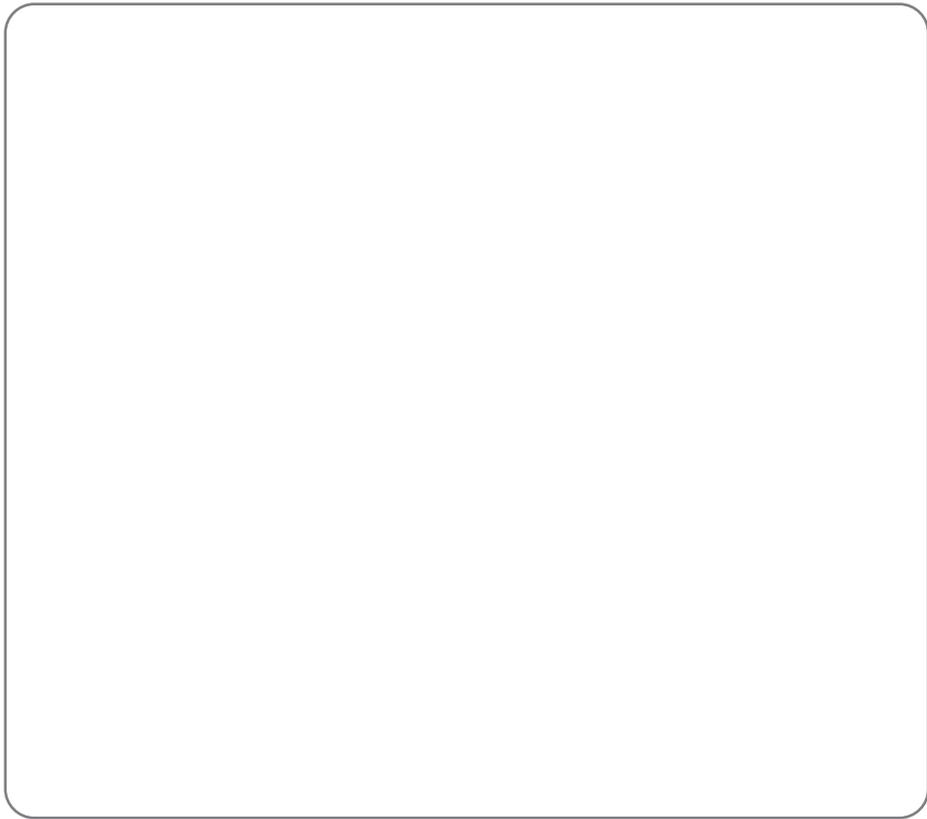




مفاتيح

الأول الإماراتي الشيفر



مفاتيح

الأداء الإداري النظيم

المحتويات

٨ الكفاية الأولى: التخطيط الشخصي

١. القائد وتقدير الذات ٩
٢. القائد والاتصال والتحفيز ١٢
٣. الذكاء العاطفي لدى القائد ١٣
٤. التخطيط الشخصي للقائد ٢٠
٥. إدارة العمل الجماعي ٢٤

٢٨ الكفاية الثانية إستراتيجيات إدارة العمل الدعوي

١. مفاهيم وتعريفات ٢٩
٢. التخطيط ٣٠
٣. التنظيم ٤١
٤. التوجيه الإداري ٤٧
٥. الرقابة ٥١
٦. إدارة المعرفة ٥٣
٧. إدارة التغيير ٥٧
٨. حل المشكلات وإدارة الأزمات ٦١

٦٨ الكفاية الثالثة: أنماط الشخصيات

١. مفهوم الشخصية ٦٩
٢. فهم منطلقات دراسة الشخصية ٧٢
٣. فهم نظريات أنماط الشخصية ٧٤
٤. تحليل التأثيرات الاجتماعية والثقافية في الشخصية ٧٦
٥. استشعار أهمية تقدير الشخصية ٧٨
٦. القيم والعادات والشخصية ٨٠

٨٢	٧. تطبيق مقياس أنماط الشخصية MBTI
٨٦	٨. تطبيق مقياس أنماط الشخصية DISC
٨٨	الكفاية الرابعة: التأسيس العلمي للمعرفين بالإسلام
٨٩	١. مقدمة حول الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام
٩٤	٢. المناهج الدعوية
٩٧	٣. المنهجية في التعريف بالإسلام
١٢٠	الكفاية الخامسة: صفات ومهارات المعرفين بالإسلام
١٢١	١. صفات المعرفين بالإسلام
١٢٧	٢. أساليب التعريف بالإسلام
١٣٦	٣. وسائل التعريف بالإسلام
١٤٠	٤. أصناف المدعويين وسماتهم
١٤٤	٥. التدرج الدعوي
١٤٦	الكفاية السادسة: الكفايات التّقنية في العمل الدعوي
١٤٧	١. الكفايات التقنية للداعية
١٥٥	٢. إنشاء المحتوى الرقمي
١٥٩	٣. أمن المعلومات
١٦٢	٤. إدارة المواقع الإلكترونية
١٦٥	٥. التسويق الرقمي
١٦٧	٦. التواصل عبر التطبيقات
١٧٠	٧. استخدام الذكاء الاصطناعي (AI) في الدعوة
١٧٦	٨. التحديات والفرص المستقبلية للدعوة في العصر الرقمي
١٧٨	الكفاية السابعة: مهارات الاتصال والحوار الدعوي
١٧٩	١. مدخل إلى الاتصال
١٨٢	٢. عوائق الاتصال ومحسناته

١٨٨	٣. الحوار الدعوي ولغة الجسد
١٩٢	٤. المهارات الأساسية للحوار الناجح
١٩٦	٥. أنواع الشخصيات في الاتصال
٢٠٠	٦. التواصل مع الثقافات المختلفة
٢٠٢	٧. مهارات التحدث الفعال
٢٠٦	٨. مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور
٢٠٨	٩. تعامل الداعية مع الاختلاف
٢١٠	الكفاية الثامنة: مهارات صناعة المحتوى الدعوي
٢١١	١. مفاهيم صناعة المحتوى الدعوي
٢١٤	٢. إستراتيجيات صناعة المحتوى الدعوي
٢١٩	٣. أولويات المحتوى الدعوي
٢٢٠	٤. تصنيف موضوعات المحتوى الدعوي
٢٢٣	٥. قوالب المحتوى الدعوي
٢٢٥	٦. خطوات إجرائية في صناعة المحتوى الدعوي
٢٣٠	٧. قواعد في بناء المحتوى الدعوي
٢٣٤	٨. التّقنية في المحتوى الدعوي
٢٤٠	الكفاية التاسعة: التعامل مع المسلم الجديد واحتياجاته
٢٤١	١. أسس دعوة المسلم الجديد
٢٤٣	٢. احتياجات المسلم الجديد
٢٤٨	٣. حلول متابعة المسلم الجديد
٢٥١	٤. مشكلات المسلم الجديد
٢٥٥	٥. مشكلات المراكز الإسلامية
٢٥٨	٦. الحوار الإلكتروني الدعوي
٢٦٠	٧. المحتوى الدعوي والتعليمي الموجه للمسلم الجديد
٢٦٤	٨. أساليب تعليم المحتوى

المقدمة:

الأداء المتميز من المفاهيم الحديثة التي اهتمت بها الدراسات الإدارية؛ لأنه يساعد في تحقيق أهداف المنظمات. وقد أظهرت بعض الدراسات الحاجة الملحة لتحديد كفايات الأداء الإداري المتميز، وتزداد الحاجة إلى التعرف على هذه الكفايات في المجال الدعوي؛ نظرًا لكثرة التغيرات وتسارعها في الواقع المعاصر، ولتحقيق تأثير أكبر للجهود الدعوية.

يعتمد الأداء المتميز على تدريب العنصر البشري للقيام بالمهام المطلوبة منه، وإدراكًا من مركز أصول لأهمية عملية التدريب، فقد سعى لإعداد برنامج تدريبي بعنوان «كفايات الأداء الإداري المتميز» بالتعاون مع مركز مسارات التدريب.

الهدف العام للبرنامج التدريبي:

■ إكساب المتدربين كفايات الأداء الإداري المتميز.

الأهداف التفصيلية:

يتوقع في نهاية البرنامج التدريبي أن يستطيع المتدربون:

- 01 تطبيق المعلومات والمهارات والاتجاهات اللازمة للقيادة والتخطيط الشخصي.
- 02 تطبيق الإستراتيجيات الحديثة في إدارة العمل الدعوي.
- 03 تطبيق المعلومات والمهارات والاتجاهات اللازمة لتحديد أنماط الشخصية وتوظيفها دعويًا.
- 04 استشعار أهمية التأسيس العلمي في العمل الدعوي.
- 05 استشعار أهمية اكتساب الصفات والمهارات اللازمة للتعريف بالإسلام.
- 06 بناء توجهات إيجابية نحو استخدام التّقنية في العمل الدعوي.
- 07 تحليل المعلومات والمهارات والاتجاهات اللازمة للاتصال والحوار الدعوي الاحترافي.
- 08 تطبيق المعلومات والمهارات اللازمة لصناعة المحتوى الدعوي.
- 09 تطبيق الأساليب النموذجية للتعامل مع المسلم الجديد.

الكفاية الأولى

التخطيط الشخصي

هدف الكفاية

إكساب المتدربين المعلومات والمهارات والاتجاهات اللازمة للقيادة والتخطيط الشخصي



04 التخطيط الشخصي للقائد

05 إدارة العمل الجماعي

01 القائد وتقدير الذات

02 القائد والاتصال والتحفيز

03 الذكاء العاطفي لدى القائد



01 القائد وتقدير الذات

01 تعريف القيادة

هي فن التأثير على الأفراد، وتنسيق جهودهم وعلاقاتهم بما يحقق الأهداف المنشودة. وللقيادة دور اجتماعي (وظيفة اجتماعية) يقوم به القائد للمساعدة في تحقيق أهداف الجماعة، وهي شكل من أشكال التعاون الاجتماعي بين الفرد (القائد)، وأفراد الجماعة (المرؤوسين)، يقوم فيه القائد بقيادة الجماعة والتأثير في سلوك أفرادها وتوجيه أعمالهم.

02 كيفية تحقيق التأثير القيادي

يستطيع القائد تحقيق التأثير القيادي من خلال تفاعل ثلاثة أمور:

- || **الوعي:** بأن يكون على دراية بما يحدث داخل المجموعة أو المؤسسة التي يعمل بها، وسبب الحدوث، وآليات التعامل الجماعي مع الموقف.
- || **الفهم:** بمعرفة الوقت المناسب للقيام بمهمة القيادة.
- || **المهارة:** بأن يكون قادرًا على استخدام ما لديه من معرفة وقدرة، ووعي وفهم للتنفيذ بشكل فعال.

03 مصادر قوة القائد

- || قوة المعلومة: بأن يكون لدى القائد معلومات تخصصية أكثر من المرؤوسين.
- || قوة التحفيز: بأن يكون لديه أساليب تحفيز مادية ومعنوية، وأن يُحسن استخدامها.
- || قوة الحضور الشخصي: بأن يتمتع بشخصية قيادية تحقق الإبهار القيادي.

04 مفهوم تقدير الذات

هو الفكرة التي يدركها القائد عن كيفية رؤية وتقدير الآخرين له، وتقدير القائد ذاته أمر ضروري من أجل سلامته من الناحية النفسية.

05 مكونات مفهوم الذات

- || الذات المدركة: وهي المدركات والتصورات التي تحدد خصائص الذات كما تظهر في وصف الفرد لذاته (كما يتصورها هو).
- || الذات الاجتماعية: وهي المدركات والتصورات التي تحدد الصورة التي يعتقد الفرد أن الآخرين يتصورونها عنه، والتي يمثلها الفرد من خلال تفاعله الاجتماعي مع الآخرين.
- || الذات المثالية: وهي المدركات والتصورات التي تحدد الصورة المثالية للشخص التي يود أن يكون عليها.

06 تعزيز الوعي الذاتي عند الدعاة

لا يمكن للداعية أن يكون قائداً ناجحاً دون امتلاك اليقظة الذهنية أو الوعي الذاتي، فهذا الوعي هو أساس الشخصية القوية، وهو ما يمنحنا القدرة على القيادة بصدق وانفتاح وثقة لتحقيق الغايات المنشودة، وهو ما يفسر نجاحاتنا وإخفاقاتنا. فالوعي الذاتي يجعلنا أقدر على فهم من نحن، ويسمح لنا بأن نفهم بشكل أفضل ما نحتاجه من الآخرين، لنكمل النواقص والعيوب الموجودة في أسلوبنا القيادي.





07 طرق تعزيز الوعي الذاتي

يتم تعزيز الوعي الذاتي من خلال التالي:

|| التأمل والتفكير.

|| كتابة الخطط والأولويات الرئيسية.

|| المشاركة في اختبارات قياس الصفات الشخصية والنفسية.

|| الاستعانة بالأصدقاء الموثوقين.

|| الحصول على التقويم في مقر العمل.

08 التقويم الذاتي

معرفة التقويم الذاتي وكتابته يلعبان دوراً مهماً في مساعدة الداعية القائد على تحقيق أهدافه المهنية، والمساهمة في الدعوة بإيجابية.

ولكتابة تقويم فعال، يحتاج القائد إلى التالي:

الأدلة الداعمة للذات

|| ادم إنجازاتك بذكر شرح موجز عنها باستخدام لغة تقريرية موحية.

|| حدد مقدار إنجازاتك من الناحية الكمية.

|| قدّم معلومات نوعية، على سبيل المثال: أعددت تطبيقاً للهواتف الذكية يُسهل وصول الدروس العلمية للمدعوين.

|| أدرج آراء الآخرين وتعليقاتهم الإيجابية عن إنجازاتك.

|| حافظ على الشغف الدعوي من خلال التفاؤل، مهما اشتدت الظروف.

التفكير في الإنجازات

ومن ذلك تخصيص وقت لمراجعة الأهداف مع سرد الإنجازات التي تحققت، وصنع قائمة بكل الأعمال التي تمت على مدار السنة الماضية، وذلك على حسب الأهداف المرسومة، ومحاولة علاج الصعوبات التي مرت بالقائد، بالإضافة إلى التحدث عن المبادرات وإبراز التميز.



القائد والاتصال والتحفيز

02

الاتصال عملية تفاعل يتم بواسطتها نقل الأفكار والمعلومات.

|| **الشرط الرابع - عدم التعارض:** بمعنى ألا يكون هناك تعارض بين الوسائل المستخدمة في عملية الاتصال يؤدي إلى قصور في فعاليته.

|| **الشرط الخامس - الإيجاز:** بأن يبتعد القائد عن التطويل والإسهاب الذي قد يخل بالمعنى، أو يصيب المستقبل بالملل والفتور.

|| **الشرط السادس - التكامل:** بأن تشمل رسالة القائد كافة جوانب الموضوع من حيث الكم والكيف.

|| **الشرط السابع - الملاءمة:** بأن يحرص القائد على أن يكون الاتصال ملائمًا لطبيعة المستقبل للمعلومات، والهدف من عملية الاتصال، والتوقيت، وعملية التنفيذ.

شروط الاتصال الناجح

لنجاح القائد في عملية الاتصال لابد من توفر الشروط التالية:

|| **الشرط الأول - الوضوح:** بأن يكون مضمون الاتصال الذي يقوم به القائد واضحًا.

|| **الشرط الثاني - السهولة:** بأن يتواصل القائد بشكل سهل خال من التعقيد، بحيث يتسنى للرسالة والمعلومات أن تصل إلى المرؤوسين في أقصر وقت ممكن، حتى يتم العمل بالمضمون أو العلم به.

|| **الشرط الثالث - سلامة الوسيلة:** بأن يستخدم القائد وسيلة اتصال سليمة تشير إلى المطلوب، وتكون في مستوى إدراك المستقبل، حتى لا تفسر بصورة مغايرة لما يهدف إليه الاتصال.

الذكاء العاطفي لدى القائد

03

تعريف الذكاء العاطفي

هو نوع من الذكاء يقيس كيفية تعلم الأفراد وفهمهم وتطبيقهم للمعرفة العاطفية؛ وبشكل أكثر تحديداً، يعكس الذكاء العاطفي مدى قدرة الشخص على فهم مشاعره وعواطفه، والتمييز بينها، واستخدام تلك المعرفة لتوجيه تصرفاته وسلوكياته، كما أنه يقيس القدرة على تقويم شعور الآخرين، والسيطرة على العواطف، واستخدامها لتسهيل التواصل الاجتماعي.

مكونات الذكاء العاطفي

هناك محوران للذكاء العاطفي؛ محور الذات والآخرين، ومحور الإدراك والأفعال، فإذا تقاطح المحوران تولدت مكونات الذكاء العاطفي الأربعة وهي: إدراك الذات، وإدارة الذات، والإدراك الاجتماعي، وإدارة العلاقات.

إدراك الذات:

01

تنبع أهمية إدراك الذات من كون هذه العملية تساهم في تحقيق إدارة الذات وإدراك الآخرين بشكل أفضل، وهذا بدوره يساهم في تحسين مهارات القائد. وقد أثبتت البحوث والدراسات التي قام بها (آنج تن) في مجال الذكاء العاطفي، أن نقص إدراك الذات لدى الإنسان سيجعل فرصته لإدراك الآخرين تصل إلى 17%، وفرصته لإدارة الذات تصل إلى 4% فحسب.

هناك العديد من الجدارات التي تساعد القائد على إدراك ذاته، ومن أهمها:



الجدارة الأولى- معرفة الذات:



أقوى وسيلة ليعرف القائد ذاته هي التعرف على نقاط القوة والضعف، والفرص التحديات في حياته، وهذا يساعده على تعديل مسارها، يقول ابن القيم رحمه الله: «من عرف نفسه اشتغل بإصلاحها عن عيوب الناس».

الجدارة الثانية- تقبل الذات:



ويُقصد بها أن يستشعر القائد ما أنعم الله به عليه من صفات وقدرات، ولا ينظر إلى نفسه بازدراء، وفي الحديث: «انظروا إلى من أسفل منكم، ولا تنظروا إلى من هو فوقكم، فهو أجدر أن لا تزدروا نعمة الله عليكم» رواه مسلم.

ومن أدوات تحقيق تقبل الذات لدى القائد أن يخاطب نفسه بهذه المعاني: «أستحق أن أكون محبوباً»، «أستمتع بحياتي الاجتماعية»، «أتقبل نفسي كما هي»، «أعيش حياة أفضل من غيري»، «لا أحتاج لمديح الآخرين لأشعر بأنني أفضل».

