوماتية للمهتمين بالدراسات والمعلومات الدعوية.

4- معرفة الفجوات والخلل والألويات في العمل الدعوي.

5- الإسهام في إثراء الساحة الدعوية بالمحتوى الدعوي المميز بلغات العالم.

مخرجات الوحدة:

1- مخرجات قواعد البيانات.

2- مخرجات الحوسبة السحابية الدعوية.

مصادر المعلومات:

تنقسم المعلومات التي ستعتمد عليها وحدة الرصد المعلوماتي إلى قسمين:

1- معلومات سيجمعها فريق المركز بالدراسات المسحية، والزيارات الميدانية،

والاستبيانات الإلكترونية، وسؤال أهل الخبرة بشكل مباشر.

2- معلومات يتم جمعها من مصادر أخرى بالاعتماد على منشورات الآخرين، ثم

العمل على تحليلها، والاستفادة من المناسب منها؛ مثل:

1- مراكز البحوث والمعلومات والدراسات.

2- المراكز والجمعيات الإسلامية.

3- وزارات الأوقاف والشؤون الإسلامية في العالم الإسلامي.

4- الجامعات والمعاهد.

5- الموسوعات المختصة والتقارير الموثوقة.

6- شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) (209).

(209) من خلال زيارات وجلسات مع فريق جمعية أصول.

وتعمل جمعية أصول الآن لمشروع تأسيس مركز التميز الدعوي الذي يعتني بالاستراتيجيات الدعوية وتحليل المواقع الدعوي والأولويات الدعوية وغيرها كثير وجاء في فكرة المشروع حسب ما هو مكتوب في المنصة الرسمية للجمعية التالي:

أولاً: مبعث الفكرة

هناك بحمد الله تعالى العديد من الجهات والأفراد العاملين في ميدان الدعوة بمجالاتها المختلفة، ومن صانعي المحتوى ومقدميه..، ومع أن الميدان متسع للمزيد إلا أن هناك مجالات هي أكثر حاجة وأكثر أهمية، لكن لصعوبتها واحتياجها لمواصفات خاصة فقل من يقوم بها، ولا ينبري لها إلى من تأسست لديه الشروط والمعايير.

وتلك هي : المجالات المعنوية ببيان الرؤى للواقع وللمستقبل الدعوي، وتقديم المعلومات الموثوقة والواقعية والتفصيلية، والمساندة الاحترافية في ذلك وبناء بيت الخبرة الدعوي .. بحيث تقود القطاع الدعوي وتؤثر فيه وتنضجه..

ولذا تكمن مبعث الفكرة في إيجاد مركز مختص للتميز الدعوي وبناء بيت للخبرة وصناعة قاعد معلومات بيانية ومعرفية تفاعلية ومتكاملة ومرصدا دعويّاً شاملاً لتكون مرجعاً تبنى فيه المعايير والإجراءات والأدلة وتنضج فيه الخبرات والأدوات المختلفة، وتطور فيه الوسائل والأساليب الدعوية، ويحدد التطلعات والأولويات الدعوية وتحدد فيه الممارسات والتجارب الناجحة في القطاع الدعوي وتنمذج وتطور وتعالج من خلالها النوازل الدعوية، وتبنى فيه الاستراتيجيات الدعوية بناء على الدراسات والمعلومات الدعوية والتي يجمعها ويحللها المركز مع اتخاذ كل الممكنات المختلفة والتدريب المستمر والاستفادة من أساليب المحاكات والنماذج الإدارية المختلفة، والسعي للتنسيق بين الجهات ذات العاملة وذات الاختصاص ليكون موجهاً ومعيناً وداعماً لكل جهة أو كيان أو أفراد لنهض بالقطاع الدعوي على الوجه المأمول منه.

ثانياً: دراسات أولية

هناك كثير من الجهات العاملة في الميدان ولكن:

- كثير منها معني بالدعوة المباشرة كعامة جمعيات الدعوة والإرشاد، وجمعية رحماء الدعوة وغيرها
- بعض الجهات اعتنت ببعض المجالات البحثية جمعية بصيرة (الجمعية السعودية للدراسات الدعوية) وبعض الوحدات والمجالات الجامعية.
- هناك ندرة في الأشخاص ذوي الرأي الشرعي الدعوي، وصعوبة الوصول إليهم ونفعهم لعامة الناس.
- هناك فرص تقدمها الإمكانيات التقنية والإدارية وفرص السوق.
- حصل مركز أصول على أفضل فكرة إبداعية في جوائز السبيعي للتميز في العمل الخيري والتي كانت عن المرصد الدعوي ففيها تفاصيل أكثر حول بناء قواعد البيانات الدعوي والحوسبة السحابية.
- كما أن للمركز أكثر من 60 دراسة عن البلدان واللغات وغيرها، وموقعها للدراسات الدعوية هو (المستودع الدعوي الرقمي).

ثالثاً: الفكرة

مركز يعتني بخدمة المجال الدعوي في:

- 1- وصف الواقع الدعوي وما يتصل به بالمعلومات الموثوقة التفصيلية، وترجمة ما يلزم باللغات الأخرى إلى العربية.
- 2- الرؤية الإستراتيجية والاستشرافية للدعوة..
- 3- تأسيس وتقريب المنهجيات والمعايير الدعوية، وسد فجوات الدراسات التخصصية أو التنسيق مع من يسدها.

- 4- قواعد البيانات للبحوث والجهات والشخصيات ومصادر المعلومات ..
 - 5- معمل ابتكار وبنك للأفكار سواء في التوجهات أو في المبادرات ..
 - 6- مرجع عملي لمساندة المؤسسات والمشاريع الدعوية بالأدلة الإدارية والإجرائية في العمل المؤسسي والمشاريع وصناعة المحتوى وغيرها.
 - 7- رصد ونمذجة التجارب الدعوية الناجحة، وخصوصاً مشاريع أصول، وتحويل المشروع الدعوي إلى نموذج يمكن استنساخه أو الاستفادة جزئياً منه.
 - 8- حاضنة ومسرعة أعمال للأفراد وللمشاريع الدعوية النوعية الناشئة، عبر التوجيه والتأهيل والمساندة ومشاركتها مع الآخرين.
 - 9- إدارة المعرفة الدعوية من خلال قواعد البيانات المختلفة وتوظيف الذكاء الاصطناعي في كثير من البرامج والمشاريع المختلفة.
 - 10- يقدم المركز كل ما يتعلق بخدمات مكتب إدارة المشاريع بمستوياتها المختلفة.
 - 11- تقديم الاستشارات في الرؤى الإستراتيجية للجهات الدعوية، وطلاب البحوث، وفي تقويم المشاريع الدعوية القائمة أو المستهدفة بالبناء والمنح.
 - 12- التنسيق بين الجهود ذات العلاقة والمهتمين.
- فهو مركز يمثل ما تمثله مراكز التميز، وبيوت الخبرة، وحاضنات الأعمال، ومسرعات الأعمال، ومراكز التفكير، ومعامل الابتكار، ومراكز الاستشارات ..
- وهي لا تمكن أن تكون حالياً كل تلك الأنواع بصورتها الكاملة، لكنها تمثلها بالتدرج، خصوصاً مع قلة الجهات التخصصية، مما يعني أن تأسيس هذه التخصصات أمر بالغ الأهمية والتأثير، خصوصاً وأنها يمكن أن تختصر الطريق مع شراكتها مع ذوي التخصص، بحيث تركز هي على الجزء الأهم وهي المعلومات والرؤية والقيادة ..

و(أصول) حالياً تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، والرؤى الإستراتيجية، والأدلة الإدارية والإجرائية، والعلاقات، وغيرها، بالإضافة إلى خبراتها وخبرات أصدقائها غير المكتوبة، مما يعني وجود أرضية كبيرة يمكن الانطلاق منها بتوفيق الله تعالى.

رابعاً: القيمة المضافة

1- التركيز على قيادة القطاع الدعوي بالرؤية والمعلومة والخبرة وليس على ممارسة الدعوة فقط.

2- الجمع بين الرؤية العميقة وبين الواقعية والعمل؛ حيث هي تمارس الدعوة عملياً في مشاريعها الأخرى.

3- التركيز على توريث الخبرات عبر إنضاجها وتعميمها، فهي توسع التأثير عبر تحويل المشروع الدعوي إلى نموذج يمكن استنساخه أو الاستفادة جزئياً منه.

4- الاستفادة المتقدمة من الإمكانيات التقنية والإدارية والخبرات البشرية في ذلك.

العلاقة الإيجابية مع ذوي علاقات متعددة، مما يختصر الطريق عبر الجمع بين ذوي الخبرات (210).