الجدارة الثالثة- فهم الانفعالات:



تشمل القدرة على فهم الانفعالات أربعة مكونات:



القدرة على فهم
الانفعالات المركبة.



القدرة على نقل الانفعال
من مرحلة لأخرى.



القدرة على التنبؤ
بالانفعالات المستقبلية.



القدرة على فهم سبب
الانفعال.

|| الجدارة الرابعة- التعبير الدقيق عن الذات:

وهي تشير إلى قدرة القائد على عكس الانفعال الدقيق الذي يشعر به على ملامح وجهه وبدنه، وتوليد الانفعال المناسب في ذاته من أجل توضيح معنى محدد للآخرين؛ فالقائد الذكي عاطفياً يستطيع أن يعبر عن انفعالاته ليفهمها الآخرون بسهولة.

عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال: كان النبي ﷺ أشد حياءً من العذراء في خدرها، وإذا كره شيئاً عُرف في وجهه. رواه البخاري ومسلم.

02 إدارة الذات:

بعد إدراك الذات تأتي خطوة إدارتها، ومن أهم الجدارات في هذه الخطوة:



|| الجدارة الأولى - تحفيز الذات:

يقول (دانيال جولمان): إن الصفة المشتركة بين أبطال الأولمبياد البارزين هي القدرة على تحفيز الذات. فالقائد الذكي عاطفياً يستطيع تحفيز نفسه للاستمرار في العمل دون أن يتسرب اليأس إليه.

إن أكبر دافع لتحفيز الذات في المنظمات الدعوية هو احتساب الأجر، وتذكير النفس دائماً بأن أجور العمل الدعوي تجري لصاحبها بعد موته، كما قال ﷺ: «من دعا إلى هدى، كان له من الأجر مثل أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً» رواه مسلم.

|| الجدارة الثانية - إشهار الأهداف:

تؤكد (سوزان سيلفر Susan Silver) أن الإدارة الفعالة للذات تجعل الشخص ذا شخصية قوية وإيجابية وفاعلة، وهذا يجعله يوضح أهدافه بما يسهل له عملية إدارة الآخرين وقيادتهم بشكل سليم ومناسب؛ فعلى القائد الدعوي أن يسعى لوضع رؤية واضحة للمنظمة الدعوية ويبين أهدافها، فهذا يساعد على نجاح العمل داخل المنظمة.

|| الجدارة الثالثة - التحكم في الانفعال:

وهي قدرة القائد على استثارة الانفعال وتأخيرها واستخدامه لترشيد التفكير وتركيزه في المهم، وتفعيل عملية حل المشكلات.

|| الجدارة الرابعة - التعلم المستمر:

ينبغي للقائد أن يُبقي فارقاً معرفياً دائماً بينه وبين مرؤوسيه، من خلال التعلم المستمر. ويجب عليه أن يمتلك الخبرة المهنية في مجال عمله وموقع مسؤوليته، وأن يعرف جيداً كيفية توظيفها، مع ضرورة توسيع دائرة معرفته بكلّ الأمور قدر المستطاع، فمن أشدّ المواقف المحرجة التي قد يتعرض لها القائد أن يُسأل عن أمر يتعلق بعمله وليس لديه إجابة وافية أو صحيحة له؛ لذا على الشخص المعني بأن يصبح قائداً تطوير مخزونه المعرفي في شتى الجوانب.

03 الإدراك الاجتماعي:

يعبر الناس -غالبًا- عن مشاعرهم بالإشارات أكثر من تعبيرهم بالكلمات، ومفتاح التعرف على مشاعر الغير هو القدرة على قراءة كل الإشارات غير اللفظية؛ مثل نبرة الصوت، والحركات الجسدية، وتعبيرات الوجه؛ والقائد الذكي عاطفياً يستطيع أن يدرك مشاعر الآخرين بيسر وسهولة.

هناك عدة جدارات تعين على تحقيق الإدراك الاجتماعي، من أهمها: 

|| الجدارتان الأولى والثانية - الإحساس بمشاعر الآخرين وفهماها:

فالقائد الذكي عاطفياً يستطيع الإحساس بمشاعر الآخرين وفهماها؛ وقد كان القائد الأول ﷺ يطبق هذا الأسلوب حتى في بيته؛ فعن عائشة رضي الله عنها قالت: قال لي رسول الله ﷺ: «إني لأعلم إذا كنت عني راضية، وإذا كنت علي غضبي». قالت: من أين تعرف ذلك؟ فقال: «أما إذا كنت عني راضية، فإنك تقولين: لا ورب محمد، وإذا كنت علي غضبي، قلت: لا ورب إبراهيم». قالت: أجل والله يا رسول الله، ما أهرج إلا اسمك. رواه البخاري ومسلم.

الجدارة الثالثة - مراعاة الفروق الفردية:

القائد الذكي عاطفياً يُراعي الفروق الفردية بين المرؤوسين، فليس كل شخص يصلح لكل مهمة، وهو ما تختصره القاعدة الإدارية «وضع الشخص المناسب في المكان المناسب». ومن مراعاة الفروق الفردية في الأتباع قول الرسول ﷺ: «أرحم أمتي بأمتي أبو بكر، وأشدهم في دين الله عمر، وأصدقهم حياء عثمان، وأفرضهم زيد بن ثابت، وأقرؤهم لكتاب الله أبي بن كعب، وأعلمهم بالحلال والحرام معاذ بن جبل، ألا وإن لكل أمة أميناً، وإن أمين هذه الأمة أبو عبيدة بن الجراح» رواه الإمام أحمد. فهذا الحديث يبين مدى معرفة النبي ﷺ بالصفات الخاصة لعدد من أصحابه رضوان الله عليهم.

الجدارة الرابعة - التعرف على أنماط الشخصيات:

القائد الذكي عاطفياً يتعرف على أنماط شخصيات مرؤوسيه، ويتعامل مع كل موظف حسب شخصيته؛ وقد اختار النبي ﷺ عثمان رضي الله عنه للتفاوض مع قريش في صلح الحديبية لما يتمتع به من صفات تمكنه من التعامل ببسر وسهولة مع الآخر، وهو ما يُسمى اليوم بالشخصية الدبلوماسية، وعندما اختار ﷺ حذيفة رضي الله عنه لمعرفة خبر قريش في معركة الأحزاب، فلما يتصف به من سرعة بديهة وحسن تصرف.



04 إدارة العلاقات:

وهي القدرة على إدارة الانفعالات بصورة تسمح بالتكيف الفعال مع الموقف، يقول (سالوفي): من علامات نضج الذكاء العاطفي لدى القائد انفتاحه على جميع الخبرات الانفعالية، سواء أكانت سارة أم غير سارة.

ومن الجدارات المهمة في هذا الجانب: 

||  الجدارة الأولى - تحفيز فريق العمل:

التحفيز مجموعة من الدوافع التي تدفع لعمل شيء ما، والمراد به هنا دفع الفريق للتغيير الإيجابي نحو الأفضل.

يؤكد (هنري ويزنجر) أن التحفيز الذاتي للمرؤوسين هو الذي يجعلهم منتجين ومبتكرين دون الحاجة إلى إشراف إداري.



الجدارة الثانية- الاستحواذ على القلوب:

الاستحواذ على القلوب قمة هرم العلاقات الإنسانية؛ وهو يجعل المرؤوس يؤدي المهام التي يريدتها القائد دون أن يتكلم.

ومما يعزز العلاقات الإنسانية ويستطيع القائد الذكي عاطفياً من خلاله الاستحواذ على قلوب المرؤوسين؛ لين المعشر وكثرة الابتسام، فعن جرير بن عبد الله البجلي رضي الله عنه قال: ما حجبني النبي ﷺ منذ أسلمت، ولا رأني إلا تبسّم في وجهي. رواه البخاري ومسلم.

ومما يعزز ذلك أيضاً مراعاة خصوصياتهم، وتقدير آرائهم، وتلبية احتياجاتهم.

الجدارة الثالثة- تدريب الفريق:

يُقصد بالتدريب تزويد الأفراد بالخبرات المناسبة التي تساعد على تنمية المهارات الخاصة بهم، وزيادة معرفتهم. والقائد الذكي عاطفياً يسعى لتطوير مرؤوسيه من خلال الدورات، والمؤتمرات، والندوات، وزيارة الجهات المماثلة، وغير ذلك.

ومن وسائل التدريب أيضاً التطبيق العملي، ففي الحديث أن رجلاً أتى النبي ﷺ فقال: يا رسول الله كيف الطهور؟ فدعا بماء في إناء فغسل كفيه ثلاثاً، ثم غسل وجهه ثلاثاً، ثم غسل ذراعيه ثلاثاً، ثم مسح برأسه فأدخل إصبعيه السبّاحتين في أذنيه، ومسح بإبهاميه على ظاهر أذنيه، وبالسبّاحتين باطن أذنيه، ثم غسل رجليه ثلاثاً ثلاثاً. رواه أبو داود.

الجدارة الرابعة- بناء الولاء التنظيمي:

الولاء التنظيمي حالة يتبنى فيها الفرد قيم وأهداف المنظمة، ويرغب في المحافظة على عضويته فيها لتسهيل تحقيق أهدافه.

ومن أنصح صور الولاء عبر التاريخ، ما زرعه النبي ﷺ في أصحابه، حيث صار الجميع يتحركون لهدف واحد، وهو إعلاء كلمة الله سبحانه وتعالى في مجتمعهم، ونشرها في ربوع الأرض، فبذلوا من أجل ذلك الغالي والنفيس.

04 التخطيط الشخصي للقائد

من المهم أن يتحكم المرء في حياته؛ بأن يحدد ما هو مهم بالنسبة له، ويقرر ما يريده، ثم يضع خطة يمكنه أن يسير عليها لكي يحقق أفضل ما يمكن تحقيقه. والتخطيط الشخصي يساعد القائد على أن يحقق أهدافه ويلبي احتياجاته. تمر عملية التخطيط هذه بعدة مراحل، هي: توضيح الرؤية، وتحديد الرسالة، ووضع خطة للحياة، وتحديد الأهداف.

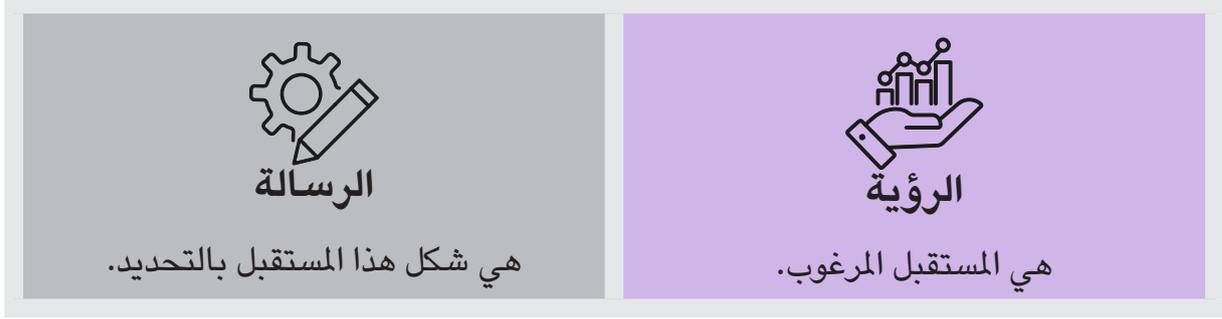
01 توضيح الرؤية:

- || حدد الأشياء ذات القيمة بالنسبة لك لتعبر الرؤية عنها.
- || قم بصياغة هذه الرؤية في عبارة إرشادية.

02 تحديد الرسالة:

تُعرّف الرسالة بأنها الدور أو المهمة التي يحددها الفرد لنفسه، وتتسم الرسالة عادة بالثبات، فهي ليست منتهية كالرؤية، ولا تتأثر بتغير المكان والزمان. فالرؤية عادة هدف نهائي يسعى الشخص لصنعه، ومعنى ذلك أن هذه الرؤية لها حدود زمانية وحدود بيئية.

أما الرسالة فهي المهمة، بمعنى أنها الشرح التفصيلي للرؤية ولكن دون إسهاب.
وبعبارة أخرى:



فوائد الرسالة:

- || تحديد وجهة الفرد في الحياة.
- || تحديد توجه الخطة الشخصية.
- || تحديد هوية الفرد.
- || تحديد التفرد أو التميز.
- || تحديد الفرص المتاحة والمخاطر المحتملة.
- || تحديد أين وكيف يصرف الفرد وقته وجهده وطاقته.
- || الرسالة هي البوصلة التي تهدي السفينة للوصول لمبتغايا ووجهتها بأقصر طريق وأقل جهد ممكن.

صيغة الرسالة:

أركان الرسالة الشخصية الأربعة:

- || **الفعل الضروري (أنا + الفعل):** مثل: أنا أقدم، أنا أعلم، أنا أغرس، أنا أساهم.
- || **الاهتمام المركزي:** وهو محور اهتمام الفرد في رسالته، ويشبه (ماذا نقدم؟) في رسالة المنظمة.
- || **الغاية المقصودة:** وهي الجمهور المستهدف من الرسالة، وتشبه (لمن نقدم؟) في رسالة المنظمة.
- || **النتيجة النهائية:** تكون غالبًا القيم والأسباب والمبررات من وراء الرسالة، وهي تشبه (لماذا نقدم؟) في رسالة المنظمة.



مثال لرسالة مكتملة الأركان:

- || أنا أقدم الخبرة العملية للمتميزين؛ ليرتقوا في مجالات حياتهم المختلفة.
- || أنا أقدم: الفعل الضروري.
- || الخبرة العملية: الاهتمام المركزي.
- || للمتميزين: الغاية المقصودة.
- || ليرتقوا في مجالات حياتهم المختلفة: النتيجة النهائية.

03 وضع خطة للحياة:

- || حدد الجوانب التي تريد تغييرها في حياتك.
- || حدد جوانب التخطيط التي ستبدأ بها في حياتك، مثل مهنتك أو هواياتك أو دوائرك الاجتماعية أو أي شيء آخر.
- || ضع الخطة على الورق، فهذا يساعدك على رؤية الأهداف والرغبات المتشابهة أو المتعارضة، وتعديل الخطة بناءً على ذلك.
- || اجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن التغييرات الحياتية التي ستقبل عليها، واستفد من تجارب الآخرين.
- || ضع خطوات للخطة، فعلى سبيل المثال: إذا كانت خطتك هي أن تصبح داعية متميزًا، فربما كانت البداية هي تعلم طرق أكثر عن أساليب الدعاة المتمكنين.
- || تأقلم مع الحياة عندما لا تسير في الاتجاه الذي خططت له.

04 تحديد الأهداف:

- || تحديد الأهداف مهارة مهمة يوظفها العديد من الأشخاص الناجحين لكي تساعدكم على شحذ معنوياتهم باستمرار؛ لأن تحديد الأهداف يساعد في التركيز على استكمال مهمة واحدة، ويساعد في الوقت نفسه على تنظيم الأدوات اللازمة لتحقيق الهدف.



الأهداف الذكية:

الهدف الذكي هو الذي تتوافر فيه الشروط التالية:



|| **محدد:**

يجب تحديد الهدف بدقة؛ فالأهداف العامة والضبابية لا تساعد على تحقيقها؛ ومما يساعدك على تحديد الهدف أن تقوم بصياغته بشكل جيد.



|| **قابل للقياس:**

يجب أن يكون كل هدف تريد تحقيقه مرتبطاً بكمية، مثلاً: قراءة عدد محدد من الصفحات يومياً.



|| **قابل للتحقيق:**

ينبغي أن يكون الهدف قابلاً للوصول إليه، ولا مانع أن يكون صعباً ولكن يمكن الوصول إليه بمزيد من الجهد، ولكن ينبغي البعد عن الهدف شديد الصعوبة لتجنب الإحباط حال عدم تحقيقه. ومن المهارات المهمة هنا تجزئة الأهداف إلى أهداف صغيرة يمكن تحقيقها، حيث إن تحقيقها يشدذ الهمم نحو استمرار العمل لتحقيق الهدف النهائي.



|| **واقعي:**

هناك أهداف يستحيل تحقيقها، فلا ينبغي بحال وضعها ضمن الأهداف، كمن فقد في اختبار نصف العام 10% من الدرجات مثلاً، ثم يريد أن يحصل على نسبة كلية 100%، فهذا لا يمكن تحقيقه.



|| **محدد بوقت:**

من مقومات الأهداف الذكية التحديد بوقت؛ مثلاً: حفظ 500 كلمة لغة فرنسية خلال سنة.

05 إدارة العمل الجماعي

01 مفهوم فرق العمل

الفريق مجموعة من الأفراد يعملون سوياً لأجل تحقيق أهداف محددة ومشتركة، وفرق العمل هي جماعات يتم إنشاؤها داخل الهيكل التنظيمي، لتحقيق هدف أو مهمة محددة تتطلب التنسيق والتفاعل والتكامل بين أعضاء الفريق، ويعتبر أعضاء الفريق مسؤولين عن تحقيق هذه الأهداف.

02 صفات فريق العمل الناجح

- || **المشاركة:** تبرز مدى اهتمام أعضاء الفريق بالمساهمة في أنشطة الفريق بصورة فعالة.
- || **التعاون:** يعبر عن مدى توفر الرغبة لدى أعضاء الفريق في العمل الجماعي للوصول إلى النتائج.
- || **المرونة:** هي درجة تقبل كل عضو في الفريق لآراء الآخرين، والتنازل عن المواقف لصالح الفريق.
- || **الحساسية:** هي درجة ميل كل عضو في الفريق لعدم الإساءة لمشاعر بقية الأعضاء، ومدى رغبة الجميع لتكوين جو نفسي مريح.
- || **تحمل المخاطر:** تعبر عن مدى استعداد الأعضاء لمواجهة المواقف الصعبة التي تواجه الفريق، والعمل على تحدي نقاط ضعف الخطط والإستراتيجيات لحفز الأعضاء على مواجهتها وتذليلها.

- || **الالتزام:** هو مدى شعور الفرد بضرورة العمل بإخلاص لتحقيق أهداف المنظمة، وهذا يتطلب انسجام أهداف المنظمة مع أهداف الفريق، والتقسيم العادل للمهام بين الأعضاء.
- || **التيسير:** هو مدى ميل أعضاء الفريق لتقديم مقترحات لحل المشكلات، وتسوية النزاعات ضمن الفريق، وتوضيح مهام وقضايا العمل التي يواجهها الفريق.
- || **الانفتاح:** هو مدى ميل أعضاء الفريق لتقديم معلومات للآخرين عن التخطيط وحل المشكلات، وحرية التعبير عن المشاعر ووجهات النظر.
- || **الاتصال الفعال بين الفريق والقائد:** تؤكد الإدارة اليابانية الحديثة على أهمية أن يخصص القائد 60% من وقته للاتصالات. ففي عام واحد تلقت شركة تويوتا (6) ملايين اقتراح من 200 ألف موظف، طبقت 99% منها، وقد وفر كل مقترح 50 دولارًا على الأقل للشركة.

03 مراحل بناء فرق العمل

|| **مرحلة التشكيل:**

يتم في هذه المرحلة اختيار الأفراد لعضوية الفريق، أو يتم إخبارهم بذلك، وتمتاز هذه المرحلة بسيادة حالة عدم التأكد، وميل الأفراد نحو التصرف بطريقة متحفظة، وإخفاء مشاعرهم عن الآخرين.

|| **مرحلة العصف:**

يتم توجيه طاقة الفريق باتجاه أداء المهمة الموكلة إليه، وفي الوقت نفسه يصبح هيكل الفريق داعماً لأداء المهمة بشكل كبير، ويظهر أعضاء الفريق خلال هذه المرحلة تركيزاً واضحاً حول معرفة السبب الذي يكمن خلف قيامهم بممارسات معينة.

|| **مرحلة المعايرة:**

يتم فيها صياغة المعايير السلوكية للفريق، ويعمل أعضاء الفريق في هذه المرحلة على تحديد الطرق التي يتم من خلالها الاشتراك في المعلومات والعمل الجماعي.

مرحلة الأداء:

ينبغي على أعضاء الفريق أن يعملوا في هذه المرحلة على مناغمة الفروقات القائمة بينهم حول أهداف الفريق وإجراءاته، وهذه المرحلة مرحلة حرجة في بناء الفريق، إذ يمكن حدوث تحالفات وصراعات ومواجهات بين الأعضاء.

مرحلة الانتهاء:

يصل الفريق إلى مرحلة الانتهاء عندما يحقق الأهداف التي تشكل من أجلها.

04 أداء فرق العمل

تختلف فرق العمل من حيث نوع الأداء الذي تقوم به لتنفيذ الأعمال والمهام، ويمكننا التمييز بين نوعين رئيسيين بهذا الاعتبار:



الفرق متدنية الأداء

- || لا يوجد انسجام بين أعضاء الفريق.
- || يتكتم أعضاء الفريق على النزاعات التي تنشأ بينهم.
- || تسود العلاقات التنافسية بين أعضاء الفريق.
- || لا يوجد دعم متبادل بين أعضاء الفريق.



الفرق عالية الأداء

- || تسود الفريق روح الجماعة مع الشعور بالاعتزاز.
- || يصبر الأعضاء على النزاعات ويصرون على حلها.
- || يعترفون بالنزاعات ويناقشونها بانفتاح وبطرق ودية.
- || يتبادل أعضاء الفريق الدعم فيما بينهم.



05 المحافظة على تماسك الفريق

من الأمور التي تساعد على تماسك فريق العمل:

- || وجود اتصال وثيق بين أعضاء الفريق.
- || اختفاء تعبيرات (أنا) لتحل محلها تعبيرات (نحن).
- || لا يقوم فرد بإنجاز جميع أجزاء العمل وحده.
- || وجود معايير تحكم العمل.
- || إدراك جميع الأعضاء فائدة اشتراك الكل في إنجاز العمل، كما يدركون أن نجاح الفريق هو نجاح لكل عضو.
- || لن يتردد أي عضو في المشاركة البناءة بمجهوده وأفكاره لإنجاز العمل، لأنه لن يستأثر أي عضو آخر بمفرده بالتقدير في حالة النجاح.
- || تماسك الفريق يكون عاليًا، ومعدلات الرضا المتبادل بين أعضاء الفريق تكون مرتفعة.
- || يسود شعور عال بالثقة والتقدير والاحترام بين أعضاء الفريق.

الكفاية الثانية

إستراتيجيات إدارة العمل الدعوي

هدف الكفاية

تمكين إدارات المنظمات الدعوية
من تطبيق الإستراتيجيات الحديثة
في إدارة العمل الدعوي



01 مفاهيم وتعريفات

02 التخطيط

03 التنظيم

04 التوجيه الإداري

05 الرقابة

06 إدارة المعرفة

07 إدارة التغيير

08 حل المشكلات وإدارة الأزمات

مفاهيم وتعريفات

01

01 تعريف التفكير الإستراتيجي

التفكير الإستراتيجي هو ذلك التفكير الذي يتسم بالخيال والاستشراف ضمن رؤية إستراتيجية، فهو تفكير يتحلّى فيه المدير - كمفكر إستراتيجي - بعيني طائر؛ فيرى أبعد وأشمل، حيث يستعرض بيانات الماضي، ويحلل بيانات الحاضر، ليتنبأ بما يمكن أن يكون.

02 تعريف الإدارة الإستراتيجية

عرف شاندلر الإدارة الإستراتيجية بأنها تحديد المنظمة لأهدافها وغاياتها على المدى البعيد، وتخصيص الموارد لتحقيق هذه الأهداف والغايات.

03 مستويات الإدارة الإستراتيجية

يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات للإدارة الإستراتيجية هي:

|| مستوى المنظمة.

|| مستوى وحدة الأعمال.

|| مستوى الوظائف.

وسوف نتعرف فيما يلي على أهم العمليات الإدارية في إستراتيجيات إدارة العمل الدعوي.



التخطيط

02

01 تعريف التخطيط

يُعرّف التخطيط بأنه المسار الذي يُحدّد مسبقًا، من أجل تحقيق أهداف معينة تلتزم الإدارة بها، وتعمل بموجبها أيضًا.

وبناء على هذا التعريف فإن التخطيط يجب أن يجيب عن الأسئلة التالية:

- || ماذا نريد أن نفعل؟ أي: ما هو هدفنا؟
- || ما وضعنا الحالي، وأين نقف الآن من ذلك الهدف؟
- || ما هي العوامل التي تساعد على تحقيق الهدف، وتلك التي تقف عائقًا أمام تحقيقه؟
- || ما هي البدائل المتاحة التي يمكن الاستعانة بها لتحقيق الهدف؟
- || ما هو البديل الأفضل من بين تلك البدائل؟

02 أهمية التخطيط في المنظمات الدعوية

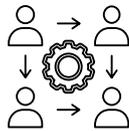
لا أحد ينكر أن التخطيط هو الأساس الذي يقوم عليه العمل الإداري كله، فهو الوسيلة التي تعتمد عليها الإدارة الدعوية في مواجهة المستقبل، فالمستقبل مجهول، وإذا لم يضع المدير في حسابه هذا

المجهول، ولم يتخذ الاحتياطات اللازمة لمواجهة الظروف المتوقعة، ولم يفكر مسبقاً فيما ينبغي عليه القيام به من أعمال قبل تنفيذها، فإنه قد ينحرف عن الطريق الصحيح الذي يقوده إلى تحقيق الهدف الذي يسعى إليه. فبدون التخطيط تعم الفوضى، وتسير الجهود بصورة عشوائية، وتنحرف عن مسارها السليم.

يساعد التخطيط المنظمات الدعوية على:

- التغلب على عدم التأكد، ومواجهة التغيرات التي قد تحدث.
- تركيز الضوء على الأهداف.
- التنسيق بين كافة الإدارات والأقسام.
- الاقتصاد في النفقات.
- تسهيل عملية الرقابة.

من أهم متطلبات نجاح التخطيط في المنظمات الدعوية:



الاستمرارية



الواقعية



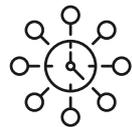
المرونة



الشمولية



التكلفة



التوقيت



المشاركة



الوضوح

03 معوقات التخطيط في المنظمات الدعوية

- || عدم كفاءة المخططين، أو أخذ قوالب جاهزة للتخطيط، دون مراعاة ظروف المنظمة الدعوية.
- || نقص الموارد الذاتية، وفشل الجهود في الحصول على موارد خارجية.
- || عدم الجدية في تنفيذ الخطة وتدني حماس العاملين لها.
- || البيروقراطية وتباطؤ الإجراءات الإدارية.
- || الطموح المفرط في الخطة، بما يفوق القدرات الفعلية لتنفيذها.
- || التعقيد الزائد والمفصل في صياغة الخطة، مما يخلق سوء فهم لدى المنفذين.
- || عدم توفر البيانات والمعلومات اللازمة لعملية التخطيط بالشكل الكافي.
- || عدم كفاية الزمن اللازم لتنفيذ الخطة.
- || ارتفاع أسعار التكاليف للموارد المادية.
- || مقاومة الواقع القائم للتغييرات التي يريد التخطيط إحداثها.
- || عدم توفر البنية الاجتماعية.
- || سرعة التقدم التقني، مما قد يخلق وضعا يختلف عما وضعت الخطة من أهداف.

04 أنواع التخطيط

يوجد العديد من أنواع التخطيط التي تغطي الحاجات المتباينة للمنظمات، والهيئات، والدول، والقطاعات، وتختار المنظمة الدعوية عادة نمطاً من التخطيط يناسب طبيعة عملها، ويخدم أغراضها، ويحقق لها أهدافها، ومن أنواع التخطيط ما يلي:

|| التخطيط الإستراتيجي:

وهو أداة إدارية لتحديد الصورة الذهنية للمنظمة في المستقبل البعيد، وكيفية الوصول إليها، ولهذا التخطيط آثار هامة ونوعية على المنظمات؛ أفقياً بفتح فروع جديدة، أو عمودياً بإضافة خطوط إنتاج جديدة، أو التخطيط لمواجهة منافسة شديدة من الجهات الأخرى، والوقوف والثبات في السوق، وغير ذلك.

التخطيط التكتيكي:

وهو جزء من التخطيط الإستراتيجي، يوضّح سير العمليات ضمن إطار الأهداف الإستراتيجية، ويعطيها المرونة في الحركة والتصرف، ويصمّم عادة لينفَّذ وتُجنى ثماره في المدى المتوسط، وتختص به الإدارات العليا والإدارات الوسطى، ومن أمثلته: اختيار أنواع من المعدات التي تدعم خطأً إنتاجياً معيناً.

التخطيط التشغيلي:

وهو جزء من التخطيط التكتيكي، يشرح كيفية تنفيذ عناصر هذا التخطيط وفق خطط متوسطة المدى، وتهتم به الإدارات الوسطى والإدارات الدنيا؛ كخطة توفير المواد الأولية لخط إنتاجي، أو تحديد متطلبات إحدى أقسام المنظمة للقوى العاملة وما شابه.

ولعل أبرز الفروق بين التخطيط الإستراتيجي والتخطيط التشغيلي، أن التخطيط الإستراتيجي متكامل، ومبني على رؤية مستقبلية للمنظمة، ويحاول إيجاد فرص جديدة وموارد محتملة، بينما التخطيط التشغيلي يعتمد على رد الفعل لسياسات معلومة، ويستخرج من الماضي، وهو تخطيط في حدود الموارد المتاحة.

05 فوائد التخطيط الإستراتيجي للمنظمات الدعوية.

من أهم فوائد التخطيط الإستراتيجي للمنظمات الدعوية ما يلي:

- || قدرته على التعامل مع التغيرات، والمنظمات الدعوية تعيش في عالم متغير، وإذا لم تتقدم فسوف تتقدم، كما حصل في عالم الأعمال لشركتي نوكيا وكوداك.
- || توضيحه للمستقبل والتنبؤ بالأحداث والتهيؤ لها، حيث يساعد المنظمة الدعوية على الاستعداد والاحتياط للتغيرات القادمة، واتخاذ الإجراءات الكفيلة لمواجهتها.
- || يساعد المنظمة الدعوية على استخدام الطريقة العقلانية في تحديد خياراتها في العمل، وسلوك الطريق الأفضل لتحقيق أهدافها.
- || يساعد المنظمة الدعوية على التوظيف الرشيد لقدراتها المالية والاقتصادية، لتحقيق نتائج أفضل في المستقبل.



خطوات التخطيط الإستراتيجي:

- || أولاً: التخطيط للتخطيط.
- || ثانياً: تحديد القيم.
- || ثالثاً: بناء الرؤية.
- || رابعاً: كتابة الرسالة.
- || خامساً: تحليل البيئة الداخلية.
- || سادساً: تحليل البيئة الخارجية.
- || سابعاً: التوجه الإستراتيجي.
- || ثامناً: الأهداف الإستراتيجية.
- || تاسعاً: تحليل الفجوات.
- || عاشراً: الخطة التشغيلية وتنفيذها.

الخطوة الأولى- التخطيط للتخطيط:



وتتم هذه الخطوة من خلال:

- || تحديد فريق التخطيط.
- || تحديد المدة الزمنية اللازمة.
- || البدء بتجميع البيانات المطلوبة وترتيبها وتصنيفها.
- || دراسة ظروف العمل المحيطة.

الخطوة الثانية- تحديد القيم:



وهي المعتقدات التي ينبغي أن يتبناها أفراد المنظمة بوجه عام ويجتهدوا لتطبيقها، فالقيم توجه أفراد المنظمة في أداء عملهم.

كي تختار المنظمة القيمة بشكل صحيح عليها مراعاة التالي:

- || ألا تكون من القيم المتفق عليها والتي لا يمكن تجاوزها مثل (الصدق، والأمانة، والعدل...).
- || ألا يزيد عدد القيم التي سيتم اختيارها عن عشر.
- || أن تنعكس القيم في أنشطة المنظمة.

الخطوة الثالثة- بناء الرؤية:



الرؤية صورة ذهنية شاملة للمنظمة عند نقطة مستقبلية، وهي تعبر عن مجموع الأهداف الرئيسية المستقبلية طويلة المدى، وينبغي أن تكون على النحو التالي:

- || طموحة، وواقعية، ومعاصرة.
- || محددة زمنياً (لا مانع من موعد مختلف لكل هدف).
- || قابلة للقياس (فيها أرقام).
- || ملهمة ومحفزة (يشعر قارئها بالفخر).
- || مختصرة (جملة تحوي أهم الأهداف وليس كلها).

الخطوة الرابعة- كتابة الرسالة:



الرسالة جملة تلخص السبب الأساسي لوجود المنظمة.

مواصفات الرسالة الجيدة:

- || جملة مختصرة (أقل من 20 كلمة) ذات صياغة أدبية.
- || تحدد محور عمل المنظمة (ماذا تقدم أو تبيع).
- || تحدد الجمهور المستهدف (نوعياً، أو جغرافياً، أو كلاهما).
- || تحتوي على أهم القيم التي تؤمن بها الجمعية (من 1 إلى 3 قيم).
- || تشير إلى تميز المنظمة على منافسيها.

الخطوة الخامسة- تحليل البيئة الداخلية:



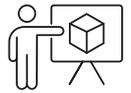
تحليل القضايا الرئيسية:



- القضايا القانونية والتشريعية
- الموارد المالية
- العملاء والمستفيدون
- المنتجات والخدمات
- الموارد البشرية
- النظام الإداري للمنظمة
- بيئة العمل
- تقنية المعلومات
- العلاقات الداخلية
- العلاقات الخارجية
- البنية التحتية



الخطوة السادسة- تحليل البيئة الخارجية:



تحليل SWOT:

وهو أحد الأدوات شائعة الاستخدام في مجال التحليل البيئي بشقيه -الخارجي والداخلي- والذي يمهّد لمرحلة الاختيار الإستراتيجي. وهذا التحليل يعمل على إيجاد علاقة بين الفرص والتهديدات ونواحي القوة والضعف في المنظمة.

يقوم هذا التحليل على افتراض أساسي مؤداه أن الإستراتيجية الفعالة هي التي تنجح في إحداث مطابقة بين القدرات الداخلية للمنظمة (نواحي القوة والضعف) وبين المواقف في بيئتها الخارجية (الفرص والتهديدات)، وسوف تؤدي المطابقة الجيدة إلى استغلال المنظمة لنواحي القوة لديها في استغلال الفرص أو الحد من أثر التهديدات أو المخاطر البيئية.

يتم اختيار أبرز ثلاث نقاط قوة وضعف وفرص وتهديدات ويتم التركيز عليها، ثم يتم اشتقاق الأهداف من التقاطعات بين (القوة والفرص والضعف والتهديدات).

القوى التنافسية الخمس لبورتر :

وهو أداة سهلة ولكنها مهمة لفهم وضع المنظمة، وهي مفيدة لأنها تساعد على فهم كل من القوة التنافسية للوضع الحالي للمنظمة، وقوة موقفها إذا كانت تفكر في الانتقال إلى حالة جديدة. حيث إن الاستيعاب الواضح للقوة يمكّن المنظمة من الاستفادة العادلة من القوى الموجودة لديها، وتحسين نواحي الضعف فيها، وتجنب اتخاذ خطوات خاطئة.



الخطوة السابعة- التوجه الإستراتيجي:

يتم في هذه الخطوة اختيار الإستراتيجية التي تتوافق مع رؤية ورسالة المنظمة، والتي تكون مستمدة من تعظيم استثمار مواطن القوة وفرص النجاح، وتقليل التعرض للتهديدات والمخاطر.

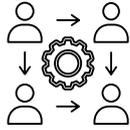
- مصفوفة (SPACE): والكلمة اختصار لعبارة Strategic position and action evaluation، أي تقييم الوضع الإستراتيجي والأداء، حيث يتم اختيار الإستراتيجية المناسبة (هجومية، أو محافظة، أو دفاعية، أو تنافسية)، بناء على تحليل البيئتين الداخلية والخارجية.



- مصفوفة الحصة / السوق (مصفوفة بوسطن): يتم تقسيم وحدات الأعمال الإستراتيجية - والتي تشكل محفظة الأعمال للمنظمة - إلى أربع مجموعات فرعية، ويتم التصنيف على أساس متغيرين؛ هما معدل نمو الأسواق التي تتنافس فيها المنظمة، والحصة النسبية للمنظمة في السوق.

الخطوة الثامنة- الأهداف الإستراتيجية:

يتم تقسيم الأهداف إلى أربعة أنواع حسب بطاقة الأداء المتوازن The Balanced Scorecards والتي تستعملها حالياً أكثر من 70% من أكبر 1000 شركة في العالم كالتالي:



العمليات الداخلية



أهداف للتعلم والنمو



أهداف متعلقة
بللمستهففين



الأهداف المالية

الخطوة التاسعة- تحليل الفجوات:

الفجوات هي الفرق بين القراءة المستهدفة والمتحققة، والتي على ضوءها يتم إيجاد مبادرات لسد تلك الفجوات، ويتم قياس الفجوة بين مؤشرات الأداء الرئيس (K.P.I.s) وبين الواقع الحالي. ما يمكن قياسه يمكن عمله، ومؤشرات الأداء هي مقاييس للأداء أشبه بعدادات السيارة، ويشير (ويليام تومسون، ولورد كيلفن 1894-1896م) إلى أنه حين تستطيع قياس ما تحدث عنه وتعبّر عنه بالأرقام، فإن معرفتك مؤكدة، ويحدث التعلم المستمر، والعكس صحيح.