الخاتمة والنتائج

الخاتمة

وفي نهاية البحث أذكر أهم النتائج التي توصلت إليها

- إن المؤسسات الإسلامية وسائلَ متنوّعةً، وأساليبَ متعدّدةً؛ وهذا يَحَقِّقُ في المحصّلة النهائية تكامل الجهود، وتناسق العطاء، للوصول إلى الأهداف المنشودة، من المؤسسات الدعوية.
- لا مجال للنزاع حول مشروعية العمل الدّعوي، وهذا ما يؤكده الكتاب والسنة وإجماع المسلمين على البر، كذا أقوال الصحابة والتّابعين.
- إن أهمية العمل الدعوي تكمن في قدرته على القيام بإبلاغ الدعوة، ونشرها، مع العناية بتحقيق ضوابطها، والالتزام بشروطها.
- لا غنى للبشرية عامّةً، وللأمة الإسلامية خاصّةً عن العمل المؤسسي الدعوي، فهذا يساهم في تبليغ رسالة الإسلام في مشارق الأرض ومغاربها، والردود على الشُّبهات المُثارة دائماً حول الإسلام، من خلال عمل مؤسّسيٍّ محدّد الأهداف، وبامتلاك الوسائل والإمكانات المادية والبشرية.
- هناك عدة عوامل تميز العمل المؤسّساتي الدعوي، (كأصالته، والثقة به، والمرونة في عمله... الخ)
- لتطوير العمل المؤسّسي الدعوي، أهمية تكمن في تطوير الموارد البشرية، وتدريب الكوادر العاملة، كي يؤدي الأهداف المرجوة منه.
- من أهم شروط نجاح العمل الدعوي: (توفر القناعة بهذا العمل، أن تكون القرارات مصدّرة من مجلس واحد، تغليب لغة الحوار على نقاشات المجلس، الاستفادة من خبرات العاملين السابقين، التسامي عن الخلافات الشخصية، إتقان التخطيط والعمل، التطوير باستمرار، تنوع مصادر الدخل، الاهتمام بالعمل المعلوماتي وإعطائه الأهمية في المؤسسة... الخ).

- إن (جمعية أصول) إحدى المؤسسات الدعوية في العالم الإسلامي، تهدف إلى نشر العلم النافع، إضافة إلى تعليم المسلمين أمور دينهم، والرد على الشبهات التي تدور حول الإسلام، مستخدمة التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله).
- توافق رؤية (جمعية أصول) مع رؤية المملكة 2030، لتقديم نموذج من السياحة الثقافية، ولمد جسور التواصل المعرفي مع المجتمعات الأخرى.
- تعمل (جمعية أصول) ضمن مجالات ثلاثة، هي: (أصول الدراسات، وأصول المحتوى، وأصول التعليم)، وما يندرج تحتهم من فروع.
- تتبع الجمعية أحدث أسلوب علمي عالمي في طريقة تنظيم وتنفيذ برمجيات الأكواد، والتي تُعرف بمعايير البرمجة المتجهة الحديثة.
- التصميم له أهمية كبرى في سهولة وانتشار الموقع، وله ميزات ليحقق السهولة والنجاح، أهمها: (سهولته واندماجه مع المحتوى، سهولة تصفحه وتحميله، واستخدام الألوان التي تتسم بالثبات وراحة للعين، بالإضافة إلى عمل تصميم على أكثر من جهاز مختلف، كأجهزة الكمبيوتر الشخصي والمحمول والأجهزة اللوحية دون الحاجة إلى تصميم مخصوص لكل نوع من هذه الأنواع) كالتصميم المتجانس، والتجاوبي، إضافة إلى ذلك يفضل استخدام أطر العمل الشهيرة والمعتمدة في عملية التصميم.
- إن (جمعية أصول) استخدمت التطبيقات الذكية في عملها، إضافة إلى انتشارها على وسائل التواصل الاجتماعي.
- إن نظام التواصل المؤسسي وأنواعه، وطريقة إتقانه، من أهم وسائل نجاح العمل المؤسسي الدعوي، كالاتصال الداخلي والخارجي، والاتصال النازل والصاعد والأفقي.
- هناك مواصفات قياسية تساعد في أرشفة الوثائق مع إمكانية البحث والوصول إليها، كالفهرسة عبر الكلمات المفتاحية، السماح بتعدد المستخدمين في الوقت نفسه، إضافة إلى تعدد الإصدارات، ودعم التوثيق، وتوليد الرموز لكل ملف، وإمكانية رفع ملفات أو

صور من الجهاز إلى نظام الأرشفة بشكل جماعي، وإمكانية إطلاع مسؤول النظام على سجلات النظام بحيث يعرض جميع العمليات التي يقوم بها المستخدمون، ووجود قسم خاص بالإشعارات للبريد الإلكتروني والرسائل القصيرة (SMS).

- تستخدم (جمعية أصول) استراتيجية خاصة للتسويق، منها: العمل على جمع الرسائل الإلكترونية بطرق مختلفة، وذلك بتوفير دراسات وملفات ثرية بالأعمال، والأدوات، والمعلومات مجاناً، إدارة حملات الترويج عبر البريد الإلكتروني، استخدام برامج التسويق المشهورة، استعمال رمز (كود) برمجي لمعرفة حسابات (الفيسبوك) التي دخلت على الموقع، ومن ثم استهدافها في إعلانات (الفيسبوك)، تصميم استبيانات سهلة التعبئة، عمل مسابقات كل فترة على أفضل فكرة أسبوعية، انتقاء المنتجات المترابطة ببعض الكتب التي لها نظير ولها فيديو مماثل، عمل حملات (campaigns) وربطها بـ (landing page) الآلية التي سيعمل بها أسلوب digital marketing (funnel).

- التخطيط المستمر لإنشاء حملات إعلانية بناء على الأهداف، وعرض ذلك بشكل مبتكر، وبتصاميم احترافية، على منصات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، انستغرام... الخ).

- وجد البحث أن تجربة الجمعية في إدارة المشاريع لها صبغة خاصة تناسب وضع الجمعية بالمعطيات والممكنات التي لديها.

- إن جمعية أصول قد حصلت على جوائز التميز في العمل الخيري وفق النماذج المعتمدة، وجوائز أخرى، بسبب توفر عناصر التطور والتميز، إضافة إلى الابتكار المؤسسي.

- إن جمعية أصول تعاملت مع أنواع مختلفة من المستفيدين، من خلال المزيج الدعوي للمنتجات، إضافة إلى تمييزها بين المستفيدين والمدعويين، وتقسيمهم حسب اعتقادهم، كما اعتمدت على معالم أساسية في الدعوة إلى الله لغير المسلمين، كالرجوع إلى أصول الدين،

إضافة إلى أن يسلك الداعي أسلس السبل وألينها، وغير ذلك من أساليب تقربهم من الدين ولا تنفرهم منه.

- لجمعية أصول دراسة موسوعة عن المسلم الجديد، وطريقة معرفة احتياجاته واهتماماته، والتعامل معها بحذر ودقة.

- حرصت أصول على الاهتمام بتقسيم الفئات العمرية وإنتاج محتويات تناسب كل فئة دون التركيز على فئة وإغفال الأخرى مع الاهتمام برد ما يروج من الباطل أو الشبهات أو ما يستهدف طائفة معينة أو فئة عمرية دون غيرها.

- اهتمت جمعية أصول بأصناف المدعوين حين تحدث عن أولويات العمل الدعوي، حيث جعل للأولويات مرجحات واقعية؛ منها المرجح الزماني، ومنها المرجح بحسب مستقبل المحتوى الدعوي.

- من أهم النماذج التطبيقية لجمعية أصول في توجهه للمدعوين على اختلافهم المستودع الدعوي الرقمي بتصنيفاته المتعددة.

- إن المحتوى الدعوي بما فيه من كتب وأفلام وبطاقات وصوتيات وتطبيقات ومواقع دعوية وترجمات للقرآن الكريم، خير دليل على الجهود الحثيثة التي بذلتها أصول وما تزال تبذلها في خطاب المدعوين والتوجه إليهم، إضافة إلى المنصات التعليمية، والتوجيهية، مضافاً إليها خدمات المراكز الإسلامية بما تحويه من محتوى مرئي وبطاقات دعوية باللغات، وغير ذلك.

- إن جهود (جمعية أصول) في المواد الدعوية تظهر من خلال بعض الإحصائيات فهي عملت على 1170 دقيقة مرثيات، بما يعادل 750 مقطعاً مرثياً و1500 منشور ومنتج دعوي، و600 دقيقة صوتيات، و65 دراسة، و500 كتاب دعوي، و50 موقعاً إلكترونياً. كما وصل عدد زوار المواقع لأكثر من 100 مليون زائر والوصول لأكثر من مليار.

- إن أهداف خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي الخاص بجمعية أصول تعتمد على القضية الكبرى الجامعة للأهداف وهي تعبيد الناس لرب العالمين.

- إن وجود بعض الفجوات في العمل الدعوي المؤسسي ناتج عن الجهود الفردية، والمحدودية داخل المؤسسات، وعدم وضوح الأهداف، وعدم جاهزية المؤسسة لمواجهة الأزمات، إضافة إلى فقدان التوجه السليم في اختيار الموارد البشرية المناسبة، إضافة إلى افتقاد المؤسسة للاستقرار المالي والإداري، وقد جُمعت إجابات عينة وُزعت عليهم استبانات لمعرفة أهم نقاط الضعف في الجمعية وكانت الإجابات مختصرة كالتالي:

● ضعف التسويق من أهم نقاط الضعف في عمل جمعية أصول، بينما ضعف القيادة والخلل في الحوكمة، وضعف الابتكار والتميز المؤسسي لم ينل شيئاً من الإجابات وهذا شبه إجماع من المشاركين في الإجابات أنها ليست من نقاط الضعف في عمل جمعية أصول.