أهمية قياس الأداء:

- عدم قياس النتائج يجعل من الصعب معرفة تحقق النجاح من الفشل.
- عدم المعرفة بوجود نتائج تحققت يؤدي إلى إهمال مكافأة الإنجاز.
- إذا لم نكافئ النجاح فهذا مكافأة للفشل.
- غياب مستوى النجاح يقلل الاستفادة منه.

|| عدم اكتشاف الأخطاء يقلل فرص التصحيح.

|| قياس الأداء يعطي مبررًا للميزانيات المطلوبة.

الخطوة العاشرة- الخطة التشغيلية وتنفيذها:

تجيب الخطة التشغيلية عن الأسئلة (ما؟ من؟ متى؟ كيف؟ كم؟)، المتعلقة بتحقيق الأهداف التشغيلية التي وضعتها الإدارة لتحقيق الأهداف الإستراتيجية، ويمكن وضعها في جدول كالآتي:

الهدف الإستراتيجي الأول:				
التكلفة كم؟	المؤشر كيف؟	التاريخ متى؟	المسؤول من؟	الأهداف التشغيلية
				-1
				-2
الهدف الإستراتيجي الثاني:				
التكلفة كم؟	المؤشر كيف؟	التاريخ متى؟	المسؤول من؟	الأهداف التشغيلية
				-1
				-2



التنظيم

03

التنظيم هو العملية الثانية من العمليات الإدارية؛ فبعد التخطيط يأتي التنظيم لتحقيق الانسجام والكفاءة في الخطة.

01 تعريف التنظيم الإداري

هو التوزيع الثابت نسبياً لأدوار العمل والوسائل الإدارية بين الأفراد، وتقسيم العمل وتحديد العلاقات بينهم، بما يولد نمطاً من نشاطات العمل المترابطة، ويتيح للمنظمة تيسير نشاطاتها، والتنسيق بينها، والسيطرة عليها.

02 البناء التنظيمي (الشكل الهرمي للتنظيم)

يعمل البناء التنظيمي على تجميع الموارد المتاحة -بشرية ومادية- بأفضل الأساليب اللازمة لتحقيق الأهداف، والمراد به تقسيم المنظمة إلى عدد من المستويات الإدارية؛ مستوى الإدارة العليا، ومستوى الإدارة الوسطى، ومستوى الإدارة التنفيذية، بما يوضح التدرج في السلطات والمسؤوليات، واتخاذ القرارات، وإصدار الأوامر.

والتسلسل الهرمي هو تسلسل مستويات الوظيفة من أعلى قمة لأدنى مستويات الوظيفة.

03 خطوات ومراحل بناء تنظيم

- || تحديد الأهداف.
- || تحديد الأعمال والأنشطة اللازمة لتحقيق هذه الأهداف.
- || تجميع الأعمال والأنشطة المتماثلة والمتكاملة في وظائف.
- || توزيع الوظائف على الإدارات والأقسام والفروع.

04 فوائد البناء التنظيمي

- || وجود قنوات للاتصال.
- || إصدار الأوامر من أعلى إلى أسفل.
- || إنجاز العمل ورفع من أسفل إلى أعلى.
- || تحديد السلطات.
- || تحديد المسؤوليات.

05 أبعاد التنظيم الإداري في المجال الدعوي

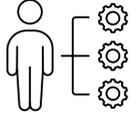
تقسيم العمل:

إن أساس أي تنظيم هو تقسيم العمل إلى أجزاء يمكن توزيعها بين العاملين، والقيام بذلك في المنظمات الدعوية يساهم في تحقيق أهدافها، وإنجاز المهام بسرعة أكبر وأداء أفضل.

إحداث الوحدات التنظيمية (التجميع):

يؤدي تقسيم العمل إلى تحويل أهداف المنظمة إلى عدد من النشاطات والعمليات والإجراءات، وحتى يمكن تعيين موظفين في المنظمات الدعوية، لابد من إحداث وظائف تتضمن كل منها مجموعة من الواجبات والمسؤوليات التنفيذية، وينتج عن ذلك عدد من الوظائف لا يستطيع المدير الدعوي الإشراف عليها وحده، مما يستدعي تجميع الوظائف في عدة وحدات تنظيمية صغيرة ذات مهام محددة.

تقسيم الوحدات التنظيمية:



تقسم الوحدات التنظيمية إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

- || **الوحدات التنفيذية:** تختص بالمهام التي تساهم بصورة مباشرة في تحقيق أهداف المنظمة.
- || **الوحدات الاستشارية:** تمارس ثلاث مهام رئيسية تتمثل في: إجراء الدراسات اللازمة لحل مشكلات العمل التي تواجهها الوحدات التنفيذية، وجمع المعلومات لوضع القرارات، وتقديم المشورة التخصصية.
- || **الوحدات المساعدة:** تقدم الخدمات والتسهيلات للوحدات التنفيذية والاستشارية؛ ومن أمثلة الوحدات المساعدة: وحدة الخدمات المساندة.

المستويات الإدارية:



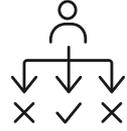
يتكون التنظيم من عدد من المستويات الإدارية، ويتضمن كل مستوى إداري وحدة تنظيمية أو أكثر، وتصنف المستويات إلى: الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة التشغيلية.

تختص الإدارات بعدد من المهارات، هي:

- || **مهارات فكرية** تمتاز بها الإدارة العليا.
- || **مهارات إنسانية** تمتاز بها جميع المستويات الإدارية.
- || **مهارات فنية** تمتاز بها الإدارة التشغيلية.



نطاق الإشراف:



وهو عدد المرؤوسين الذين يشرف عليهم مدير أو رئيس واحد بصورة مباشرة.

المركزية واللامركزية:



يتم تحديد نوع النظام (مركزي أو لامركزي) بناء على عدد من العوامل:

- || حجم المنظمة: فالمنظمات الكبيرة تطبق اللامركزية بشكل ملموس مقارنة بالمنظمات الصغيرة.
- || الانتشار الجغرافي: فيفضل تطبيق اللامركزية في المنظمات الدعوية في حال الانتشار الجغرافي؛ مثل أعمال الإغاثة المنتشرة في عدد من الدول وتشرف عليها منظمة دعوية واحدة، فهنا يفضل استخدام اللامركزية.
- || المنظمات الدعوية ذات الخدمات المتنوعة تتجه نحو اللامركزية.
- || المنافسة تساهم بأن تتجه المنظمات الدعوية لتطبيق المركزية.

|| تساهم التّقنية في تفعيل الإدارة المركزية.

|| تعكس صفات التنظيم -إلى حد ما- فلسفة وأفكار الإدارة العليا حول ما يجب أن يكون عليه التنظيم.

تفويض الصلاحيات:



يعرف التفويض بأنه قيام القائد بتحويل جزء من عمله الفكري إلى أحد مرؤوسيه، ويعرف أيضًا بمنح القائد صلاحية أو صلاحيات لأحد مرؤوسيه لاتخاذ قرار أو قرارات في مجالات محددة، وهي قوة رسمية وصفة شرعية يمتلكها القائد.

متى يكون التفويض ضروريًا في بيئة العمل الدعوي؟



يكون التفويض ضروريًا عندما لا يمتلك القائد التخصص المناسب والمعارف أو المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار، ونتيجة للتطورات الكبيرة في حقول المعرفة المختلفة، لم يعد الفرد قادرًا على التخصص إلا في مجال ضيق جدًا.

متى لا يفوض القادة صلاحياتهم؟



توجد عدة أسباب تجعل القادة يمتنعون عن تفويض صلاحياتهم أو يقللون منها، ومن هذه الأسباب:

|| عدم شعور القائد بالارتياح الا إذا كان مهيمناً بصورة تامة على مرؤوسيه، وعلى كافة أمور العمل.

|| تدني قدرات وخبرات المرؤوسين، مما لا يشجع القائد على تفويض الصلاحيات لهم.

كيف يفوض القائد؟



يتم القيام بعملية التفويض عبر هذه الخطوات:

|| يضع القائد قائمة بكافة صلاحياته.

|| يرتب الصلاحيات حسب أهميتها النسبية، بدءًا من الأكثر أهمية.

|| يحدد الصلاحيات المهمة التي ينبغي أن يحتفظ بها لنفسه، والصلاحيات الأقل أهمية التي يمكن تفويضها والتي لا تؤثر على سير العمل.

إجراءات العمل:

تُعرَّف الإجراءات بأنها خطوات إنجاز مهمة أو عمل، وتُعرَّف أيضًا بأنها مجموعة من الخطوات لتنفيذ مهمة، على أن تكون كل خطوة منها تؤدي بالطريقة نفسها والترتيب نفسه في كل مرة تنفذ فيها المهمة.

أهمية تحديد إجراءات العمل:

- || معرفة الموظفين ما يجب عليهم تنفيذه وكيف يتم الأداء بإتقان.
- || أداء كافة خطوات إنجاز المهمة بكفاءة عالية، وتقليل احتمال حدوث الخطأ أو الإخلال بالشروط النظامية لإنجاز المهام.
- || تنميط المهام، بحيث تؤدي بطريقة واحدة من قِبَل وحدات وفروع المنظمة، مما يحقق الانسجام بينها ويقلل التكاليف.
- || معاملة مراجعي المنظمة بالتساوي وبجودة عالية، نظرًا لوجود إجراءات موحدة.

التنسيق:

تقسيم العمل هو تجزئته إلى أصغر وحدات ممكنة، ويربط التنسيق بين هذه الأجزاء بحيث يكمل بعضها بعضًا، مما يمكن من إنجاز المهام وتحقيق الأهداف. والتنسيق كما يصوره ليتربر (1965م) هو عكس تقسيم العمل، حيث إن الأساس في التقسيم هو الاقتصاد في الجهد، أما التنسيق في إطار واحد فيركِّز فيه على الترابط والتكامل بين الجهود.



التوجيه الإداري

04

01 مفهوم التوجيه الإداري

هو الكيفية والأسلوب الإداري الذي يستطيع الرئيس من خلاله دفع مرؤوسيه للعمل بأقصى طاقاتهم، في إطار يحقق من خلاله إشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم الشخصية. أو هو مساعدة الفرد على النمو والاستقلال في حياته المهنية وتنمية قدراته.

02 عناصر التوجيه الإداري

إصدار الأوامر



ما ينبغي مراعاته عند إصدار الأوامر:

- || أن تكون الأوامر واضحة للمرؤوسين.
- || أن تتفق مع طاقات وقدرات المرؤوسين والموارد المتاحة لهم.
- || أن تكون موضوعية مرتبطة بمتطلبات واحتياجات الموقف.
- || صيغة الأمر.
- || طريقة إلقاء الأمر.
- || تبرير الأوامر والتعليمات.

التحفيز

هو عملية تسمح بدفع الأفراد وتحريكهم من خلال دوافع معينة نحو سلوك معين، أو بذل مجهودات معينة بقصد تحقيق هدف معين.



أنواع الحوافز

- || حوافز غير مادية (معنوية).
- || حوافز مادية.



العوامل المؤثرة على التحفيز

- || الاختلافات الفردية.
- || خصائص الوظيفة.
- || الممارسة وتطبيق القوانين.

03 مبادئ التوجيه

|| **مبدأ الثقة:** يشير إلى إيجاد الثقة فيمن يصدر الأمر، بالإضافة إلى إشعار المرؤوسين بالثقة بهم وتنمية قدراتهم.

|| **مبدأ تجانس الأهداف:** تتوقف فاعلية التوجيه على وجود تجانس بين أهداف الأفراد وأهداف المنظمة؛ لأن كل فرد يعمل على تحقيق أهدافه الشخصية من خلال عمله في المنظمة، فمن المهم جدًّا مراعاة هذه الأهداف أثناء توجيه الأفراد نحو تحقيق أهداف المنظمة.

|| **مبدأ وحدة الرئاسة:** فلا ينبغي أن يكون الفرد مرؤوسًا لأكثر من رئيس واحد، وذلك منعًا للاحتكاك، وضمنًا للإحساس بالمسؤولية الشخصية، ولأن الأفراد يتجاوبون أكثر وبطريقة أفضل عندما يوجَّهون من طرف رئيس واحد.

|| **مبدأ الوضوح والشفافية:** فينبغي أن يكون التوجيه واضحًا ومفهومًا، وفي اختصاص من يوجَّه إليه، وفي حدود قدرته على التنفيذ.

04 أدوات التوجيه الإداري

القرار

يُعرّف القرار بأنه الحل الذي تم اختياره من بين بديلين أو أكثر، لحل المشكلة القائمة. ويتضمن القرار عناصر عدة، أهمها:

- || الدافع لاتخاذ القرار.
- || الهدف من اتخاذ القرار.
- || التنبؤ بما سيحدث في المستقبل في حال اتخاذ القرار.
- || معرفة قيود صنع القرار التي يمكن أن يواجهها متخذ القرار.

خصائص القرار الصائب:

يأخذ القرار الصائب في الاعتبار الظروف البيئية الداخلية والخارجية المتعلقة بالمنظمة، مع إشراك المرؤوسين والاستفادة من آرائهم وأفكارهم، وإقناعهم بنتائجه. وينبغي أن يكون واقعياً وليس متحيزاً لوجهة نظر شخصية، مع وضوح حجم العائد المرغوب فيه، وتوفر المعلومات المؤكدة.

مراحل صناعة القرار:

تحظى عملية اتخاذ القرارات بأهمية بالغة في المنظمات، وقد تم تناولها بالدراسة والتحليل من العديد من علماء الإدارة والخبراء والمديرين الذين ارتقوا بمنظمتهم إلى أعلى المستويات. يتميز المدير الناجح عن غيره بقدرته على اتخاذ القرارات الصائبة، فالقرار الخاطيء تكلفته عالية، وقد يعرض المنظمة للفشل وخطر التصفية.

ولكي تتجنب المنظمة أي سوء في عملية اتخاذ القرار، وضع (Thomas and Scott, 2009) إطاراً منهجياً لخطوات صنع القرار وهي:

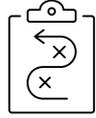
- أ. تحديد المشكلة.
- ب. وضع الحلول والبدائل.
- ت. تقويم البدائل.
- ث. تنفيذ القرار.
- ج. متابعة التنفيذ.
- ح. تقويم النتائج.

تُعرّف الجمعية الأمريكية للتدريب الاتصالات التنظيمية بأنها عملية تبادل الأفكار والمعلومات، من أجل إيجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الإنسانية في المنظمة.



فوائد الاتصالات في بيئة العمل:

- || زيادة درجة القبول للأدوار التنظيمية.
- || توفير البيانات اللازمة لاتخاذ القرارات.
- || الالتزام بالأهداف التنظيمية.
- || توضيح الواجبات (السلطة والمسؤولية).



عناصر الاتصال:

تتكون عملية الاتصال من خمسة عناصر لا تتم عملية الاتصال إلا بها وهي: (المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، والتغذية الراجعة).

أنواع الاتصالات الرسمية في بيئة العمل:

الاتصالات الرسمية هي الاتصالات التي تحصل من خلال خطوط السلطة الرسمية والمعتمدة بموجب اللوائح والقرارات المكتوبة، وقد تكون داخلية وقد تكون خارجية، وهي بصفة عامة تنقسم إلى ثلاثة أنواع على النحو التالي:

- || **الاتصالات العمودية:** وهي نوعان؛ الأولى نازلة (أوامر وتوجيهات وقرارات الإدارة)، والثانية صاعدة (نتائج تنفيذ الخطط، والمشكلات والمقترحات وغير ذلك).
- || **الاتصالات الأفقية:** وهي الاتصالات بين الأفراد في المستوى الإداري الواحد، كالاتصالات بين مديري الإدارات (لتنسيق العمل وتبادل المعلومات وغير ذلك).
- || **الاتصالات المتقابلة أو المحورية:** وهي الاتصالات بين المديرين وجماعات العمل غير التابعة لهم تنظيمياً.



الرقابة

05

01 تعريف الرقابة الإدارية

هي الوظيفة التي تضمن أن الأنشطة توفر لنا النتائج المرغوبة، وتتعلق بوضع هدف، وقياس الأداء، واتخاذ الإجراءات التصحيحية.

كما تعرّف الرقابة بأنها نشاط يساعد على التحقق من أن أداء الأنشطة يتم بالكيفية المحددة لها طبق الإجراءات والقوانين التي تحكم أداء العمل الإداري، وأن التنفيذ يسير في اتجاه الأهداف الرئيسية المحددة؛ وهذا يعني أن الرقابة تهتم بالإجراءات والهدف المرجو تحقيقه في الوقت نفسه.

02 خطوات عملية الرقابة

وضع المعايير الرقابية



المعايير الرقابية هي ترجمة للخطط والأهداف والسياسات والإجراءات والبرامج الخاصة بكل منظمة، بغرض قياس الأداء الفعلي.

ولكي يمكن مراقبة أداء المنظمة الدعوية لأعمالها بطريقة تمتاز بالكفاءة والفعالية، لابد من وضع معايير موضوعية تتناسب مع مستويات الأداء المحددة مسبقاً، والتي تختلف من منظمة دعوية إلى أخرى، باختلاف الخطة الإستراتيجية والتنظيم.

قياس الأداء

تعتمد عملية قياس الأداء على مدى صدق وصحة المعايير الموضوعية، ومدى قابليتها لقياس النشاط ومتابعة الأداء المنجز، ويحتاج أي نظام رقابة فعال إلى آليات دقيقة لقياس التقدم الحاصل في أنشطة المشروع حسب الوقت والتكلفة.

مقارنة الأداء

تتمثل هذه الخطوة بمقارنة الأداء الفعلي بالمعايير الموضوعية، حيث تعتمد هذه الخطوة على طبيعة المعلومات التي تم تجميعها من قِبَل قائد المنظمة، والتي تمكنه من تقويم الأداء وحساب الانحرافات والكشف عن نقاط القوة والضعف، ومن خلال هذا التقويم يتمكن القائد من تقدير ما إذا كانت الانحرافات ضمن الحدود المسموحة أم أنها تحتاج إلى بعض التصحيح.

تصحيح الانحرافات

يتمثل الهدف الرئيس لعملية الرقابة في تصحيح الأخطاء والانحرافات، فمجرد الكشف عن الخطأ والانحراف لا يعني شيئاً للمنظمة ولا يفيدها، إلا إذا اقترن بخطوات تصحيحية تعيد العمل إلى مساره الصحيح وَفَقاً لما كان مخططاً له، والتصحيح يعني إزالة الأسباب والعوامل التي أدت إلى الانحرافات والأخطاء.

وللعمل على إغلاق الفجوة بين الأداء والمعايير الموضوعية، ومن ثَمَّ إزالة الأخطاء والانحرافات يتم استخدام الوسائل التالية:

- || تعديل ظروف العمل.
- || تحسين طرق اختيار الموظفين وتدريبهم.
- || البحث عن الأسباب وليس الظواهر.
- || تحسين وسائل التحفيز.
- || تعديل الخطأ عند الحاجة.

أهداف الرقابة الإدارية الدعوية 03

تعتبر الرقابة وسيلة لتحقيق الأهداف والخطط، وهي تلعب دوراً هاماً في مساعدة قائد المنظمة الدعوية من خلال ما يلي:

- || التأكد من أن التنفيذ يتم طبقاً للخطة.
- || الكشف عن الانحرافات في الخطة.
- || تحديد الحلول.
- || تحديد القصور والمعوقات في الخطة.
- || تحديد الأسباب التي أدت لهذه الانحرافات.
- || تعديل الخطة.



06 إدارة المعرفة

01 مفهوم إدارة المعرفة

إدارة المعرفة عملية تساعد المنظمات على تعريف واختيار وبث ونقل المعلومات الهامة، والخبرات المتراكمة في ذاكرة المنظمة، والتي تكون موجودة عادة بطريقة غير منضّمة أو مهيكلة.

إن هيكله المعرفة تؤدي إلى العديد من الأمور المهمة، ومنها:

|| حل المشكلات بشكل فعال.

|| التعليم الديناميكي والحركي.

|| التخطيط الإستراتيجي.

|| اتخاذ القرارات.

وبالتالي فإن إدارة المعرفة تؤدي إلى إطلاق عملية التركيز على تعريف المعرفة واكتشاف المعرفة بطريقة تستطيع المنظمة من خلالها أن تعمل على مشاركة المعرفة بشكل رسمي، وتعمل على رفع قيمة هذه المعرفة من خلال عملية إعادة الاستخدام.

02 أنواع المعرفة

المعرفة الضمنية



تتركز المعرفة الضمنية في مهارة (كيف تعرف)، وتتعلق بالمهارات داخل عقل وقلب كل فرد، والتي ليس من السهل نقلها أو تحويلها للآخرين، وقد تكون تلك المعرفة فنية أو إدراكية، وقد أشار كل من (Nonaka and Takeuch, 1995) إلى أن الأصول غير الملموسة كالقيم والصورة الذهنية للمنظمة تشكل أهم الأصول التي ينبغي الاعتناء والاهتمام بها، لأنها تشكل قيمة مضافة للعمليات اليومية التي تقوم بها المنظمة.

المعرفة الظاهرية



تتعلق بالمعلومات الظاهرية الموجودة والمخزنة في أرشيف المنظمة؛ ومنها الكتيبات المتعلقة بالسياسات والإجراءات والمستندات ومعايير العمليات والتشغيل، وفي الغالب يمكن للأفراد داخل المنظمة الوصول إليها واستخدامها، ويمكن مشاركتها وتقاسمها مع جميع الموظفين من خلال الندوات واللقاءات.

فالمعرفة نتاج لعناصر متعددة من أهمها:

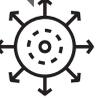
- **البيانات Data:** مجموعة من الحقائق الموضوعية غير المرتبطة، يتم إبرازها وتقديمها دون أحكام مسبقة.
- **المعلومات Information:** وهي بيانات تمنح صفة المصادقية ويتم تقديمها لغرض محدد، فالمعلومات يتم تطويرها وترقى لمكانة المعرفة عندما تُستخدم لغرض المقارنة وتقييم نتائج مسبقة ومحددة.
- **القدرة Capability:** تحتاج المعرفة إلى قدرة على صناعة معلومات من البيانات التي يتم الحصول عليها، وتحويلها إلى معلومات يمكن استخدامها والاستفادة منها.
- **الاتجاهات Directions:** المعرفة وثيقة الصلة بالاتجاهات، فهي التي تدفع الأفراد للرغبة في التفكير والتحليل والتصرف، ومن ثمَّ يشكل عنصر الاتجاهات عنصرًا أساسيًا لإدارة المعرفة.

03 مصادر المعرفة

عرف (Saffady) مصدر المعرفة بأنه ذلك المصدر الذي يحوي ويجمع المعرفة، وأكد أن الذكاء والتعلم والخبرة أمور تحدد حدود المعرفة للأفراد.

04 مصادر المعرفة في المنظمات الدعوية:

مصادر خارجية



وهي تلك المصادر التي تظهر في محيط بيئة المنظمة الدعوية، مثل المكتبات، والإنترنت، والجامعات، ومراكز الأبحاث العلمية، وبراءات الاختراعات الخارجية.

مصادر داخلية



تتمثل المصادر الداخلية في الخبرات المتراكمة لأفراد المنظمة الدعوية حول مختلف الموضوعات، وقدرتهم على الاستفادة من تعلم الأفراد والجماعات والمنظمات ككل، وعملياتها والتقنية المتعددة؛ ومن الأمثلة على المصادر الداخلية الإستراتيجية، المؤتمرات الداخلية، والمكتبات الإلكترونية، والجلسات الحوارية، والبحوث، وبراءات الاختراعات الداخلية.

05 نموذج المنظمة الدعوية في إدارة المعرفة

تشخيص المعرفة



يعد تشخيص المعرفة في المنظمات الدعوية من الأمور المهمة في أي برنامج لإدارة المعرفة، وعلى ضوء هذا التشخيص يتم وضع السياسات والبرامج والعمليات الأخرى، حيث يساعد على اكتشاف نوع المعرفة المتوفرة، من خلال مقارنتها بما هو مطلوب وتحديد الفجوة.

تحديد أهداف المعرفة



لا تعد إدارة المعرفة هدفاً بحد ذاتها، بل هي وسيلة لتحقيق أهداف المنظمة الدعوية، كما أن لإدارة المعرفة في المنظمة الدعوية أهدافاً معينة، وبدون تحديد تلك الأهداف تصبح مجرد تكلفة وعملية مربكة.

توليد المعرفة



تشمل عمليات شراء أو ابتكار أو اكتشاف المعرفة أو الاستحواذ عليها، وجميع هذه العمليات تشير إلى توليد المعرفة والحصول عليها بأساليب ومصادر مختلفة، تركز على ثلاثة أمور أساسية:

|| أن توليد المعرفة جهد بشري.

|| تأثير الأبعاد الضمنية والظاهرة للمعرفة في عمليات توليدها.

|| الطبيعة التراكمية لتوليد المعرفة.

خزن المعرفة

عمليات خزن المعرفة تعني تلك العمليات التي تشمل:

|| الاحتفاظ. || البحث. || الاسترجاع.

|| الإدامة. || الوصول.

وتشير عملية خزن المعرفة إلى أهمية الذاكرة التنظيمية في المنظمات الدعوية، لا سيما في المنظمات التي تواجه ارتفاع معدل الدوران الوظيفي.

توزيع المعرفة

حدد (Padark) أربعة شروط لنقل المعرفة:

|| أن تكون هناك وسيلة محددة لنقل المعرفة.

|| أن تكون هذه الوسيلة مدركة ومتفهمة تمامًا لهذه المعرفة وفحواها، وقادرة أيضًا على نقلها.

|| أن تكون لدى المنظمة الوسيلة المحفزة للقيام بذلك.

|| ألا تكون هناك معوقات تحول دون هذا النقل المعرفي.

تطبيق المعرفة

إن الهدف والغاية من إدارة المعرفة هو تطبيق المعرفة المتاحة للمنظمة، وهذا التطبيق هو أبرز عملياتها، وهو يعني استخدام المعرفة المتوفرة في الوقت المناسب، دون فقد استثمار فرصة توفرها لتحقيق ميزة لها أو لحل مشكلة قائمة.

وتشير عملية تطبيق المعرفة إلى المصطلحات التالية:

|| الاستعمال. || الاستفادة.

|| إعادة الاستعمال. || التطبيق.

07 إدارة التغيير

01 التغيير التنظيمي

يعرّف بكارد التغيير التنظيمي بأنه جهد مخطّط يشمل المنظمة بأكملها، ويُدَار من القمة بغية زيادة فعالية التنظيم وتقويته، من خلال تدخلات مدروسة في عملية التنظيم، وذلك باستخدام نظرية العلوم السلوكية.

02 الفرق بين التغير والتغيير

|| **التغير:** يفيد تحول الشيء من حال إلى حال بشكل مفاجئ وقاطع، وتترتب نتائجه على مدى ما سوف يحالفه من ظروف محيطة به، بمعنى أن يحصل تغير داخلي يؤثر على السلوك.

|| **أما التغيير:** فيفيد التحول القائم على فكر وتدبير مسبق، وتكون نتائجه محسوبة بقدر المستطاع، ومن ثمّ يكون الخلل في هذا التحول في مساحة ضيقة تسهل السيطرة عليها، بمعنى أن له علاقة بما يحدث من حول الفرد من تغيير في حياته أو المجتمع أو حتى وظيفته.



03 لماذا يحدث التغيير في المنظمات؟

العوامل الخارجية



العوامل الخارجية غير المباشرة

- تقنية.
- سياسية.
- ثقافية.
- بيئية طبيعية.
- اقتصادية.
- اجتماعية.

العوامل الخارجية المباشرة

- تغييرات المنافسين.
- تغير القوانين والأنظمة.
- حاجات المستفيدين.
- الموردون.

العوامل الداخلية



- تغير أهداف المنظمة (سواء كان التغيير جزئياً أو كلياً) أو رؤيتها ورسالتها.
- الحاجة المستمرة لتحديث الهيكل التنظيمي.
- الحاجة المستمرة لتغيير الأساليب الإدارية لتنسجم مع المستجدات.
- الحاجة المستمرة إلى إيجاد التنسيق والتوازن بين مناخ المنظمة واحتياجات العاملين.
- تغيير مهارات العاملين ومواقفهم وقيمهم ومتطلبات مشاركة القرار مما يتطلب التكيف معها.
- الحاجة إلى تحسين التعاون بين مجموعات العمل.

04 أنواع التغيير

التغيير كرد فعل للأحداث

- يحدث عند ملاحظة الإدارة الخلل بعد وقوعه.
- لا يمكن ملاحظة الأفراد لإشارات التغيير لأنها في الغالب صغيرة وقليلة الأهمية، (ثم تزداد خطورتها مع الزمن).
- عدم التعامل مع الخلل لفترة طويلة يسبب تفاقم المشكلة، بحيث يصبح التعامل معه صعباً جداً (كالتعامل مع المرض).

التغيير بسبب الأزمات:



- || يظهر الخلل هنا بجلاء، ليس للإدارة فقط ولكن لجميع المتعاملين معها، مما يوقع المنظمة في أزمة، ويصبح التغيير أمرًا لا مفر منه.
- || يكون التغيير هنا هو المتحكم بالقائم على التغيير بدلاً من العكس.
- || لا تكون هناك خيارات في عملية التغيير.

التغيير باستشراف المستقبل:



- || أصعب أنواع التغيير، ولكن نتائجه مبهرة دائماً.
- || يحتاج إلى المتابعة والمراجعة المستمرة للمؤثرات المحيطة؛ الإدارية والاقتصادية والاجتماعية واللوائح والنظم وإجراءات وأساليب العمل... إلخ، والعمل على تقويمها بشكل مستمر، والخروج بالتنبؤات المستقبلية التي تتطلب إجراء التعديلات على عناصر التنظيم للتكيف والتأقلم مع الواقع المتوقع، وتتطلب عملية التنبؤ استخدام عدة وسائل؛ لأنها تعتبر حاسمة في التغيير.

05 مبادئ التغيير المؤسسي

05

- تعددت الدراسات والأدلة التي تثبت أن هناك خمسة مبادئ أساسية يحتاج إليها قائد التغيير الناجح من أجل التعامل مع التغيير المستمر ومواجهته، وهذه المبادئ هي:
- || الهدف الأخلاقي.
 - || بناء وتقوية العلاقات الاجتماعية مع كافة أفراد المنظمة.
 - || فهم وإدراك عملية التغيير.
 - || إنشاء المعرفة والمشاركة فيها.
 - || تحقيق التماسك.

06 منحى التغيير

06

- يمر الفرد بأربع مراحل عند أي عملية تغيير، ولكل مرحلة سمات وخصائص تختلف عن الأخرى، ولذلك يجب التعامل والتواصل مع الأفراد بطرق تختلف باختلاف المرحلة التي هم فيها، ودور قائد التغيير أن يتعامل باحترافية في كل مرحلة.

المرحلة الأولى - الوضع الراهن:



تكون ردة فعل الفرد في هذه المرحلة الصدمة والإنكار، حيث تظهر فيها أولى بوادر التغيير من الوضع المعتاد والمألوف إلى وضع آخر مجهول العواقب، فيشعر الفرد بالصدمة من المجهول. تختلف الصدمة من عملية تغيير لأخرى ومن شخص لآخر، فقد تكون خفيفة جدًا لدرجة أن تكون تسمية صدمة مبالغًا فيها، وقد تكون عملية التغيير صدمة حقيقية، فيبدأ الفرد بالإنكار وتجاهل عملية التغيير، فالطبيعة الإنسانية تفرض عليه هذا التصرف السلبي.

المرحلة الثانية- الارتباك:



عندما يشعر الفرد أن عملية التغيير قادمة لا محالة، يبدأ الإحساس بعدم الارتياح، وتكون ردة فعله هي الغضب والخوف، فمثلًا: قد يكون أمضى سنوات في مكتب مع زملاء العمل الذين ألف العمل معهم، ويكون التغيير أن يترك مكتبه للعمل في مكتب آخر، وليقوم بمهام أخرى، وبطريقة أخرى، ومع أشخاص آخرين.

يختلف مستوى الخوف وعدم الارتياح باختلاف عملية التغيير وباختلاف الأفراد، فقد يصل في بعض الحالات إلى مرحلة تكون الاستقالة فيها من العمل أفضل للبعض من الاستمرار فيه بالطريقة الجديدة، وفي حالات أخرى يكتفي الفرد بإظهار عدم الارتياح من التغيير.

المرحلة الثالثة- الاكتشاف:



في هذه المرحلة يبدأ الفرد بتقبل وتفهم وضعه الحالي، ويشعر بالتحسن، ويتوقف عن الخوف والمشاعر السلبية تجاه عملية التغيير، وتكون ردة فعله القبول، وهذه المرحلة هي مرحلة الدخول للنطاق الإيجابي في عملية التغيير.

المرحلة الرابعة- إعادة البناء:



في هذه المرحلة يصبح الفرد على قناعة كاملة بعملية التغيير، ويتخطى مرحلة القبول إلى مرحلة احتضان وتبني عملية التغيير والالتزام بها، والمساهمة بفاعلية في إنجاحها. يهدف المديرون -بكل الوسائل- للوصول إلى هذه المرحلة بأسرع وقت ممكن وأقل خسارة ممكنة، إذ إن الوصول لها يعني نجاح عملية التغيير.

حل المشكلات وإدارة الأزمات

08

01 تعريف المشكلة:

هي كل موقف غير معهود لا يكفي لحله الخبرات السابقة والسلوك المألوف. والمشكلة عائق في سبيل هدف منشود، يشعر الفرد إزاءه بالحيرة والتردد والضيق، مما يدفعه للبحث عن حل للتخلص من هذا الضيق وبلوغ ذلك الهدف.

02 مفهوم حل المشكلة:

حل المشكلات هو أحد أبرز الإستراتيجيات الحديثة في التفكير، وهو يقوم على التعامل السليم مع المواقف غير المرغوبة الناتجة عن أسباب معينة، بحيث يتم الوقوف على هذه الأسباب، وإيجاد الحلول المناسبة لها.

03 أنواع المشكلات:

حصر ريثمان المشكلات في خمسة أنواع، استنادًا إلى درجة وضوح المعطيات والأهداف:

- || مشكلات تحدد فيها المعطيات والأهداف بوضوح تام.
- || مشكلات توضح فيها المعطيات، أما الأهداف فتكون غير محددة بوضوح.
- || مشكلات أهدافها محددة وواضحة، ومعطياتها غير واضحة.

- || مشكلات تفتقر إلى وضوح الأهداف والمعطيات.
- || مشكلات لها إجابات صحيحة، لكن الإجراءات اللازمة للانتقال من الوضع القائم إلى الوضع النهائي غير واضحة، وتعرف بمشكلات الاستبصار.

04 أساليب حل المشكلات:

هناك أسلوبان لحل المشكلات:



الأسلوب المنظم؛ ويعتمد على:

- || تحديد المشكلة.
- || جمع المعلومات.
- || التفكير التحليلي والمنطقي.
- || إيجاد أكبر قدر من الحلول.
- || اختيار أفضل الحلول.



الأسلوب التقليدي؛ ويعتمد على:

- || المشاهدة.
- || الخبرة.
- || التجربة والخطأ.

05 خطوات حل المشكلات بالأسلوب المنظم:

الخطوة الأولى- تحديد المشكلة:

على القائد أن يقوم بتحديد المشكلة بشكل جيد، حتى يستطيع تقديم حلول لها، ومن أدوات تحديد المشكلات، سؤال أصحاب الخبرة، والملاحظة، واستبيانات فريق العمل، وتحليل القوائم، وغيرها.

الخطوة الثانية- جمع البيانات والمعلومات عن المشكلة:

- || وذلك من خلال الرجوع إلى المصادر والمراجع المختلفة، وتتطلب هذه الخطوة القيام بعدة أمور أهمها:
- || تصنيف البيانات والمعلومات وتحليلها تحليلًا واعياً؛ ليتمكن اقتراح الحلول الممكنة للمشكلة.
- || الاعتماد على مصادر موثوق بها للحصول على تلك البيانات والمعلومات.
- || انتقاء البيانات والمعلومات ذات الصلة بالمشكلة، واستبعاد ما عداها.



الخطوة الثالثة- إيجاد الحلول:

العصف الذهني من أكثر الأدوات المستخدمة لإيجاد الحلول في حقول التربية والتجارة والصناعة والسياسة وغيرها؛ لأنه يساعد على تحفيز الإبداع والمعالجة الإبداعية للمشكلات.