لكن هذا لا ينفي وجود نقاط قوة فيها، قدمها الباحث عن طريق أجوبة لاستبانات حصل على إجابات نُختصرها فيما يلي:

● إن أهم نقاط قوة جمعية أصول بناء على الإجابات المجموعة كان أن الجمعية لها من الاحترافية والابتكار وخدمة اللغات المختلفة ووجود القائد، بينما كانت الجمالية الشكلية ووجود المقر آخر ما ركزوا عليه في إجاباتهم.

أما نقاط الفرص المتوقعة لجمعية أصول كانت إجابات العينة كالتالي:

● الفرص التقنية، والتواصل العالمي، وبناء شراكة مع القطاع الخاص، ودعم رؤية 2030 في خدمة السياح، وتطوير القطاع غير الربحي.

وقد سأل الباحث العينة عن أهم نقاط التحدي لجمعية أصول وكانت إجاباتهم مختصرة

ومرتبة كالتالي:

● إيجاد أوقاف تغطي احتياجات الجمعية، ووجود الكوادر البشرية المؤهلة،
وتوسيع منتجات الجمعية، إضافة إلى الدعم المادي المستمر، واعتماد الجمعية على
التقنية، إضافة إلى إيجاد قيادات فعالة في الصف الأول والثاني كي لا يكون العمل
متوقفًا على جهد شخص واحد وعطائه، بإجابة شخص واحد.

- وجوابًا على سؤال عن القيمة المضافة التي تميزت بها جمعية أصول أجابت العينة بأن
الجمعية تميزت وفاقته أقرانها من الجمعيات والمؤسسات الدعوية، بسبب تنوع
الاختصاصات، والابتكار، وإنتاج المحتوى المتميز، وتعدد اللغات والمشاريع، والانفتاح
للأفكار الجديدة والتركيز على المنتجات بجودة عالية.

- وقد سأل الباحث عن توقعات العينة لمستقبل جمعية أصول فكانت إجابات العينة
تتوقع نجاحًا للجمعية في خدمة الكتاب والسنة، وسد فجوة في العمل الدعوي، إضافة إلى
التوسع وإيجاد فروع ومشاريع كمراكز مستقبلية.

وفي النهاية يمكننا القول بأن للمؤسسات الدعوية ولا غنى للبشرية عن العمل المؤسسي، لكن
يعتمد على شروط لنجاحه، إضافة إلى أهمية استشراف العمل الدعوي لأنه أساس في إبطار
المستقبل من خلال بناء مقدماته، معتمداً على التخطيط والدراسة ووضع رؤية واستراتيجية
مناسبة لكل مرحلة من المراحل، وبناء مراكز أبحاث تزود العمل الدعوي بما يحتاجه وتقدم له
إحصائيات ومعلومات في سبيل تطوير العمل الدعوي وتحسينه.

التوصيات

التوصيات

يعد العمل المؤسسي اليوم ضرورة ملحة في نجاح البرامج والمشاريع والأعمال وتطويرها واستمراريتها وتفوقها، لاسيما في هذه الأعصر المتأخرة التي تطور فيها العلم على كافة الأصعدة الإدارية منها والعلمية، ولنجاح العمل لا بد من الإحاطة بظروف هذا العمل، وبناءه على أسس صحيحة، للوصول إلى الأهداف المرجوة، كالوقوف بجانب المستضعفين، وتوسيع دائرة المنتمين للإسلام، وفي نهاية هذا البحث المعنون بـ(جمعية أصول الدعوة وجهودها في الدعوة إلى الله)، كان لا بد من بعد التوصيات لنجاح العمل المؤسسي، التي وجد البحث الضرورة لذكرها، ومن أهمها:

- الحض على العمل التعاوني بين المسلمين، ليصل إلى أهدافه المرجوة.
- إتقان العمل المؤسسي بقواعده وشروطه، لأنه يختصر الكثير من الوقت والجهد، وتعويض النقص الكبير في أعداد الدعاة المؤهلين على مستوى الأمة الإسلامية.
- إنه لمن المهم جدًا التطوير الدائم للعمل الدعوي، وعدم الوقوع في فخ الاستقرار وترك الأمور تسير بالدفع الذاتي، وإلا حتمًا ستظهر المشكلات وتزداد التحديات والعوائق.
- "العمل الخيري يحتاج إلى جميع أفراد المجتمع الإسلامي، ومن هنا يجب الاهتمام بتوظيف العنصر البشريّ بكلّ فئاته، وأنواعه، وقدراته، واستعداداته، وإمكاناته؛ لخدمة العمل الخيريّ وتطويره، والارتقاء به؛ لسدّ احتياجات المسلمين من جميع الجوانب: الاقتصادية والتعليمية والتربوية والصناعية والزراعية والاجتماعية والصحية.
- الاهتمام بتدريب العناصر البشرية في العمل المؤسسي، مما يعطي للإدارة المؤسسية توزيعًا مناسبًا للعناصر ضمن المؤسسة، مما يؤدي إلى تسهيل مهمة الإشراف على العاملين، وتوطيد العلاقة فيما بينهم، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية.

● تصدير القرارات من مجالس ولجان في العمل المؤسسي الدعوي، لا أن تكون هذه القرارات من الأفراد، لما في ذلك من تصدير لقرارات أصح، معتمدة على خبرات العاملين الموجودين والسّابقين، ولما ذلك من تأثير على تقليل الخلافات الشخصية في المؤسسات.

● تنويع مصادر الدخل من خلال الاستثمارات، وتوسيع القاعدة الجماهيرية، والتركيز على بناء كفاءات محلية لضمان استمرار العمل.

● السعي للدخول في شركات مع مؤسّسات غربية، تعمل بنفس الأهداف، مع مراعاة حدود صارمة لذلك؛ حتى لا يتمّ تميع عقيدتنا، وأسلوبنا الخاص في الحركة.

● البحث المستمر عن التغطية الرسمية لجميع أنشطة وبرامج المؤسسات الإسلامية، سواء داخل بلدانها الأصلية، أو الدول المضيفة.

● اكتشاف وتضيّد الفرص الجديدة في شتى المجالات المرتبطة بالعمل الدعوي المؤسسي.

● توظيف شبكة الإنترنت في كل مجالاتها في عمل المؤسسات الدعوية على كل الأصعدة؛ حتى تواكب التطوّر الذي وصلت إليه المؤسسات في الغرب، وتنفذ أهدافها واستراتيجياتها في أسرع زمن وبأقلّ تكلفة.

● إنشاء مواقع إسلامية دعوية باللغات الأجنبية المختلفة؛ كالإنجليزية والفرنسية والروسية والسواحلية تحت إشراف المجيدين والممارسين لهذه اللغات؛ للتواصل مع شريحة كبيرة من أمة الدعوة.

وفيما يخص جمعية أصول، فإن نشأتها كانت نقلة نوعية في العمل الدعوي المؤسسي، لما قامت عليه من أسس صحيحة، ستؤدي بالضرورة إلى نتائج صحية — بإذن الله —، لكن كان لا بد من التأكيد والتوصية ببعض التوصيات، يلخصها البحث بالآتي:

- الإسراع في بناء بيت للخبرة الدعوية يقدم الاستشارات والتدريب في جوانب جودة المحتوى للجهات العاملة على صناعته، لما لذلك من أثر في تطوير العمل المؤسسي.
- إعداد كتب علمية ولوحات دعوية بلغات العالم المختلفة وترجمتها؛ لتعليم قواعد الإسلام الصحيح، والتعريف بأصوله ومبادئه وقيمه، مع السعي لأن تكون بأعلى معايير الجودة العلمية واللغوية والفنية، والحرص على أن تناسب الفئة المستهدفة لغةً وأسلوباً ووسيلةً.

- صناعة مقاطع مرئية متميزة وجذابة؛ تتناول موضوعات متنوعة عن رسالة الإسلام وأصوله، وتقوم برّد الشبهات عنه، مع الحرص على أن تكون باحترافية عالية، وبما يتناسب مع الفئات المستهدفة.

أما فيما يخص الجانب الإداري والمعلوماتي لجمعية أصول، فقد خلص البحث إلى عدة توصيات، من أهمها:

- استخدام نظام تواصل احترافي، يسهل عملية التواصل بين أفراد المؤسسة.
- التوسع والاهتمام بالبرمجيات الحديثة، والتدرب عليها، وإيجاد فريق محترف يؤدي الأهداف بأقصر الطرق والأوقات.
- استضافة الأكواد البرمجية على استضافة سحابية وليست عادية؛ وذلك لسهولة إدارة الموارد والتحكم بها في صورة كاملة.
- استخدام المواقع والخدمات التي تسهل عملية رفع الملفات واستضافتها مثل: (S3 Amazon) وغيرها في حالة إذا كان معدل نقل البيانات ليس كبيراً أو ضخماً؛ لأن هذا الحل يكون مكلفاً في هذه الحالة.

- يجب أن يكون هناك نسخ احتياطية (يومية/أسبوعية/شهرية) من خلال خدمات محترفة تقدم هذه الخدمة في داتا سنتر مختلف عن المكان نفسه الذي يُستضاف به الموقع.

- استخدام الخدمات الجاهزة التي توفر الحماية وتعمل كبروكسي للموقع مثل خدمة (cloudflare) وغيرها من الخدمات التي توفر الكثير من الجهود.

بالإضافة إلى أن التصميم له أهمية كبيرة في استخدام وانتشار الموقع، من حيث التقنية بحيث يظهر بشكل صحيح على كافة الأجهزة المختلفة، سواء المحمولة أو التابلت أو أجهزة الكمبيوتر، لذلك كان لا بد للبحث من التوصية ببعض الأشياء، من أهمها:

- يجب ألا يتداخل التصميم في المحتوى ويجعل قراءته صعبة، ويجب أن ألا تمنع أرضية التصميم قراءة المحتوى أو تشوش عليه، ويجب ألا يصاحب التصميم عائق للقراءة السلسة للمحتوى المعروض.

- يجب أن يكون نظام التصفح سهلاً وواضحاً للمستخدم، ولا يحتاج منه جهداً للوصول إلى الصفحة المراد الوصول إليها، كما يجب أن تكون وصلات التصفح نفسها واضحة في الصفحة في مكان بارز، إضافة إلى أنه يجب أن يعلم المستخدم هو في أي صفحة من صفحات الموقع بتوضيح العنوان في مكان ظاهر له أو بتغيير لون وصلة الصفحة الراهنة.

- يجب أن تكون صفحات الموقع متجانسة، فيتعرف عليها المستخدم كصفحة من صفحات الموقع حتى ولو كانت الصفحات الداخلية بها اختلافات كبيرة عن

الصفحة الرئيسية، فيجب أن يجمع صفحات الموقع كشكل أساسي يمكن أن يميزه المستخدم.

- يجب أن يمتاز تصميم الموقع بسهولة التحميل.
 - يجب اختيار لوحة ألوان آمنة لاستعمال الزائر، كالألوان المتضادة، إضافة إلى حيوية الألوان.
 - استخدام وتطوير برامج الأرشفة الإلكترونية ومتابعة المعاملات والمهام وسير العمل.
- وكان لجانب التسويق الإلكتروني اهتمامًا في هذا البحث، وبعد إجراء البحث والدراسة توصل البحث إلى عدة خصائص عديدة، من أهمها:
- العمل على جمع الرسائل الإلكترونية بطرق مختلفة، وذلك بتوفير دراسات وملفات ثرية بالأعمال، والأدوات، والمعلومات مجاناً مقابل أخذ البريد الإلكتروني للشخص، ومن ثم الاستفادة من بريده (إعلانات استهداف محتوى).
 - استخدام برامج التسويق البريدي مثل (mailchimp.com)
 - استعمال رمز (كود) برمجي لمعرفة حسابات (الفيسبوك) التي دخلت على الموقع، ومن ثم استهدافها في إعلانات (الفيسبوك).
 - عمل مسابقات كل فترة على أفضل فكرة أسبوعية دعوية، ومن أمثلة ذلك: أفضل فكرة لفديو دعوي-أفضل فكرة دراسة دعوية.
 - انتقاء المنتجات المترابطة ببعض الكتب التي لها نظير ولها فيديو مماثل.
 - عمل (لاندينج بيدج - موقع مصغر - لكل - مجموعة منتجات - مترابطة).

- عمل حملات (campaigns) وربطها بـ (landing page) الآلية التي سيعمل بها أسلوب (digital marketing funnel).
- تطبيق اختبار أ/ب (A/B testing) على الصفحة لتحسين نسب التحويل (تحميل الكتاب مثلاً).
- عمل إعلانات (retargeting) يُستهدف فيها الأشخاص الذين زاروا تلك الصفحة.
- عمل صفحة هبوط تتحدث عن الفكرة، بحيث يتحول الزائر أو الشخص الذي شاهد الفيديو لصفحة أخرى وهي تسمى (صفحة هبوط) يكون بها معلومات تفصيلية أكثر عن الفكرة.
- عمل مشاهد ثابتة دعاية للجمعية في نهاية الفيديو وتوضيح طرق التواصل.
- توفير طرق تحميل الفيديوهات وتحويلها لصيغ مختلفة وتوفيرها بمستويات جودة مختلفة لتسهيل نشرها.
- إعطاء وقت لتسويق كل فيديو حتى يصل لمشاهدات معينة، ثم البدء بتسويق الفيديو الذي بعد.
- العمل على صناعة محتوى قوي ونشره على هيئة تصاميم احترافية... (تصاميم، ومنشورات حصرية وخاصة بصفحة الموقع، تُراعى فيها الجودة العالية، وجودة

المحتوى، ومعايير أخرى خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي تهدف إلى نشر المحتوى بشكل أوسع، وإشهار الموقع، واسمه، وتعريف المستخدمين بالموقع بشكل أوسع).

● التفاعل مع الرسائل والتعليقات وعدم تجاهلها نهائيًا، والعناية بالاقتراحات، والملاحظات، والمشاركات، سواء على في موقع (يوتيوب) أو (فيس بوك) أو (تويتر).

● متابعة الإحصائيات بشكل دوري والتفاعل معها، واستخدامها في أقسام المشروع الأخرى.

● التخطيط لإنشاء حملات باستمرار بناءً على الأهداف، وعرض ذلك بشكل مبتكر وبتصاميم احترافية، ومعرفة ماذا يريد المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي.

● تهيئة الموقع لمحركات البحث المختلفة، كي تناسبه برمجياً وتصميمياً.

● تسخير الطاقات والأدوات التقنية والفنية لخدمة المحتوى الدعوي

وفيما يخص إدارة المشاريع، تبين للباحث أن البرامج والمشاريع يتم توجيهها بما يخدم الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، مع التأكيد على توصيات، أهمها:

● التركيز على العناصر الأساسية في إدارة المشاريع من خلال إيجاد الأدوات الملائمة.

● الإلمام بالمعارف والمهارات والسلوكيات التي يتطلبها توجيهه وتحفيز وإدارة الفريق

ومساعدة المؤسسة في تحقيق أهداف الأعمال.

● تنسيق وتنظيم نشاطات ومهام المؤسسة ما بهدف تحقيق أهداف معينة.

وفيما يخص الجانب المالي، بين البحث أن جمعية أصول تعتمد على الدعم المالي المقدم من المؤسسة المانحة ورجال الأعمال الداعمين للمشاريع الدعوية والخيرية، لذا فإن منتجات الجمعية مجانية وغير ربحية ومتاحة للمؤسسات والجهات الدعوية والدعاة والأفراد.

وفي نهاية هذه الفقرة يوصي البحث بعدة أمور، منها:

- العمل على فتح الدعم للمشاريع عن طريق (التبرعات، نشر حسابات الجمعية في المواقع الإلكترونية التابعة للجمعية، الأوقاف).

- تنويع الموارد، واستدامتها، والاستفادة من المنصات الحكومية، وبرامج دعم الجمعيات، ودعم الجهات الربحية والأفراد.

- ضبط العمليات المالية، وترشيد المصروفات، وسلاسة إجراءاتها.

ولما كان النجاح في عالم الأعمال لا يقتصر على مجرد وجود فكرة تجارية مميزة، ولما كان تحويل تلك الفكرة من قبل الشركات الصغيرة، والمتوسطة إلى قيمة تقدمها تلك الشركات لعملائها عبر منتجاتها، أو خدماتها، كان ذلك بحاجة إلى سلسلة من الممارسات الابتكارية التي وصل

البحث إلى توصيات منها:

- تقييم الكفاءات الشخصية، والتقنية والجماعية لدى فريق عمل الجمعية.
- تقديم التوصيات التي تساعد قادة الشركات في تطوير تطبيق ممارسات الابتكار في

شركاتهم.

● الاستجابة لاحتياجات المستفيدين، والتعامل مع البيانات، وتحديد الأهداف ومؤشرات الأداء.

● تطوير القدرات الشخصية، والتقنية، والجماعية في المؤسسة مما يزيد من فرص الابتكار فيها.

وقد بين البحث كيفية تعامل جمعية أصول مع أصناف المستفيدين المختلفة من خلال استراتيجية معينة، وفي نهاية تبيان تلك الاستراتيجية توصل البحث إلى عدة توصيات من أهمها:

● أن يتعرف الداعية أثناء دعوته لأهل الكتاب على عقائدهم وأنواعهم وبيئاتهم ولغاتهم وثقافتهم، وغير ذلك من الأمور التي تساعد في اختياره الوسيلة والأسلوب المناسب في دعوتهم إلى الله، مع التركيز على استعمال الوسائل الدعوية المتنوعة المؤثرة وخاصة الوسائل المعاصرة؛ مثل: وسائل الإعلام والاتصالات، وبرامج الحاسب الآلي، وشبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، وترجمات معاني القرآن الكريم باللغات العالمية المتعددة.