ويعود الفضل في إرساء قواعد هذا الأسلوب لصاحب شركة إعلانات في نيويورك اسمه (أوسبورن Osborn) في عام 1938، وذلك نتيجة لعدم رضاه عما كان يدور في اجتماعات العمل التقليدية.

ويمكن من خلال جلسات العصف الذهني للمعنيين بحل المشكلة، أن يجتمع لدى القائد كم كبير من الحلول للمشكلة، ومن ثمَّ يقوم بتقويمها -في ضوء معايير محددة- ويختار أفضل الحلول.



الخطوة الرابعة- تقويم الحلول:

توجد عدة معايير ينبغي مراعاتها عند تقويم الحلول، منها:

- || إمكانية تنفيذ الحل.
- || آثار تنفيذ الحل.
- || درجة المخاطر المتوقعة.
- || مدى تقبل المرؤوسين للحل.
- || الزمن الذي يستغرقه تنفيذ الحل.



الخطوة الخامسة: اتخاذ القرار:

مفهوم اتخاذ القرارات: هو الاختيار من بين عدة بدائل مطروحة، بقصد تحقيق هدف أو عدة أهداف معينة.

وهذا يعني أن عملية اتخاذ القرار لا بد أن تشتمل على هدف يُسعى لتحقيقه، وتوفر بديلين أو أكثر للاختيار بينهما.

وهذه العملية صعبة، وتمر بعدة مراحل، وتحتاج لمجهود ذهني يزداد ضخامة كلما ازدادت صعوبة القرار، كما أنها تستلزم امتلاك عدة مهارات لإنجازها.

في عملية اتخاذ القرار يتم اختيار البديل أو الحل الحاصل على أكثر الدرجات من بين البدائل أو

الحلول؛ ويتم تنفيذ الحل من خلال:

- || اعتبار جميع العوامل: وهي جميع الظروف المحيطة بالحل.
- || الأولويات المهمة: وتشمل البدء بالأهم قبل الأقل أهمية في العوامل السابقة.
- || وضع خطة حل تشمل البرنامج، والمنفذ، ووقت التنفيذ، والتكلفة، والمتطلبات، ومعيار التقويم، وهو ما يعبر عنه اختصارًا بـ (ما، من، متى، كم، بأي، كيف).

06 الفرق بين المشكلة والأزمة:



الأزمة:

- || تظهر بشكل مفاجئ.
- || ملحة وعاجلة.
- || كبيرة.
- || تتسم بالضبابية.
- || مواجهتها أصعب.
- || تُفقد التوازن.



المشكلة:

- || تظهر بشكل تدريجي.
- || يمكن تأجيلها.
- || نسبية.
- || أكثر وضوحًا.
- || مواجهتها أسهل.
- || لا تُفقد التوازن.

07 الأزمة من المنظور الإداري:

الأزمة لحظة حاسمة تتعلق بمصير الإداري الذي أصيب بهذه المشكلة، وتوجد صعوبة كبيرة أمام متخذ القرار، تجعله في حيرة بالغة لا يدري أي قرار يتخذ، ويصبح ذلك حالة من عدم التأكد، وقصور المعرفة، واختلاط الأسباب بالنتائج.

08 أسباب الأزمات في المنظمات:

- || سوء الفهم.
- || سوء التقدير والتقويم.
- || الإدارة العشوائية.
- || الرغبة في الابتزاز.
- || اليأس.
- || الإشاعات.
- || استعراض القوة.
- || الأزمات المخططة.
- || تعارض الأطراف.
- || تعارض المصالح.

09 خصائص القائد الدعوي أثناء الأزمة:

هناك خصائص شخصية وموضوعية على القائد الدعوي أن يتصف بها وقت الأزمات ليستطيع تجنب المنظمة آثار الأزمة.



الخصائص الشخصية:

- || الشجاعة.
- || التفاؤل.
- || القدرة على تنمية العلاقات الإدارية مع الفريق.
- || الأهلية للقيادة، والرشد والتعقل.
- || القدرة على توقع أحداث الأزمة.
- || الثبات والصمود أمام الأحداث، والقدرة على التكيف معها.



الخصائص الموضوعية (المكتسبة):

- || القدرة على جمع المعلومات وتحليلها.
- || القدرة على رسم وصياغة التكتيكات المناسبة.
- || القدر الكافي من العلم والثقافة لمواجهة الأحداث.

10 أساليب التعامل مع الأزمات:



|| **إنكار الأزمة:** أي التعتيم الإعلامي، ومحاولة إنكار حدوثها، وعدم الاعتراف بوجود أي خلل في الجهاز الإداري لمدة زمنية محددة.

|| **إخماد الأزمة وكبتها:** أي استخدام العنف عن طريق الصدام العلني مع كل القوى المؤثرة على الأزمة، ويتم اللجوء لهذه الطريقة إذا وصلت الأزمة لمرحلة التهديد الخطير والمباشر للعيان.

|| **تنفيس الأزمة:** ويتم فيها إخراج ما في نفوس مصادر الأزمة من غليان للحد من انفجارها، ولاستخدام هذه الطريقة لا بد من دراسة مستفيضة لكل من: الأزمة، قوى الضغط، أطراف الأزمة ومصالحها، وسائل التنفيس المناسبة.

|| **تميع الأزمة:** يتم ذلك من خلال تشكيل اللجان، وعادة ما تأخذ اللجان مدة من الزمن، حيث تجتمع وتؤجل اجتماعاتها مرات ومرات حتى ينسى الجميع الأزمة وأسبابها.

|| **تفتيت الأزمة:** أي تفتيت قوى الأزمة إلى جزيئات يسهل التعامل معها منفردة، فتقل خطورتها. ويتم التفتيت من خلال ثلاثة مراحل: مرحلة التفاوض - مرحلة إعطاء البدائل - مرحلة الصدام.

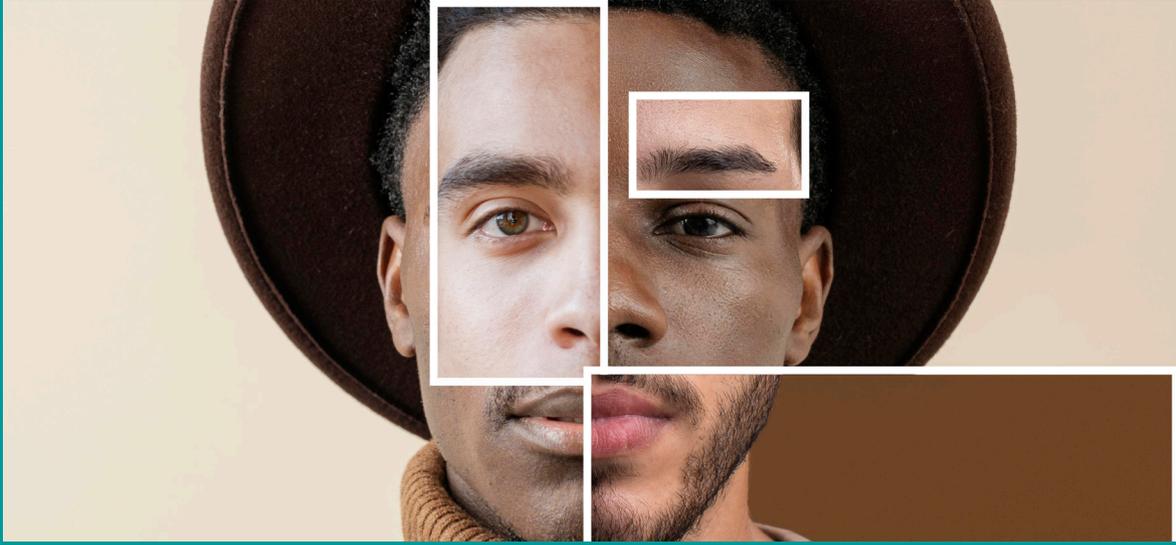
- || عزل قوى الأزمة: أي معرفة قوى الأزمة المؤثرة في أحداثها حتى يتم عزلها (كليًا أو بالتدرج).
- || احتواء الأزمة: أي محاصرة الأزمة في نطاق ضيق ومحدود، وتجميدها عند المرحلة التي وصلت إليها.
- || تدمير الأزمة ذاتيًا: أي تفجير الأزمة من الداخل، ويتم اللجوء إليها في حالة الغياب الكامل للمعلومات.
- || تحويل مسار الأزمة: أي الاستفادة من قوى الأزمة وقائدها، بتحويله إلى شخص إيجابي ينتمي إلى من قام مسبقًا بالتمرد عليه.
- || تصعيد الأزمة: في حالة الأزمة غير واضحة المعالم، لابد من تصعيدها بشكل أو بآخر حتى تصل إلى نقطة الفصل في حل الأزمة.

أنماط الشخصيات

الكفاية الثالثة

هدف الكفاية

إكساب المتدربين المعلومات
والمهارات والاتجاهات اللازمة
لتحديد أنماط الشخصيات
وتوظيفها دعويًا



05 استشعار أهمية تقدير الشخصية

06 القيم والعادات والشخصية

07 تطبيق مقياس أنماط الشخصية MBTI

08 تطبيق مقياس أنماط الشخصية DISC

01 مفهوم الشخصية

02 فهم منطلقات دراسة الشخصية

03 فهم نظريات أنماط الشخصية

04 تحليل التأثيرات الاجتماعية
والثقافية في الشخصية

مفهوم الشخصية

01

01 تعريف مفهوم الشخصية

الشخصية مجموعة من الصفات الجسدية والنفسية، والعادات، والتقاليد، والقيم، والعواطف، التي تؤثر في تفاعلنا مع المحيط الاجتماعي.

02 نموذجا الشخصية عند علماء النفس

الشخصية الانبساطية:



يكون تركيز الشخص فيها على ما هو خارج الذات، فترى أصحاب هذه الشخصية يتمتعون بالحركة والحيوية، ويختلطون بالناس ويشاركون في النشاطات الاجتماعية.

الشخصية الانطوائية:



يكون تركيز الشخص فيها على اهتماماته الشخصية، ويتميز أصحابها بالانكفاء على النفس، وتجنب الاتصال بالناس.

03 التصنيف الثلاثي للشخصية

هناك تصنيف آخر للشخصية، وهو ما يدعى بالتصنيف الثلاثي، وفيه تصنف الشخصية إلى ثلاثة أنواع:

الشخصية المفكّرة



وهي التي تركز على المطالعة والتأمل، وتُعنى عادة بالنظريات لا بتطبيقها.

الشخصية الوجدانية



يستجيب صاحب هذه الشخصية للأحداث والمواقف وكل ما يحيط به بانفعال وتأثر، وهو أقل قدرة على تقدير القيم الموضوعية للأشياء؛ لأنه أكثر اهتمامًا بمشاعره.

الشخصية العملية



يغلب على صاحب هذه الشخصية الاهتمام بكل ما هو عملي؛ فهو لا يكلف نفسه عناء التفكير في صحة نظرية ما مثلاً، ولكن يهتم أن يعلم إذا كان بالإمكان تطبيق تلك النظرية تطبيقاً ينتهي إلى نتائج عملية سليمة أم لا.



04 ثوابت ومتغيرات الشخصية

لكل شخصية من الشخصيات ثوابت معينة لا تتغير مع مرور الزمن، مهما كانت الظروف المحيطة، وفي الوقت نفسه هناك أمور قد تتغير في الشخصية تبعاً للظروف المحيطة.



متغيرات الشخصية:

تتغير شخصية الإنسان وتتطور خلال مراحل النمو، حيث تنمو معارفه، وتنمو قدراته من حيث نوعها ومستواها، وتنمو خبراته ومواقفه من المؤثرات التي تحيط به. فنحن نتفاعل بشكل مستمر مع ما يحيط بنا، ويترك هذا التفاعل آثاره في مكونات شخصياتنا، وهو ما يجعل صفة التغير أساسية عندنا.

ثوابت الشخصية:

- الثبات في الأعمال.
- الثبات في الأسلوب.
- الثوابت في البنية الداخلية.
- الثوابت في الشعور الداخلي.

فهم منطلقات دراسة الشخصية

02

01 سلوكيات الشخصية

السلوك الفطري والسلوك المكتسب:



نستطيع أن نميز في السلوك بين ناحيتين، ناحية فطرية نرثها ونؤديها بإتقان دون تعلم؛ كظاهرتي الرضاعة والأمومة، وغيرهما من أساليب السلوك البسيطة والمعقدة، وناحية مكتسبة نطبقها بالتدرج؛ كالنظافة، والنظام، والصدق، وشتى أنواع السلوك الذي نتلقاه في المنزل والمدرسة والمجتمع.

02 الانفعالات

تعريف الانفعال:



هو وجدان تآثر يشمل النفس والجسم بالتغير والاضطراب، ويتسبب عن إدراك طارئ، ملائم أو غير ملائم.

أنواع الانفعالات:

- || انفعالات أولية أو بسيطة: كالفرح أو الخوف أو الغضب.
- || انفعالات ثانوية أو مركبة: وهي تتكون من أكثر من انفعال أولي.
- || انفعالات مشتقة: كالانفعالات التي تحدث نتيجة الإحساس بالثقة والأمل، أو القلق واليأس.

03 الفرائز

تعريف الغريزة: هي استعداد فطري جسمي نفسي، يدفع الكائن الحي لأن يدرك مثيراً خاصاً، وينفعل حياله انفعالاً خاصاً، ثم ينزع - أو يشعر على الأقل حياله بالرغبة في النزوع - منزعاً خاصاً.

04 الدوافع المكتسبة

تُعد الغرائز دوافع أولية، وهي بهذا الوصف عامة في أفراد النوع الإنساني، ويشاركه في بعضها الحيوان. وتوجد بجانب هذه الدوافع الأولية دوافع ثانوية، يكتسبها الأفراد ويختلفون فيها تبعاً لاختلاف بيئاتهم، وهي العادات والعواطف.

05 القيم

تعكس القيم مواقفنا وأفكارنا تجاه الواقع المحيط بنا، وتعطي معنىً لحياتنا. وقد استنتج علماء النفس وجود ستة أنواع أساسية من القيم وهي:

- || القيم الدينية.
- || القيم النظرية.
- || القيم الاقتصادية.
- || القيم الجمالية.
- || القيم الاجتماعية.
- || القيم السياسية.



فهم نظريات أنماط الشخصية

03

01 نظرية الأنماط المزاجية

المزاج (بكسر الميم) مجموعة من الصفات التي تميز انفعالات الأفراد، ويعتقد بعض الباحثين أنه يعتمد بشكل رئيس على العوامل الوراثية.

تنقسم الشخصية وفق هذه النظرية إلى أربعة أنماط رئيسية، يتصف الأول منها بالهدوء والانفعالات السطحية، ويتصف الثاني بالمرح والنشاط وتكثيف الانفعالات مع المواقف، ويتصف الثالث بحدة الطباع وعدم القدرة على التحكم في الانفعالات، أما الرابع فيميل إلى الحزن والتشاؤم، مع بطء الاستثارة وعمقها.

02 نظرية يونغ

وهي من أوسع أشكال التصنيف الحديثة، وتتضمن نمطين من أنماط الشخصية؛ النمط المنطلق، ويتميز بالمرح، والحركة الدائمة، والانفتاح على الآخرين، والنمط الانطوائي، ويتميز بالانغلاق، وعدم الاختلاط بالآخرين، والانطواء على النفس.

03 نظرية الذات

وضع هذه النظرية (كارل روجرز)، وهي تركز على مفهوم الذات كنموذج منظم للخصائص المدركة (للأنا) مع القيم المرتبطة بها.

ويرى (روجرز) أن مفهوم الذات ينمو مع الأطفال حينما يلاحظون أعمالهم الخاصة كما يلاحظون سلوك الآخرين، فخلال سنوات الطفولة الأولى المبكرة يتعلم الأطفال الكثير من السلوكيات ويحددون لأنفسهم سمات معينة مثل الغضب، والعناد، والغيرة، والعدوانية الطفولية، وكذلك يتعلمون الكثير من السمات الإيجابية مثل التعاون، والتقارب، وتقبل الآخر، والتفهم، حتى تتكون لديهم (أنا) اجتماعية، وهكذا تتطور لديهم مفاهيم الذات ببطء.

وعلى الرغم من تركيز روجرز على وجود حاجات للفرد يجب تلبيتها لضمان تطور الشخصية بشكل سليم، إلا أنه يؤكد على أن حاجتين أساسيتين لهما الأثر الأكبر في تشكيل شخصية الفرد هما:

|| الحاجة إلى التقدير الإيجابي.

|| احترام الفرد لنفسه.

04

تحليل التأثيرات الاجتماعية والثقافية في الشخصية

01 نظرية الدور

الدور أسلوب بنائي منظم للمشاركة في الحياة الاجتماعية، حيث يتوقع المجتمع من الفرد أداء دور معين يناسب المركز الذي يشغله فيه. فنحن نتوقع من رب الأسرة -مثلاً- الذهاب إلى العمل في الصباح، وإحضار لوازم الأسرة عند العودة للمنزل، وتعليم أطفاله النظام وآداب السلوك، وأحياناً اللعب معهم.... إلخ، فهذا هو الأسلوب البنائي للأب، أما دور الأم فيشمل الأسلوب البنائي لها عدداً وافراً من الواجبات والأعمال المفروضة حسب العرف والعادات والتقاليد، حتى الأفكار والمشاعر اللاتقة، وربما أيضاً قليلاً من الامتيازات. إن التفاعل بين هذه الأدوار جميعاً غاية في الدقة، ويكون ما نسميه النظام الاجتماعي الأسري.

02 تعدد الأدوار

بعد أن يؤدي الرجل دوره كأب بالمنزل يذهب إلى عمله كمهندس أو طبيب أو مدرس أو عامل، فإن كان عاملاً في مصنع فسرعان ما يأخذ دور العامل الذي يتحكم في سلوكه حالما يدخل المصنع، أما دور الأب فيبقى كامناً (غير ظاهر)، لأنه يواجه في المصنع (توقعات دور) جديدة في النظام الاجتماعي الجديد، وعندما يعود في المساء ليجلس بين أفراد أسرته يبرز دور الأب من جديد، ويظل مهيمناً على سلوكه وسائداً حتى صبيحة اليوم التالي. وبهذا يمكن النظر إلى حياة هذا الرجل، على أنها تتابع لعدد من الأدوار التي تربط الفرد بسلسلة معقدة من النظم الاجتماعية.