● يجب إشعار المسلم الجديد في الإسلام بكمال هذا الدين ومصدره الرباني وشموليته والتأكيد على أن ليس بعد هذا الحق حق.

● يجب تنبيه المسلم الجديد بأن الإسلام يجب ما قبله، وإلا سيظل يفكر بذنوبه السابقة وأن صحيفته الآن نظيفة.

- التأكيد على نقطة أن الإسلام هو مصدر التلقي وهو المرجع بمرجعية القرآن والسنة وليس أفعال المسلمين المنحرفة حيث إنها لا تمثل الحق، كما يجب تأكيد قضية أن القرآن والسنة هما اللذان يحددان نوعية هذه الأفعال إن كانت حقاً أو باطلاً.
- تأكيد أهمية وجود المسلم الجديد في جو إسلامي يعينه على طاعة الله. (وذلك بإبعاده عن المنكرات والرذائل).
- توضيح أهمية السؤال والاتصال بأهل المعرفة والعلم الشرعي أو على الأقل من يتوسم فيهم الخير أو المعرفة الكافية.
- معرفة ظروفه المالية ومساعدته بقدر المستطاع، وذلك تأليفاً لقلبه وحبذا لو زيد راتبه قليلاً تشجيعاً له.
- يجب توضيح أن قضية إسلامه لا تعني أنه لن يواجه مشاكل، بل قد يواجه مشاكل ولكن ليعلم أنها ابتلاء من الله، ولكنه الآن يعرف كيف يتعامل معها إذا رجع إلى القرآن والسنة.
- يجب توضيح أهمية التوحيد والعقيدة الإسلامية ووضع منهج أو على الأقل تزويده بكتاب يشرح له ذلك شرحاً معقولاً مبسطاً.
- إبعاده عن جوه القديم وتوفير جو يلائم لتطوره إسلامياً.
- إشراكه في النشاطات الإسلامية وتزويده بالكتب والأشرطة المهمة.
- إشعاره بأهميته ومحبة الجميع له بسبب إسلامه، وإن كان في الإمكان إهداء هدية فهذا أحسن.
- تصميم منهج مبسط متكامل لتعلم اللغة العربية قراءة وكتابة لكي يستطيع أن يقرأ القرآن بنفسه ويفهمه.

وفي النهاية توصل البحث إلى أن العمل المؤسسي الدعوي له أهمية كبيرة في نشر الدعوة، وأصبح ضرورة قصوى يجب على القادة من أهل الدعوة العمل عليه والتعمق فيه علمًا وعملاً، فتبليغ الإسلام والقيام بواجب الدعوة وحصولها والقناعة بها لا يكون بين ليلة وضحاها، بل يحتاج إلى وقت ومراحل من التهيئة لحصوله لذلك هو بحاجة إلى عدة طرائق واستراتيجيات لنجاحه، وبحاجة ماسة إلى رؤية مستقبلية متكاملة وواضحة بعيداً عن الارتجال والعشوائية والتخبط، بالإضافة إلى التخطيط الواعي للدعوة، الذي يوصل إلى النتائج المثمرة، والاهتمام بالمراكز البحثية في الدعوة، كما يجب الاهتمام بالجانب المعلوماتي والإداري والتسويقي في عملية بناء المؤسسات الدعوية، لما له أهمية في نجاح العمل المؤسسي الدعوي.

الفهارس

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية

ثالثاً: قائمة المصادر والمراجع:

1. الكتب والأبحاث

2. المجلات

3. المقالات

4. عروض البوربوينت واللوائح

5. الروابط ومواقع الإنترنت

رابعاً: فهرس الأشكال

خامساً: فهرس الجداول

سادساً: فهرس المحتويات

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

م	الآيات	السورة ورقم الآية	الصفحة
1	(لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا)	(الأحزاب/ 21)	1
2	(قُلْ هُدَاهُ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ)	(يوسف/ 108)	1
3	﴿ وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴾	(آل عمران/ 103)	19
4	﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴾	(المائدة/ 2)	20
5	﴿ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ﴾	(التوبة/ 71)	21
6	﴿ وَالْعَصْرِ * إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ * إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴾	(العصر/ 1-3)	21
7	﴿ وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ * قَالَ سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ وَنَجْعَلُ لَكَ سُلْطَانًا فَلَا يَصِلُونَ إِلَيْكُمَا بِآيَاتِنَا أَنْتُمْ وَمَنِ اتَّبَعَكُمَا الْعَالِيُونَ ﴾	سورة (القصص/ 34، 35)	22
8	﴿ وَأَنْفَعُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْفُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴾	(البقرة/ 195)	26
9	﴿ لِيَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ﴾	(الكهف/ 7)	27
10	﴿ وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾	(البقرة/ 122)	28

29	(الصف/4)	﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرْصُومٌ﴾	11
----	----------	---	----

ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية

م	طرف الحديث	الراوي	الصفحة
1	(لِيَبْلُغَنَّ هَذَا الْأَمْرَ مَا بَلَغَ اللَّيْلُ وَالنَّهَارُ، وَلَا يَتْرِكُ اللَّهُ بَيْتَ مَدْرٍ وَلَا وَبَرَ إِلَّا أَدْخَلَهُ اللَّهُ هَذَا الدِّينَ،...)	رواه أحمد (103/4) (16998)	3
2	(إِنَّ اللَّهَ زَوَى لِي الْأَرْضَ، فَرَأَيْتُ مَشَارِقَهَا وَمَغَارِبَهَا،..)	رواه مسلم (2889)	3
3	«مَا مِنْ ثَلَاثَةٍ فِي قَرْيَةٍ وَلَا بَدْوٍ لَا تُقَامُ فِيهِمُ الصَّلَاةُ إِلَّا قَدِ اسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ الشَّيْطَانُ،..» فَعَلَيْكَ بِالْجَمَاعَةِ؛ فَإِنَّمَا يَأْكُلُ الذِّئْبُ الْقَاصِيَةَ»	رواه أبو داود (ح/547) (150 /1)	22
4	«فَمَنْ أَرَادَ مِنْكُمْ بِحَبْحَةِ الْجَنَّةِ فَلْيَلْزِمُ الْجَمَاعَةَ؛...»	رواه أحمد (ح/114) (110 /1)	23
5	«الْمُؤْمِنُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ، وَيَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ،...»	رواه أحمد (ح/5022) (322 /2)	24
6	«إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا»	رواه البخاري (ح/481) (103 /1)	24
7	«مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ، وَتَرَاحُمِهِمْ، وَتَعَاطُفِهِمْ، مَثَلُ الْجَسَدِ،...»	رواه البخاري (ح/6011) (11 /8)	25
8	«إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ»	رواه مسلم (584/3)	30

276	رواه البخاري (٨/٦٥٥) (٤٩٩٣)	" إِنَّمَا نَزَّلَ أَوَّلَ مَا نَزَلَ مِنْهُ سُورَةٌ مِنَ الْمَفَصَّلِ، فِيهَا ذِكْرُ الْجَنَّةِ وَالنَّارِ،.."	9
281	رواه البخاري ح(2742) (ص 3/4).	(إنك أن تدع ورثتك أغنياء خير من أن تدعهم عالة يتكففون (الناس)	10
281	أخرجه البخاري في الأدب المفرد. (ص 168).	(إن قامت الساعة وبيد أحدكم فسيلة فإن استطاع ألا يقوم حتى يغرسها فليفلح)	11

ثالثاً: قائمة المصادر والمراجع

1. الكتب والأبحاث

- القرآن الكريم.
- إدارة الموارد البشرية، زكي محمود هاشم. [الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1989م]
- أصناف المدعوين وكيفية دعوتهم، حمود بن أحمد الرحيلي، [مكتبة العلوم والحكم، المدينة المنورة، دار العلوم والحكم، سوريا، ط3، 1428هـ-2007م]
- الإنترنت وأثره على المؤسسات الدعوية، عثمان محمد دفع الله علي الفرجي، [مجلة معالم الدعوة الإسلامية المحكمة، ع9، ربيع أول 1437هـ/ديسمبر 2016م].
- البناء المؤسسي في المنظمات الخيرية الواقع وآفاق التطوير، محمد ناجي بن عطية. [دراسة ميدانية قام بها الباحث على المنظمات الخيرية في أمانة العاصمة صنعاء- الجمهورية اليمنية، 2006م]
- تفسير القرآن العظيم، إسماعيل ابن كثير [الرياض. دار طيبة للنشر والتوزيع. الطبعة الثانية. 1999م]

- تفسير القرآن العظيم، عبدالرحمن بن حاتم الرازي، تحقيق: أسعد محمد الطيب. [المملكة العربية السعودية. مكتبة نزار مصطفى الباز الطبعة الثالثة. 1419هـ].
- التيسير بشرح الجامع الصغير، زين الدين المناوي. [الرياض. مكتبة الإمام الشافعي. ط3. 1988م].
- تيسير الكريم الرحمن، عبد الرحمن بن ناصر السعدي، [بيروت، مؤسسة الرسالة، ط 1، 2000م]
- جامع البيان عن تأويل آي القرآن، محمد بن جرير الطبري.. تحقيق: محمود محمد شاكر. [مكة المكرمة. دار التربية والتراث. بلا تاريخ]
- الجامع لأحكام القرآن، محمد بن أحمد القرطبي. تحقيق: أحمد البردوني، إبراهيم أطفيش. [القاهرة. دار الكتب المصرية. الطبعة الثانية. 1384هـ/1964م].
- الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية، دراسة وصفية تقويمية للجهود الدعوية في مؤسستي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، والحرمين الخيرية، عبد الله المطوع [رسالة دكتوراه. كلية الدعوة والإعلام. قسم الدعوة والاحتساب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. السعودية. 1425هـ].
- الدراسات المستقبلية وأهميتها للدعوة الإسلامية، عبد الله بن محمد المدير. [بحث لنيل درجة الماجستير. بإشراف الأستاذ الدكتور عبد الرحمن بن إبراهيم الجوير. المملكة العربية السعودية. وزارة التعليم العالي جامعة طيبة. المدينة المنورة، 1427هـ]. (ص 381-382).
- دعوة غير المسلمين من خلال المواقع الالكترونية دراسة تحليلية ميدانية، عبد الله بن محمد بن عبد الله آل عامر، بإشراف: د. رحمة عثمان محمد فضل الكريم، [جامعة أم القرى، كلية الدعوة وأصول الدين، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1443هـ-2022م]
- دور المؤسسات الدعوية الإسلامية في التنمية البشرية: دراسة حالة منظمة الدعوة الإسلامية، عاطف عبدالواحد الجاك إدريس [دراسة حالة منظمة الدعوة الإسلامية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإدارة العامة - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. 2015م].
- الروح، ابن قيم الجوزية. [بيروت. دار الفكر العربي. تاريخ الطبع: 1996م]
- سبل السلام، محمد بن إسماعيل الصنعاني. [القاهرة. مكتبة مصطفى الباني الحلبي. الطبعة الرابعة. 1960م]
- سلسلة الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها، محمد ناصر الدين الألباني، [الرياض. مكتبة المعارف للنشر والتوزيع. ط1. 1995م]

- سنن أبي داود. أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير الأزدي السجستاني [دمشق. دار الرسالة العالمية. الطبعة الأولى. 2009م].
- السنن الكبرى للنسائي، أحمد بن شعيب النسائي [بيروت. مؤسسة الرسالة. الطبعة الأولى. 2001م]
- السيرة النبوية والدعوة في العهد المدني، أحمد أحمد غلوش [بيروت. مؤسسة الرسالة. ط الأولى. 2004م].
- شرح رياض الصالحين، محمد بن صالح العثيمين، [الرياض. دار الوطن للنشر. طبعة 2010م].
- شرح النووي على مسلم، محي الدين النووي.. [بيروت. دار إحياء التراث العربي. ط2. 1392هـ]
- صحيح أبي داود - الأم، محمد ناصر الدين الألباني [الكويت. مؤسسة غراس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002 م]
- صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري [بيروت. دار طوق النجاة. الطبعة الأولى. 1422هـ]
- صحيح الجامع الصغير وزيادته، محمد ناصر الدين الألباني، [بيروت. المكتب الإسلامي. الطبعة الثالثة. 1988م]
- صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج [بيروت. دار إحياء التراث العربي. ط1. 1955م]
- عوامل النجاح في العمل المؤسسي، محمد بن عبد الله الدويش، [موقع طريق الإسلام ar.islamway.net] مقال بتاريخ 2009/2/21م.
- فاعلية المؤسسات الإسلامية في مجال التنمية ومواجهة التحديات، عبد الرحمن حمود السميطة، [الخرطوم. جامعة إفريقيا العالمية. 2009م].
- فتح البيان في مقاصد القرآن، صديق حسن خان. [بيروت. المكتبة العصرية للطباعة والنشر. 1412هـ / 1992م].
- فتح القدير، محمد بن علي الشوكاني، [دمشق، بيروت. دار ابن كثير، دار الكلم الطيب. ط1. 1414هـ].
- فقه السيرة النبوية، منير محمد الغضبان. [المملكة العربية السعودية. جامعة أم القرى. الطبعة الثانية. 1413هـ/1992م].
- فيض القدير شرح الجامع الصغير، عبد الرؤوف المناوي. [مصر. المكتبة التجارية الكبرى. الطبعة الأولى. 1356هـ]. (286/2).

- قراءات في تنمية الموارد البشرية، منصور أحمد منصور. [الكويت، وكالة المطبوعات، طبعة عام 1976م].
- كيف تدعو ملحداً بوذياً هندوسياً كتابياً إلى الإسلام "سؤال وجواب"، هيثم طلعت. [مصر. تبصير للنشر والتوزيع. ط1. 2019م]
- المدخل إلى علم السنن، أحمد بن الحسين البيهقي. تحقيق: محمد عوامة. [القاهرة. دار اليسر للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى. 1437هـ / 2017م].
- مسند الإمام أحمد بن حنبل، [بيروت. عالم الكتب. الطبعة الأولى. 1998 م].
- مؤسسات العمل الإسلامي والتنمية البشرية، خالد بن عبد الرحمن العجيمي [جامعة إفريقيا العالمية. موقع شبكة المشكاة الإسلامية].
- موسوعة الفقه الإسلامي، محمد بن إبراهيم بن عبد الله التويجري، [بيت الأفكار الدولية، الرياض، 2009م، ط1]
- Nonprofit Lifecycles: Stage-Based .Susan Kenny Stevens
2005. Wisdom for Nonprofit Capacity
- Judith Sharken Simon. Speakman ،Nonprofits
Management Consultin. www.Speakmanconsulting.com

2. فهرس المجالات

- مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة طيبة. المدينة المنورة. مج:28. ع:1. سنة النشر 1441هـ-2020م
- مجلة استشراف للدراسات المستقبلية. قطر. العدد الأول 2016
- مجلة البحث العلمي في التربية. جامعة الملك سعود. ع17. 2016م
- مجلة البيان، الرياض، ع118، جمادى الآخرة، 1418هـ، أكتوبر 1997م
- مجلة البيان، الرياض، ع143، رجب 1420هـ، نوفمبر 1999م
- مجلة الجامعة الإسلامية العالمية الماليزية. مجلة الإسلام في آسيا. المجلد 17، العدد 1، يونيو 2020م
- مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الإنسانية م28. ع1. 2020م

3. فهرس المقالات

- الإبداع كمتطلب أساس للتطوير الدعوي في عالم متغير، جمال أحمد بادي.
- الاستشراف في السنة النبوية وأثره في الدعوة إلى الله، حذيفة عبود مهدي.
- استشراف المستقبل في الحديث النبوي، عمر عبيد حسنة.
- استشراف المستقبل والتخطيط له وحاجة الدعوة والداعية إليه دراسة تأصيلية في بيان أهميته ووسائل معرفته من خلال النصوص الشرعية، علي بن محمد عبدالله الشنقيطي.
- برنامج إدارة الدعاة - المؤسسات الدعوية، طه أحمد الزيدي.
- البناء المؤسسي، مقال د. عبد الله باهام.
- بين العمل الدعوي والفكر المؤسسي، عبد العزيز العمري.
- التأصيل لاستشراف المستقبل من منظور إسلامي، إلياس بلكا.
- تصور مقترح لتنفيذ دور المؤسسات الدعوية في تنمية قيم التعلم مدى الحياة للجميع، محمد شكري التلاوي.
- التطوير المؤسسي ومراحله المختلفة، شارل طوق.
- تكافؤ الفرص، موقع الموارد البشرية.
- التميز ومتطلباته في أداء الأعمال، رامي ملحم.
- صناعة التميز المؤسسي، محمود سعد.
- العمل المؤسسي: معناه، ومقومات نجاحه، عبد الحكيم بن محمد بلال.
- عوامل النجاح في العمل المؤسسي، عبد الله المسلم.
- معالم النجاح في العمل الدعوي، أبو أحمد مهذب.
- مفهوم وقيمة استشراف المستقبل، خديجة أحمد الحمد باخرمة.
- من مآسي الانفصال المزمع بين العمل الدعوي والفكر المؤسسي، عبد العزيز العمري.
- الوجه الآخر لمأسسة العمل الدعوي، عبد الرحمن ضاحي.
- وما زال التميز مستمراً، زياد الكحلوت.

- المؤسسة والعمل المؤسسي، محمد علي إسماعيل.