03 صراع الأدوار

كثيراً ما تتصارع أدوارنا المتعددة؛ فمثلاً: قد يكتشف مدير جمعية الدعوة أنه يواجه شبكة من علاقات الدور المتصارعة في داخله؛ فعندما يكون هناك داعية عنيد مشاكس يجب إخضاعه للنظام، فإن دور الداعية لدى المدير يجعله يرغب في طرده من المكتب، لكن دور المدير يدفعه لمنحه فرصة أخرى، ودوره كعضو في مجلس الإدارة يدفعه للتوصية بحرمان مؤقت، وهكذا نرى أن الأدوار العديدة لمدير جمعية الدعوة تتقاطع وتتشابك، فتجذبه إلى هنا تارة وتدفعه تارة إلى هناك.

04 علاقة الدور بالشخصية

لكي تتضح العلاقة بين الدور والشخصية يجب أن نميز بعناية بين أربعة مفاهيم للدور، لأنه رغم صحتها جميعاً فإنه كثيراً ما يحدث خلط بينها بطريق الخطأ، وهذه المفاهيم هي: توقعات الدور، وتصور الدور، وقبول الدور، وأداء الدور.

أ. توقعات الدور

تنشأ توقعات الدور في النظام الاجتماعي، وهي ما تفرضه الثقافة على الأب والأم والطبيب والعامل وغيرهم من قواعد السلوك والأداء، وبعبارة أخرى هي ما يتوقع معظم الناس في المجتمع أن يقوم به كل عضو يشغل مركزاً معيناً في نظام اجتماعي ما.

ب. تصور الدور

هو الصورة التي يكونها الأب أو العامل - وغيرهما - عن دوره المنوط به، وهذه الصورة قد تنطبق أو لا تنطبق على توقعات الدور. وبشكل عام فمن الطبيعي أن يعرف الأب أو العامل ما يتوقعه منه الآخرون، ولكن السؤال هنا: ماذا يتوقع هو عن نفسه؟

ج. قبول الدور

إن الدور بمثابة محطة للحياة تستدعي الفرد للتوقف فيها، وقد يقبل الفرد التوقف في تلك المحطة ويعيش فيها وقد لا يرغب، فبعض العمال يحبون مهنتهم بينما يكرهها الآخرون. كما أن البعض يحبون تصوراتهم الخاصة لأدوارهم، لكنهم يرفضون توقعات الآخرين منهم.

د. أداء الدور

في المحصلة فإن التباين الذي يحدث خلال التصورات المختلفة للأفراد، ودرجات قبولهم لهذه التصورات، ومظاهر الشخصية وسماتها الراهنة، تشكل الأداء الواقعي للدور بدرجة كبيرة.

05 استشعار أهمية تقدير الشخصية

01 مفهوم تقدير الشخصية

يقصد بتقدير الشخصية اتجاه المرء نحو الشعور بأن ذاته مؤهلة وقادرة على التكيف مع التحديات الأساسية في الحياة، والإيمان بأنها جديرة بالنجاح.

02 تقدير الشخصية والقيادة والعلاقات

يتمتع القادة عادة بمستويات تقدير للشخصية تفوق غير القادة، وتقدير الشخصية يعزز من إقامة علاقات شخصية واجتماعية طيبة.

بوجه عام، يتصف القادة ذوو المستويات المرتفعة من تقدير الشخصية بالحسم، والقيام بمغامرات محسوبة، ويكونون على استعداد لاتخاذ قرارات قوية ومهمة، وهم يعلقون توقعات وآمالاً عالية على مرؤوسيتهم ولكنها في الوقت نفسه واقعية.

03 السمات العامة لمن لديهم تقدير مرتفع لذواتهم

- || يشعرون بالسلام مع أنفسهم.
- || مسؤولون عن حياتهم.
- || واثقون بأنفسهم.

- || يتعاملون مع الإحباطات بشكل جيد.
- || يتمتعون بعلاقات شخصية واجتماعية طيبة.
- || اجتماعيون وانبساطيون.
- || موجهون ذاتياً.
- || مستعدون لاتخاذ مغامرات محسوبة.

04 العوامل المؤثرة في تقدير الذات

هناك عوامل متعددة تؤثر في تقدير الذات، منها:

- || المظهر.
- || الإنجاز الأكاديمي.
- || تقويمات وآراء الآخرين.
- || البيئة الأسرية.
- || التطلعات الشخصية.
- || الأفكار الذاتية.
- || البراعة في أداء المهام والإنجازات.

05 الأقنعة التي يرتديها من لديهم تقدير متدن لذاتهم

كثيراً ما يرتدي الأشخاص الذين لديهم تقدير منخفض لذواتهم أقنعة؛ لمحاولة تعويض شعورهم بالنقص، ومن هذه الأقنعة:

- || قناع اللطيف لكسب القبول.
- || قناع المسكين لكسب التعاطف.
- || قناع العنيف لإخفاء الضعف.

06 القيم والعادات والشخصية

01 مفهوم القيم:

القيم ضرورة اجتماعية، وهي في الوقت ذاته ضرورة فردية، إذ تعمل كوسائل موجّهة لسلوك الأفراد ونشاطاتهم ودوافعهم، فإذا غابت أو تضاربت، فإن الإنسان يشعر بأنه غريب عن ذاته وعن مجتمعه، وقد يفقد رغبته في العمل ويقل إنتاجه.

فالقيم بهذا المنظور تقوم بنفس الدور الذي يقوم به ربان السفينة، حيث يقودها عن قصد مرسوم إلى هدف معلوم، ومن هنا فإن فهم الإنسان على حقيقته، مبني على فهم القيم التي تمسك بزمامه وتوجهه.



02 كيفية تكوين القيم:

تمر عملية تكوين القيم بالمراحل التالية:

- || مرحلة جذب انتباه المدعو للقيمة.
- || مرحلة تقبل القيمة.
- || مرحلة تفضيل القيمة.
- || مرحلة الالتزام بالقيمة.
- || مرحلة تنظيم القيمة.

03 مفهوم العادات:

العادة ميل مكتسب إلى أداء عمل من الأعمال بشكل آلي. تشكل العادات السلوكيات التي نمارسها بشكل متكرر دون تفكير، وهي تتيح توفير الوقت والجهد، واكتساب المهارات والإتقان، كما أنها تشكل جزءاً كبيراً من شخصياتنا. وهناك العديد من الأساليب لاكتساب العادات الجيدة والتخلص من العادات السلبية.

04 فائدة العادة:

- || توفير الوقت والمجهود.
- || اكتساب المهارة والإتقان.
- || تكوين الشخصية.

07 تطبيق مقياس أنماط الشخصية MBTI

ما هو اختبار MBTI؟

هو اختبار مصمم لاكتشاف وتحديد النمط الشخصي والقيادي للفرد، وكيفية تعامله مع الضغوط والناس. يقوم الاختبار -الذي تم تطويره بعناية- بتحديد النمط في كل معيار من معايير التقويم من خلال مجموعة من الأسئلة المنتقاة بعناية فائقة.

تكوين الأنماط

يوجد ستة عشر نمطاً مختلفاً من أنماط الشخصية في MBTI، ويتكون كل نمط منها من أربعة حروف، يُعبر كل منها عن سمة أو صفة محددة في الشخصية، من خلال المعيار الذي تم استخدامه لتحديد هذه الصفة.

أنماط الشخصية الستة عشر الناتجة من مقياس MBTI وصفات أصحابها

01 (ISTJ) ملح الأرض

J ← حازم
S ← يهتم بالتفاصيل
T ← عقلاني
I ← منفرد

واقعي وعملي ومنظم للغاية، يفضل التعامل مع الحقائق المادية، ويمكن الاعتماد عليه.

02 (ISFJ) أستاذ فن تحمل المسؤولية وأداء الواجب

J || ← حازم
S || ← يهتم بالتفاصيل
F || ← عاطفي
I || ← منفرد

هادئ ودود، وصاحب ضمير حي، ويشعر بالمسؤولية، ويعمل بإخلاص لتنفيذ الالتزامات.

03 (INFJ) الحكيم

J || ← حازم
N || ← نظرتة شمولية
F || ← عاطفي
I || ← منفرد

يحقق النجاح عن طريق الإصرار والثبات على المبدأ، ولا يقلد غيره.

04 (INTJ) سيد نفسه، أستاذ فن التفكير

J || ← حازم
N || ← نظرتة شمولية
T || ← عقلاني
I || ← منفرد

صاحب تفكير أصيل، ورغبة متجددة تجاه أفكاره ودوافعه الداخلية.

05 (ISTP) الأسد في عرينه

P || ← مرن
S || ← يهتم بالتفاصيل
T || ← عقلاني
I || ← منفرد

هادئ، يتابع الأحداث من حوله ببرود، محافظ.

06 (ISFP) الروح الوديعه

P || ← مرن
S || ← يهتم بالتفاصيل
F || ← عاطفي
I || ← منفرد

خجول، ودود للغاية، حساس، لطيف المعشر، متواضع بخصوص قدراته.

07 (INFP) المثالي، سبيكة الذهب

P || ← مرن
N || ← نظرتة شمولية
F || ← عاطفي
I || ← منفرد

يراقب الأوضاع بهدوء، مثالي للغاية، صاحب ولاء، يرغب في التوافق بين حياته الخارجية وأفكاره وقيمه.

08 العبقري (INTP)

← P || مرن
← N || نظرتة شمولية
← T || عقلاني
← I || منفرد

هادئ ومحافظ، يستمتع بملاحقة النظريات أو الحقائق العلمية.

09 الفاعل (ESTP)

← P || مرن
← S || يهتم بالتفاصيل
← T || عقلاني
← E || اجتماعي

لديه مهارة في التعامل مع المشكلة في مكان ووقت حدوثها، يفضل الإثارة.

10 الجوكر، عاشق الحياة السعيدة (ESFP)

← P || مرن
← S || يهتم بالتفاصيل
← F || عاطفي
← E || اجتماعي

يتقبل الأوضاع، منسجم وودود، يستمتع بكل شيء، يمكن أن يسبب المرح والسرور للآخرين.

11 طيبب القلوب (ENFP)

← P || مرن
← N || نظرتة شمولية
← F || عاطفي
← E || اجتماعي

حماسي للغاية، صاحب مشاعر دافئة وروح عالية، عبقري وصاحب خيال واسع.

12 أستاذ فن الحوار (ENTP)

← P || مرن
← N || نظرتة شمولية
← T || عقلاني
← E || اجتماعي

سريع، عبقري ولديه مهارات، يستمتع بوجوده مع الآخرين، لمّاح، ذكي وذو طلاقة في الحديث.

13 المدير الإداري (ESTJ)

← J || حازم
← S || يهتم بالتفاصيل
← T || عقلاني
← E || اجتماعي

يفضل تنظيم الأمور، لديه مهارة كبيرة في إدارة العمل.

14 (ESFJ) أستاذ فن الضمير الحي

- J ← حازم
- S ← يهتم بالتفاصيل
- F ← عاطفي
- E ← اجتماعي

صاحب قلب، دافئ المشاعر، متكلم، شعبي، فطرته أن يساعد الناس، عنصر فعال مع المجموعة.

15 (ENFJ) أمير الناس

- J ← حازم
- N ← نظرتة شمولية
- F ← عاطفي
- E ← اجتماعي

سريع الاستجابة ويمكن الاعتماد عليه، ويشعر باهتمام حقيقي لما يفكر به الآخرون أو يريدونه.

16 (ENTJ) المدير التنفيذي

- J ← حازم
- N ← نظرتة شمولية
- T ← عقلاني
- E ← اجتماعي

صريح وحاسم، قيادي بطبعه في النشاطات.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris pharetra tellus magna. Ut consectetur lacus eu enim porta adipiscing. Sed et diam non quam cursus volutpat. Integer venenatis lacus quam. Ut ultricies sapien facilisis non. Donec portitor dignissim vehicula. Praesent rutrum odio a nisl porta ultricies. Etiam ligula nisl, fermentum nec, quisque et, imperdiet eget, tellus. Vivamus id elit faucibus, faucibus volut ac, convallis nunc. Aliquam rutrum turpis non efficitur etiam, non sed pretium lacus, eget, facilisis lectus nec con libero. In hac lectus, imper et dictum blandit, sed mauris volutpat sapien, ut amet faucibus nunc sapien eget justo.

Mauris ipsum lacus, semper et, iaculis et, libero vitae eros. Nulla volutpat quam et leo pharetra iaculis. Vestibulum viverra ut amet iaculis et lacus. Vestibulum ante ipsum pretium in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Vivamus blandit, enim sed eodiam ornare. libero dolor iaculis nisi, nec, conmodo orci et sed nisi. Pellentesque non nunc enim. Ut volutpat tempus tortor eu vestibulum lacus mauris et. Duis luctus et tortor non adipiscing. Nulla vitae quam qui ante sedibus tristique. Sed urna iaculis, nuctor a ante que, elementum elementum risus.

Phasellus vitae nulla viverra, condictent magna vitae, semper nulla. Suspendisse posuere. Phasellus a dignism leo. Donec eorumd una eu conmodo pretium. Etiam eu sagittis mauris. Mauris id est sagittis libero etiamd lacus. Proin sed nuncque orci quis adipiscing libero. Donec ac enim dolor ut tempus mauris. Mauris lacus id, pretium nec venenatis eget, nuctor vel ipsum. Duis blandit vitae nunc volutpat mollis. Mauris tristique pretium tempus. Proin faucibus vitae dui eu iaculis. Curabitur pellentesque connoque cursus.

Nulla malesuada dui ligula. Maecenas hendrerit, orci in elementum venenatis, orci posuere pharetra nulla. Libero ornare nec orci vitae felis. Morbi ut dolor tempus, orci porta a, viverra sapien. Suspendisse non felis a nec arcu ornare elementum. Vestibulum volut tortor hendrerit ac pretium ac, varius a nisl. Morbi id odio sit amet felis lacus posuere. Etiam aliquam placerat lacus, sit amet lacus urna libero et. Vestibulum ante ipsum pretium in faucibus orci luctus et ultrices posuere mollis. Curabitur lacus nec ut ut dui dignism tristique in nec enim. Curabitur nec connoque lacus. Vivamus nec nunc connoque. Interdum nunc et, iaculis diam. Nullam leo purus, hendrerit et nulla vitae, orci nunc sagittis. Aliquam sapien diam, fermentum vitae eros eget, aliquam porta mauris. In pharetra venenatis ut, id imperdiet orci nuctor hendrerit. Aliquam aliquam connoque diam. Id pellentesque dui volutpat et. Duis connoque libero magna sit amet connoque orci.

Etiam nuncip sit sed, non dicitur veli malesuada eu. Suspendisse ultrices, ligula vitae connoque connoque, nunc nisl pharetra enim, volutpat. Suspendisse orci sit et elit. Amos et tortor porta et tempus ut, elementum volutpat sit. Pellentesque vitae tortor sit amet eros volutpat dignism ac nec dolor. Nulla connoque mauris ac felis sagittis tristique. Proin sapien felis, hendrerit nunc dui sed, connoque tristique enim. Morbi eget eros nulla. Ut vitae tortor tempus. Nulla quis orci ligula. In enim volutpat tempus eorumd imperdiet ac in dolor.

	Q1	Q2	Q3	Q4
01	12000	14000	15230	17000
02	15500	15520	15664	16000
03	16850	16449	17000	18055
04	18445	19554	19442	19120
05	19500	19990	22000	23000
06	22000	22984	26000	28440
07	24120	25120	28000	29320

ANALYSIS
 LOREM IPSUM DOLOR SITI AMET, CONSECUTOR ADIPISCING ELIT. MAURIS PHARETRA TELLUS MAGNA. UT CONSECUTOR LACUS EU ENIM PORTA ADIPISCING. SED ET DIAM NON QUAM CURSUS VOLUTPAT. INTEGER VENENATIS LACUS QUAM. UT ULTRICES SAPIEN FACILISIS NON. DONEC PORTITOR DIGNISSIM VEHICULA. PRAESENT RUTRUM ODIO A NISL PORTA ULTRICES. ETIAM LIGULA NISL, FERMENTUM NEC, QUISQUE ET, IMPERDIET EGRET, TELLUS. VIVAMUS ID ELIT FAUCIBUS, FAUCIBUS VOLUT AC, CONVALLIS NUNC. ALIQUAM RUTRUM, TURPIS NON EFFICITUR ELIFED.

Mauris ipsum lacus, semper et iaculis et, libero vitae eros. Nulla volutpat quam et leo pharetra iaculis. Vestibulum viverra ut amet iaculis et lacus. Vestibulum ante ipsum pretium in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Vivamus blandit, enim sed eodiam ornare. libero dolor iaculis nisi, nec conmodo orci et sed nisi. Pellentesque non nunc enim. Ut volutpat tempus tortor eu vestibulum lacus mauris et. Duis luctus et tortor non adipiscing. Nulla vitae quam qui ante sedibus tristique. Sed urna iaculis, nuctor a ante que, elementum elementum risus.

تطبيق مقياس أنماط الشخصية DISC

08

مقياس DISC أداة رائدة لتقويم الشخصية، يستخدمها أكثر من أربعين مليون شخص حول العالم. تم تطوير المقياس عام 1928 من قِبَل عالم النفس الأمريكي ويليام مارستون، والذي عمل على دراسة علم نفس السلوك الطبيعي الظاهري، وتكللت أبحاثه بإعداد نموذج السلوك الرباعي DISC لغرض تحسين مستوى الإنتاجية، والعمل الجماعي، والتواصل مع الآخرين، ومساعدتهم على استيعاب فوارقهم السلوكية.

هذا المقياس لغة عالمية تُستخدم لتقسيم الشخصيات المختلفة بشكل علمي إلى مجموعة نماذج سلوكية مقسمة على الحروف الأربعة DISC، وهي مدخل لمعرفة الشخص نفسه ومعرفة الآخرين، مما يسهل التعامل ويقلل الخلافات.

يتميز مقياس DISC بتقسيم الشخصيات إلى أربعة أنماط رئيسية، تعبر عن سمات محددة في الشخصية:

■ **النمط المسيطر:** يهتم بالنتائج والمهام، ويتميز بالثقة بالنفس والحزم، وهو قليل العلاقات، وعملي وجريء.

■ **النمط الحذر:** يركز على المهام ويحب الوحدة، ويميل إلى التفاصيل والانضباط، فهو غير متسامح، ومقيّد بالأنظمة، ولا يتجاوب مع الخيالات.

■ **النمط المؤثر:** يركز على الناس ويسعى لكسب الأصدقاء، ويتميز بالإبداع والمرونة.

كما أنه مغامر، ومتعدد المواهب، ويجعل العلاقات قبل المهام، ويكسب الأصدقاء بسرعة، وهو أيضاً فوضوي، ولا مبال، ومتقلب المزاج.