4. فهرس عروض البوربوينت واللوائح

- اللائحة الأساسية لجمعية أصول للمحتوى الدعوي رقم الإصدار 1 تاريخ 1443-7-6.
- خارطة الطريق لصناعة المحتوى الدعوي، فكرة وإعداد الفريق العلمي لمركز أصول. [جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة، 1442هـ]
- عرض تقديمي بعنوان: أهمية المعلومة في اتخاذ القرار. [دراسة المسلم الجديد جمعية أصول]

5. الروابط ومواقع الإنترنت

- موقع جمعية أصول www.osoulcenter.com
- موقع المستود الدعوي التابع للجمعية www.dawa.center
- موقع مركز التميز الدعوي osoulcenter.com/ar/contents
- موقع www.pewresearch.org
- موقع dawahskills.com
- موقع www.m-ismail.net
- موقع portal.arid.my
- موقع www.ba-hammam.com
- موقع <http://www.php-fig.org/psr/psr-1> PHP-FIG
- موقع <http://getcomposer.org>
- موقع <http://laravel.com>
- موقع <https://en.wikipedia.org/wiki/SOLID>
- موقع <http://msdn.microsoft.com>
- موقع [/https://m3.material.io](https://m3.material.io)
- موقع ar.islamway.net

- موقع www.ar.meirc.com
- موقع basaer-online.com
- موقع aljazeera.net
- موقع linkedin.com
- موقع saaid.org
- موقع aljazeera.net
- موقع minthr.com/ar
- موقع almanalmagazine.com
- موقع www.islamweb.net
- www.Speakmanconsulting.com

خامساً: فهرس لأشكال

الصفحة	الوصف	الاسم
68	الخارطة الاستراتيجية لجمعية أصول	شكل رقم (1)
68	خارطة أصول للمحتوى الدعوي	شكل رقم (2)
69	خارطة أصول للدراسات الدعوية	شكل رقم (3)
69	خارطة جمعية أصول للتعليم والتدريب	شكل رقم (4)
127	نموذج مبتكر في ترابط الوحدات والمشاريع والبرامج	شكل رقم (5)
127	نموذج ضبط أدوات الشكل والتسويق له	شكل رقم (6)
132	العلاقة بين إدارة المشاريع، وإدارة البرامج، وإدارة المحافظ	شكل رقم (7)
135	مثلث المواهب	شكل رقم (8)
171	الهيكل التنظيمي لجمعية أصول	شكل رقم (9)
149	نتائج المقياس والتوصيات المرتبطة الخاصة بجمعية أصول	شكل رقم (10)
195	التناغم في نسبة المجالات بجمعية أصول	شكل رقم (11)

197	نسب ممارسة أبعاد الابتكار في جمعية أصول	شكل رقم (12)
216	دراسة المسلم الجديد واحتياجات هذه الفئة	شكل رقم (13)
219	أصناف المدعوين	شكل رقم (14)

رابعاً: فهرس الجداول

الصفحة	الاسم
82	جدول أقسام موقع المستودع الدعوي الرقمي
85	جدول الأهداف التفصيلية لمركز أصول
93	جدول أنواع المحتوى في مركز أصول
133	جدول مسؤوليات مدير المشروع وفريق المشروع
133	جدول الكفاءات اللازمة لإدارة مشروع دعوي
149	جدول المقارنات المرجعية
154	جدول أبرز نقاط القوى والفرص والضعف والتحديات
157	جدول تقاطعات التحليل الرباعي (T-O-W-S)
159	جدول قراءة أولية للمخاطر عبر الجلسات الداخلية
161	جدول افتراض المخاطر المحتملة ومعالجتها
163	جدول تحليل أصحاب المصلحة
164	جدول أهم نتائج التحليل الإستراتيجي (مصنفة حسب بطاقة الأداء المتوازن)
167	جدول الهدف الإستراتيجي: إنتاج المعرفة الفاعلة من محتوى الكتاب والسنة والعلم الشرعي
167	جدول الهدف الإستراتيجي: إنتاج المعرفة الفاعلة من محتوى الكتاب والسنة والعلم الشرعي
168	جدول الهدف الإستراتيجي: تعزيز الفاعلية والكفاءة والمنهجية في الدعاة والجهات الدعوية

168	جدول الهدف الإستراتيجي: نمذجة الوسائل والأدوات العصرية للممارسات الدعوية
169	جدول الهدف الإستراتيجي: تلبية الضروريات الدعوية للشرائح المتعددة بلغات العالم
169	جدول الهدف الإستراتيجي: بناء المرجعية من الدراسات والأدلة المعيارية
169	جدول الأهداف الإستراتيجية الداخلية:
194	جدول مستوى الابتكار في جمعية أصول
196	جدول أبعاد الابتكار وفقاً لمجالات الابتكار ونسبة ممارستها
198	جدول مجموع درجات أبعاد "الغاية من الابتكار"
201	جدول مجموع درجات أبعاد بيئة الابتكار
203	جدول مجموع درجات أبعاد قدرات الابتكار
208	جدول تصنيف المدعويين باعتبار حالهم
209	جدول اختلاف أحكام دعوة الناس بحسب اختلافهم
210	جدول تصنيف المدعويين
211	جدول تقسيم غير المسلمين باعتبار إقامتهم في الدولة المسلمة
211	جدول تقسيم غير المسلمين باعتبار الدين الذي يعتنقونه
214	جدول تقسيم المدعويين بحسب اعتبارات أخرى فكرية أو عقدية
218	جدول تصنيف المدعويين
218	جدول تصنيف حالات المدعويين
210	جدول المرجحات الواقعية في العمل الدعوي
220	جدول تقسيم المستقبل
220	جدول تقسيم مستقبل المحتوى
222	جدول المحتوى بالنسبة للمستهدفين
222	جدول مراعاة جنس الشريحة المستهدفة
225	جدول مستودع المدعويين

242	جدول مرجحات الأولوية المقيدة بالحال
243	جدول الأولويات حسب المقصد
253	جدول استبيان عن جمعية أصول
254	جدول نتائج استبيان السؤال الأول
255	جدول نتائج استبيان السؤال الثاني
257	جدول نتائج استبيان السؤال الثالث
258	جدول نتائج استبيان السؤال الرابع
259	جدول نتائج استبيان السؤال الخامس
260	جدول نتائج استبيان السؤال السادس
261	جدول نتائج استبيان السؤال السابع
262	جدول نتائج استبيان السؤال الثامن
263	جدول نتائج استبيان السؤال التاسع
265	جدول نتائج استبيان السؤال العاشر

سادساً: فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
1	أولاً: المقدمة وأهمية الموضوع
4	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
4	ثالثاً: تساؤلات الدراسة
5	رابعاً: الدراسات السابقة
6	خامساً: منهج البحث
7	سادساً: تقسيمات البحث
الفصل الأول: مفهوم ومشروعية العمل المؤسسي الدعوي وأهميته	
11	المبحث الأول: مفهوم العمل الدعوي المؤسسي وأنواعه

11	ماهية المؤسسة:
13	ماذا نقصد بالمؤسسة الدعوية؟
13	العمل الخيري المقترن بالدعوة:
14	مفهوم العمل الدعوي المؤسسي
14	مؤسسات العمل الإسلامي وأنواعها
16	تصنيف المؤسسات الدعوية
16	أولاً: باعتبار النظام والتشريع
16	ثانياً: باعتبار الخدمات والمنتجات
16	ثالثاً: باعتبار أصناف المدعوين
18	المبحث الثاني: مشروعية العمل الدعوي المؤسسي وتجويده وتحسينه
18	أول المؤسسات الدينية في تاريخ الإسلام
18	مشروعية العمل الدعوي المؤسسي
26	تجويد العمل الدعوي المؤسسي وتحسينه
32	المبحث الثالث: أهمية العمل الدعوي المؤسسي وتجويده وتحسينه
33	العمل الدعوي المؤسسي والحاجة الماسة إليه
34	متى بدأ العمل الدعوي المؤسسي؟
34	أهمية مؤسسات المجتمع المدني
35	أهمية المؤسسات الإسلامية
35	التحديات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي
36	أهم ما يميز المؤسسات الإسلامية عن غيرها من المؤسسات في مجتمعاتها
36	ضرورة تجويد وتحسين العمل الدعوي المؤسسي
37	أهمية تنمية الموارد البشرية في المنظمات الخيرية وأساليب تقييمها
38	وسائل تطوير العنصر البشري
39	أهداف التدريب في العمل الدعوي المؤسسي
40	الدورات المقترحة في العمل الدعوي المؤسسي

42	المبحث الرابع: عوامل نجاح وتميُّز العمل الدعوي المؤسسي
42	دورات حياة المنظمات غير الربحية
44	بين العمل الجماعي والعمل المؤسسي
45	العمل المؤسسي بين الفشل والنجاح
46	عوامل نجاح العمل الدعوي المؤسسي
53	خصائص العمل الدعوي المؤسسي ومميزاته
56	لماذا الإحجام عن العمل المؤسسي؟
الفصل الثاني: نشأة جمعية أصول الدعوة، وأهدافها، ومجالات عملها	
59	المبحث الأول: نشأة فكرة جمعية أصول، ورؤيتها ورسالتها وقيمتها
59	فكرة الجمعية:
60	الاستبيانات والدراسات الميدانية لقياس جودة المحتوى
61	الدواعي التي توجب تأسيس الجمعية
63	رؤية جمعية أصول
63	رسالة جمعية أصول
63	قيم جمعية أصول
63	قصة جمعية أصول
56	المبحث الثاني: أهداف جمعية أصول ومجالاتها ووحدات عملها:
65	أهداف جمعية أصول 56
65	لماذا جمعية أصول؟ 56
66	مجالات عمل ووحدات جمعية أصول
66	مجال أصول المحتوى
66	مجال أصول الدراسات
67	مجال أصول التعليم
70	المبحث الثالث: مدى تغطية مجالات جمعية أصول لما يحقق رؤيتها ورسالتها وأهدافها:

71	إستراتيجيات ومبادرات جمعية أصول
72	المبادرات الست لجمعية أصول
72	مبادرة { إِنَّهُ لَقُرْآنٌ كَرِيمٌ }
73	مبادرة عَلَى حُطَى الرَّسُولِ ﷺ
73	مبادرة ﴿ زِدْنِي عِلْمًا ﴾
74	مبادرة { يَا أَيُّهَا النَّاسُ }
75	مبادرة جراب
75	مبادرة مركز التميز الدعوي
الفصل الثالث: وسائل جمعية أصول وبرامجها لتحقيق أهدافها الدعوية	
78	المبحث الأول: وسائل جمعية أصول وبرامجها في الجانب العلمي
79	مجالات عمل جمعية أصول
80	وحدات استراتيجيات مجال عمل أصول
80	الوحدة الأولى (الأبحاث والدراسات)
81	الوحدة الثانية (المستودع الدعوي الرقمي)
83	الوحدة الثالثة (الرصد المعلوماتي)
85	الأهداف التفصيلية لمركز أصول المحتوى
85	الارتقاء في صناعة المحتوى الدعوي
86	إعداد الكتب العلمية
87	صناعة مقاطع مرئية
89	الاعتناء باللغة العربية
90	نشر المحتوى العلمي الدعوي
91	خدمة القرآن الكريم والسنة النبوية
91	الجهات المستفيدة من المحتوى
94	المبحث الثاني: وسائل جمعية أصول وبرامجها في الجانب الإداري والمالي والإستراتيجي

94	نظام التطوير والبرمجة والمعايير الخاصة بها
94	المعايير الخاصة بالبرمجة
97	الأسلوب البرمجي المتبع في تنفيذ المشاريع
99	معايير الاستضافة
101	المعايير الخاصة بالتصميم
105	المسمى الوظيفي لقسم التقنية
105	مراحل العمل على المواقع الإلكترونية التابعة للجمعية
108	التطبيقات الذكية وسير العمل فيها
111	نظام التواصل الداخلي وإدارة ومتابعة الأعمال
114	الخصائص الأساسية التي تجمع بين تطبيقات إدارة الوثائق
115	استراتيجية التسويق لجمعية أصول
116	جمع قاعدة البريد الإلكتروني للمهتمين بمجال الموقع وزواره
118	التسويق لمنتجات الجمعية
120	التسويق الشبكي ومحركات البحث
121	منصات التواصل التي تعمل عليها الجمعية التسويق الشبكي
126	إدارة المشاريع في جمعية أصول
129	المشاريع والبرامج والمحافظ
132	كيف تتوافق المشاريع مع الثقافة الاستراتيجية للكيانات الدعوية؟
133	ما أدوار/ مسؤوليات مدير المشروع وفريق المشروع؟
133	ما الكفاءات اللازمة لإدارة مشروع دعوي؟
134	كفاءات مدير المشروع
137	الفرق بين الإدارة والقيادة في المؤسسات الدعوية
138	الجانب المالي
138	كيفية وآلية عمل الجانب المالي لدى الجمعية
140	وثيقة الإطار الاستراتيجي التي وضعتها أصول لعملها

144	الإطار الإستراتيجي لجمعية أصول للسنوات المالية 2023م - 2025م
150	برامج رؤية 2030
151	المراجع المعرفية
152	الأنظمة ذات الصلة
153	تقويم العناصر المؤسسية للجمعية
154	أبرز نقاط القوى والفرص والضعف والتحديات
157	تقاطعات التحليل الرباعي (T-O-W-S)
159	قراءة أولية للمخاطر
162	تحليل أصحاب المصلحة
164	أهم نتائج التحليل الإستراتيجي (مصنفة حسب بطاقة الأداء المتوازن)
171	الهيكل التنظيمي لجمعية أصول
172	المبحث الثالث: مدى توفر عنصر التطوير والتميز في إعداد وتنفيذ الوسائل والمشاريع في جمعية أصول الدعوة
178	تبني المؤسسات الدعوية لمشروع (الإدارة الالكترونية) وتطويع الإنترنت في مجال الدعوة
181	سلسلة أولويات الاحتياج
182	نماذج لتصنيف الموضوعات
182	ونستعرض هنا جملة من هذه النماذج
187	معالم النجاح في العمل الدعوي
188	بمقترحات جمعية أصول للارتقاء بالمحتوى الدعوي وتطويره
188	تقرير مقياس ممارسات الابتكار في جمعية أصول 2022
189	مقياس الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة
193	نتائج المقياس والتوصيات
197	نسب ممارسة أبعاد الابتكار في جمعية أصول
201	متطلبات تعزيز بيئة الابتكار

الفصل الرابع: أساليب جمعية أصول في عرض محتواها وبرامجها الدعوية	
207	المبحث الأول: أصناف المستفيدين من خدمات جمعية أصول
207	المزيج الدعوي للمنتجات الدعوية التي تقدمها الجمعية
207	استراتيجية المجالات والوحدات للجمعية
208	تصنيف المدعوين باعتبار حالهم
211	تقسيم غير المسلمين باعتبار إقامتهم في الدولة المسلمة
211	تقسيم غير المسلمين باعتبار الدين الذي يعتنقونه
212	المعالم الرئيسة في دعوة أهل الكتاب إلى دين الإسلام
214	تقسيم المدعوين بحسب اعتبارات فكرية أو عقدية
215	بماذا تبدأ مع من أسلم حديثاً، وما هي الوصايا له؟
216	بعض التوصيات للتعامل مع المسلم الجديد
220	المبحث الثاني: نماذج تطبيقية من رعاية جمعية أصول لأصناف المستفيدين في محتواها وبرامجها الدعوية
226	سبعة أهداف غائية كبرى لصناعة المحتوى الدعوي
226	الهدف الأساس: العبودية لله عزوجل وطاعته وإقامة شرعه
229	الهدف الأول: المساهمة في نشر الإسلام بين غير المسلمين
231	الهدف الثاني: المساهمة في تثبيت المسلمين الجدد على الإسلام وتجنبيهم شر الارتداد عنه:
234	الهدف الثالث: العمل على تعميق إيمان المسلمين وزيادة تمسكهم بالإسلام
235	الهدف الرابع: حث المسلمين على أن يكونوا قدوة لغيرهم
237	الهدف الخامس: المساهمة في الدفاع عن الإسلام ورد الشبهات
239	الهدف السادس: المساهمة في العمل على نشر الفضائل والسلوك المستقيم
241	الهدف السابع: العمل على نشر ثقافة العدل والإحسان ونصرة المظلوم والدفاع عن المضطهدين في العالم
242	مرجحات الأولوية المقيدة بالحال

243	الأولويات حسب المقصد
الفصل الخامس: معوقات العمل الدعوي في جمعية أصول وسبل العلاج	
246	المبحث الأول: أبرز جوانب الضعف ووجود المخاطر في عمل جمعية أصول
250	مجالات عمل الجمعية
253	المبحث الثاني: أبرز جوانب القوة وتوفر الفرص في جمعية أصول
253	استبيانات عن جمعية أصول
254	تحليل إجابات الاستبيانات
266	جوانب القوة وتوفر الفرص
270	أهم الاستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي باعتباره مسؤولية الجميع
273	أهم الاستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي باعتباره مستهدفاً لجهة دعوية
274	استراتيجيات الكيانات العاملة في صناعة المحتوى الدعوي
276	المبحث الثالث: استشراف مستقبل العمل الدعوي في جمعية أصول
277	الاستشراف لغة
277	الاستشراف واصطلاحاً
278	مفهوم علم استشراف المستقبل
281	أهمية استشراف المستقبل في حياة الدعوة والداعية
283	بيان خصائص الاستشراف في السنة النبوية
283	الوسائل والطرق المقررة للوصول لمعرفة المستقبل وقراءته واستشرافه
288	الوحدات الرئيسية لمركز أصول
289	الدراسات والأبحاث التي تقدّمها الوحدة
291	أهم المشكلات التي ستعالجها وحدة الرصد المعلوماتي
292	الفكرة التي قامت عليها وحدة الرصد المعلوماتي
292	أهداف الوحدة

294	مركز التميز الدعوي
299	الخاتمة والنتائج
306	التوصيات
318	فهرس الآيات القرآنية
319	فهرس الأحاديث النبوية
320	قائمة المصادر والمراجع
320	الكتب والأبحاث
324	المجلات
324	المقالات
325	عروض البوربوينت واللوائح
325	الروابط ومواقع الإنترنت
326	فهرس الأشكال
327	فهرس الجداول
329	فهرس المحتويات