■ **النمط المستقر:** يركز على الناس ويتمتع بالدعم والانسجام، ويتميز بالتواضع والاجتماعية. وهو أيضاً انقيادي، وفوضوي، وخجول، ومتردد، وتسهل إخافته.

01 مجالات الاستفادة من المقياس

- **الاستعمال الشخصي:** يحدد نقاط القوة والضعف لدى الإنسان.
- **التعامل مع الأنماط:** حيث يقترح كيفية التعامل مع كل نمط.
- **التوظيف:** يحدد المكان المناسب للموظف المناسب.
- **تشكيل الفرق:** فهو نموذج رائع لتشكيل فرق العمل المتجانسة.

02 مبادئ في فهم الشخصيات

- كل فرد لديه مزيج من المكونات الأربعة ولكن بنسب متفاوتة.
- النمط قد يتغير مع العمر والوظيفة.
- النمط الأفضل ماناسب الموقف.
- لا يوجد نمط أفضل من الآخر.

هدف الكفاية

إكساب المتدربين المعارف
اللازمة للتعريف بالإسلام



01 مقدمة حول الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام

02 المناهج الدعوية

03 المنهجية في التعريف بالإسلام



مقدمة حول الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام

01

01 مفهوم الدعوة إلى الله

عرّفها شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله تعالى بقوله: هي الدعوة إلى الإيمان بالله، وبما جاءت به رسله؛ بتصديقهم فيما أخبروا، وطاعتهم فيما أمروا.

والدعوة أيضًا قيام الداعية المؤهل بإيصال دين الإسلام بعقيدته وشريعته إلى الناس كافة -مسلمهم وكافرهم- وفق المنهج القويم، وبما يتناسب مع أصناف المدعويين، ويلتئم ظروف المخاطبين في كل زمان ومكان.

02 مفهوم التعريف بالإسلام

التعريف بالإسلام هو تبليغ رسالة الإسلام لغير المسلمين؛ بإظهار صورته الحقيقية، وإبراز محاسن عقيدته وشريعته وأخلاقه، فهو نوع من أنواع الدعوة إلى الله، لكنه موجّه لغير المسلمين، وعلى هذا فالدعوة -من جهة المخاطبين- أعم من التعريف بالإسلام.

03 الفرق بين الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام

|| الدعوة موجهة للمسلمين ولغير المسلمين، أما التعريف بالإسلام فموجّه لغير المسلمين الذين لا يعرفون شيئاً عن الإسلام، أو يعرفونه على غير حقيقته.

هدف الدعوة هو دخول غير المسلمين في الإسلام، والتزام المسلمين بتعاليمه، أما التعريف بالإسلام فقد يهدف إلى دخول غير المسلمين في الإسلام، وقد يكون الهدف منه تحييد المخالفين، أو كف أذاهم، أو تغيير الصورة المشوهة عن الإسلام، وما أشبه ذلك.

يحتاج كل من الداعية والمعرف بالإسلام إلى عدد من المهارات المشتركة، لكن المعرفة بالإسلام يحتاج إلى مزيد من المهارات؛ لأن كل عمله موجّه لغير المسلمين، وهم -على اختلاف شرائحهم- يحتاجون مهارات خاصة في التعامل معهم قد لا يحتاجها الداعية الذي يتعامل مع المسلمين.

04 حكم الدعوة

الدعوة إلى الله -بالمعنى العام المتضمن للتعريف بالإسلام- واجبة من حيث العموم، وجوباً على الكفاية؛ فإذا قام بها من يكفي من الدعاة والعلماء وطلاب العلم، سقط الإثم عن باقي المسلمين، قال تعالى: ﴿ وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾ [التوبة: ١٢٢].

05 أهمية الدعوة

دلت نصوص الكتاب والسنة على أهمية الدعوة، قال تعالى: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ [يوسف: ١٠٨]، وقال تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ [النحل: ١٢٥].

وفي الحديث أن رسول الله ﷺ قال: «من دلّ على خير فله مثل أجر فاعله» رواه مسلم، وفي حديث آخر عند الترمذي وغيره: «إِنَّ الدَّالَّ عَلَى الْخَيْرِ كِفَاعِلُهُ».

06 أركان الدعوة

أركان الدعوة هي الأجزاء التي تمثل حقيقة الدعوة، ولا تقوم إلا بها، وهي أربعة:

الركن الأول- الداعية: وهو المبلّغ لدين الإسلام وشرائعه العظام، والساعي إلى تطبيقه.

الركن الثاني- المدعو أو المتلقي: هو من يراود دعوته، وهم الناس جميعاً بوجه عام، مسلمهم وكافرهم.

الركن الثالث- المدعو إليه: وهو دين الإسلام الذي يُدعى الناس إليه وإلى شرائعه وفرائضه.
الركن الرابع- المدعو به: وهو المادة، والموضوع، والمنهاج، والطرق، والأساليب، والوسائل التي يسلكها الداعية في دعوته.

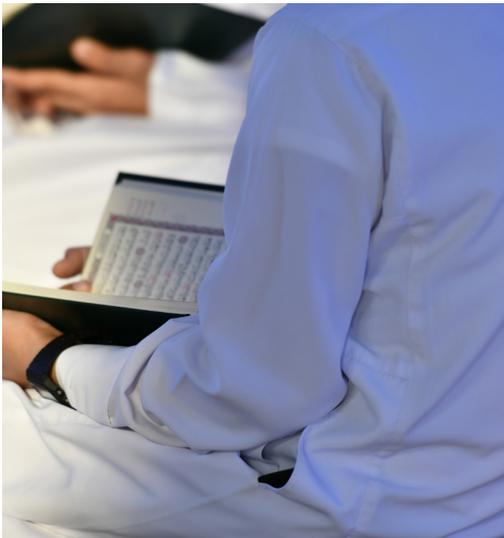
07 موضوعات الدعوة

لا تخرج الدعوة إلى الله تعالى عن الدعوة للعقيدة الصحيحة، والدعوة إلى الشريعة الإسلامية بأصولها وفروعها، والدعوة إلى الأخلاق والسلوكيات الرفيعة وتزكية النفوس بها.

الموضوع الأول- العقيدة:

العقيدة هي ما ينعقد عليه قلب الإنسان، ويتخذه ديناً له ومذهباً لا يتطرق إليه الشك أبداً، وهي الإيمان الذي لا تردُّ فيه، ويترتب عليه القول والعمل والقصد وفق مقتضاه.
والدعوة إلى العقيدة الصحيحة هو أساس الدعوة إلى الله ومنطلقها، فإذا تحققت مسائلها الكبار، انتقل الداعية إلى الدعوة إلى فعل الواجبات وترك المحرمات.

والدعوة إلى مسائل العقيدة الصحيحة الكبرى، هو أول ما دعا إليه الرسل جميعاً، فلم يكونوا يبدؤون بشيء قبلها، كما قال تعالى: ﴿وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ فَمِنْهُمْ مَّنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴿٣٦﴾ [النحل: ٣٦].



الموضوع الثاني- الشريعة:

تتناول الشريعة أحكام الشعائر التعبدية؛ كالصلاة، والزكاة، والحج ونحوها، والمعاملات؛ كالبيع والشراء، والإجارة ونحوها، والمنهج الاجتماعي؛ كبر الوالدين، والإحسان للجار، وصلة الأرحام وغير ذلك، وما يتعلق بالنكاح، والطلاق، والأطعمة، والجنايات، والقضاء، والشهادات، والوصايا وغير ذلك.

الموضوع الثالث- الأخلاق والسلوك:

جاءت الشريعة الإسلامية بمنهج متكامل شامل؛ لإصلاح الناس، وتقويم اعوجاجهم، وذلك بالدلالة على محاسن الأخلاق، والحثُّ عليها، والتحذير من مساوئها، وفي الحديث أن النبي ﷺ قال: «إنما بُعثت لأتمم صالح الأخلاق» رواه أحمد، وقد أثنى الله سبحانه وتعالى على نبيه ﷺ بأخلاقه الحسنة فقال تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾﴾ [القلم:٤]، ومدح عز وجل نبيه ﷺ بأنه ذو رحمة ولين مع الناس فقال تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾﴾ [آل عمران:١٥٩].

08 أقسام الهداية وثمرتها معرفتها:

الهداية الأولى:

وتكون للرسول والدعاة وغيرهم، وذلك بدعوة الناس لدين الله، وتسمى هداية (الدلالة، أو الإرشاد، أو البلاغ، أو البيان).
ومن أدلة هذه الهداية من القرآن الكريم قوله تعالى في حق نبيه ﷺ: ﴿وَإِنَّكَ لَتَهْدِي إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ﴿٥٢﴾﴾ [الشورى: ٥٢].

الهداية الثانية:

هداية قذف النور في القلب والرضا بالحق، وتسمى هداية التوفيق والإلهام، وهذه بيد الله عز وجل وحده، وهي المرادة بقوله تعالى: ﴿إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ﴿٥٦﴾﴾ [القصص: ٥٦]، وبقوله تعالى: ﴿لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ﴿٢٧٢﴾﴾ [البقرة: ٢٧٢].
فإذا تبين الفرق بين الهدايتين، علم الداعية حقيقة الدعوة والبيان والهداية التي تتعين في حقه وهي هداية الدلالة والإرشاد، فلا يغضب أو تنقطع به الطريق إذا لم تتحقق له هداية التوفيق والإلهام، فإنها لله سبحانه وتعالى.

ولا شك أن من طبيعة البشر أن يفرحوا إذا رأوا ثمرة أعمالهم ودعوتهم، لكن هذا لا يعني أن ينقطع الداعية عن دعوته وأعماله إذا رأى إعراضاً من الآخرين، فمن الأنبياء من يُبعثُ يوم القيامة ومعه الرهط والعدد القليل، ومنهم من يُبعثُ وليس معه أحد.

09 أهداف التعريف بالإسلام:

هناك أهداف متعددة للتعريف بالإسلام نذكر منها:

- || تحقيق مرضاة الله سبحانه وتعالى وعمارة الأرض بالخير والتوحيد.
- || طلب الأجر من الله تعالى والتعبد له بهداية الدلالة والإرشاد.
- || براءة الذمة والإعذار إلى الله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَتْ أُمَّةٌ مِّنْهُمْ لِمَ تَعِظُونَ قَوْمًا اللَّهُ مُهْلِكُهُمْ أَوْ مُعَذِّبُهُمْ عَذَابًا شَدِيدًا قَالُوا مَعذِرَةٌ إِلَىٰ رَبِّكُمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ ﴿١٦٤﴾﴾ [الأعراف: ١٦٤].
- || نصرة الدعوة والتعاون في تمهيد قبول الإسلام لدى المدعوين.
- || مدافعة الباطل ومواجهة جهود تشويه رسالة الإسلام، عبر بيان حقيقته للناس.
- || إقامة الحجة على المُعرِّفين بالإسلام عن طريق إيصال دعوة الله إليهم.

10 آثار التعريف بالإسلام على المُعرِّفين:

هناك العديد من الآثار والنتائج للتعريف بالإسلام،
ومن أهمها:



- || بناء تصور صحيح عن الإسلام.
- || إزالة تصور خاطئ عنه.
- || الجواب عن شبهة والتباس.
- || قبول الناس للإسلام ودخولهم في دين الله.
- || الاستمالة لنصرة الحق والدفاع عن الإسلام وقضاياها العادلة.
- || تحييد البعض، أو تخفيف حدة عدائهم للدين.

02 المناهج الدعوية

01 المنهج الدعوي

هو الطريق الواضح الذي يرسمه الداعية ويخطه، ثم يسلكه ويسير عليه في دعوته وتبليغه شرع الله سبحانه وتعالى.

ومن خلال فهم المناهج الدعوية وتطبيقاتها على الدعوة نحقق الإبداع والإحسان المطلوبين شرعاً، والمعتبرين واقعاً.

02 أنواع المناهج الدعوية

تنقسم المناهج الدعوية إلى عدة أقسام باعتبارات متعددة، وهذه الاعتبارات هي:

|| واضعها أو مصدرها

|| موضوعها

|| طبيعتها

|| ركائزها

التقسيم الأول- المناهج الدعوية من حيث واضعها أو مصدرها

تنقسم المناهج الدعوية بهذا الاعتبار إلى قسمين أساسيين، هما:

|| المناهج الربانية:

وهي المناهج التي وضعها الشارع لهذه الدعوة عن طريق القرآن أو السنة؛ فهي مناهج معصومة عن الخطأ، وهي أصل المناهج الدعوية كلها، قال الله تعالى: ﴿لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَا جَا﴾ [المائدة: ٤٨].

|| المناهج البشرية:

وهي المناهج الدعوية التي يضعها الدعاة والعلماء باجتهادهم في أي جانب من جوانب الدعوة، تطبيقاً للمناهج الربانية بما يتناسب مع زمانهم ويتلاءم مع ظروف المدعوين من حولهم، وهو منهج يحتمل الخطأ والصواب.

وكأي مسألة اجتهادية لا يعدم المجتهد في هذه الوسائل أجراً أو أجرين، وللدعاة أن يأخذوا منها أو يتركوا ما شاؤوا.

التقسيم الثاني- باعتبار موضوعها

تتنوع المناهج الدعوية من حيث موضوعها إلى أنواع عديدة، وذلك لشمول الدعوة الإسلامية لجميع جوانب الحياة الإنسانية، فهناك مناهج عقدية، وعبادية، واجتماعية، واقتصادية، وعسكرية، وسياسية، وصحية، ورياضية، وترويحية، وغيرها.

التقسيم الثالث- باعتبار طبيعتها

تتنوع المناهج الدعوية من حيث طبيعتها إلى:

|| مناهج خاصة وأخرى عامة.

|| مناهج فردية وأخرى جماعية.

|| مناهج نظرية وأخرى تطبيقية.

وغيرها...

فلكل منهج من هذه المناهج طبيعته الخاصة به، وميدانه الذي وضع له؛ فالمنهج الخاص لا يصلح تعميمه، والمنهج العام لا يصلح تخصيصه، وهكذا.

التقسيم الرابع- باعتبار ركائزها

تتنوع المناهج الدعوية بجميع أنواعها السابقة من حيث ركائزها، وذلك تبعاً لتنوع ركائز الطبيعة الإنسانية الثلاث: القلب، والعقل، والحس.

|| فما كان من المناهج مرتكزاً على القلب، سُمِّي المنهج العاطفي.

|| وما كان من المناهج مرتكزاً على العقل، سُمِّي المنهج العقلي.

|| وما كان من المناهج مرتكزاً على الحس، سُمِّي المنهج الحسي أو التجريبي.





المنهجية في التعريف بالإسلام

03

المنهجية في التعريف بالإسلام هي طرق وسبل وخطط ومهارات التعريف بالإسلام.

الفرق بين المنهج والمنهجية:

المنهج هو الطريق والخطة الكلية والنظام العام المتَّبَع في الوصول إلى النتائج المرجوة، أما المنهجية فهي خطوات ووسائل التطبيق الفعلي للمنهج، من خلال آليات المنهج وإجراءاته التي يُستعان بها في تحقيق الأهداف.

أهداف المنهجية في التعريف بالإسلام:

تهدف منهجية التعريف بالإسلام إلى التعريف بحقائق الإسلام الكبرى، وهذا يشمل:

|| التعريف بالله سبحانه وتعالى.

|| التعريف بالنبي ﷺ.

|| التعريف بالقرآن الكريم.

|| التعريف بمراتب الدين.

|| التعريف بمحاسن الشريعة.

مصادر الإعداد العلمي للتعريف بالله تعالى:

- || العلوم الشرعية: القرآن والسنة، وكل ما تفرّع عنهما من العلوم المختلفة.
- || قواعد الأصول في علوم التفسير، والفقه، والحديث، واللغة.
- || العلوم المرتبطة بمقارنات الأديان ومواقف أتباعها من حقيقة وجود الله تعالى.
- || الثقافات والعلوم المعاصرة؛ كعلم النفس، والاجتماع، والحضارة، والفلسفة، والفيزياء، والفلك... إلخ.
- || الدراسات المتخصصة حول الإلحاد وشبهه الملحدين وطرق الرد عليها.
- || مناظرات علماء الإسلام مع الملاحدة والدهرية.

عناصر بناء منهجية التعريف بالله تعالى:

- || أول حقائق الإسلام وأرقاها هي حقيقة وجود الله تعالى، بكل ما تتضمنه من معارف وعبادات.
- || أهم المهمات وأول خطوات التعريف بالإسلام هو التعريف بالله تعالى؛ لأنه مفتاح لما بعده من حقائق، ولأنه يحقق العلم بالمعبود وهو المقصد الأسمى للإنسان في الحياة.
- || لا يوجد دين أو فلسفات للوجود استطاعت أن تعرف بالله تعالى بشكل يليق به جل شأنه، واستطاعت أن تجيب عن الأسئلة الكبرى في الوجود بمثل ما قدمته نصوص الشريعة الإسلامية، حيث اتسم ما قدمته بالوضوح، والكمال، والتوافق الفطري، وهداية الحيارى إلى حقيقة الرب جل وعلا.
- || الإيمان بالله تعالى هو الأصل الأول من أصول الإيمان، بل هو أصل لأصول الإيمان، فالإيمان بسائر أصول الإيمان داخل في الإيمان بالله.
- || الإيمان بالله هو الاعتقاد الجازم بوجوده سبحانه وتعالى، وبوحدانيته في ربوبيته، وألوهيته، وأسمائه وصفاته.
- || من المهم تحديد المصطلحات بدقة عند حوار غير المسلمين من أجل دعوتهم إلى الله، وتصحيح التصورات المغلوطة والمفاهيم الخاطئة عن الإسلام، والتي قد تعشش في عقول كثير منهم.
- || أكثر من ينكر هذا الباب هم الملحدون واللا أدريون.

مستويات التعريف بالله تعالى:

الإيمان بالله يتضمن أربعة أمور، فمن آمن بها فهو المؤمن حقاً، وعلى الداعية المعرّف بالله أن يقدمها على مستويات:

|| الأول: الإيمان بوجود الله تعالى.

|| الثاني: الإيمان بوحداية الله جل وعلا في ربوبيته.

|| الثالث: الإيمان بوحداية الله جل وعلا في ألوهيته.

|| الرابع: الإيمان بوحداية الله جل وعلا في أسمائه وصفاته.

02 التعريف بالنبي ﷺ

إذا كانت عقيدة التوحيد هي أولى حقائق الإسلام، فإن حقيقة نبوة النبي الخاتم محمد ﷺ هي ثاني أهم حقيقة في الإسلام، ويعتمد التعريف بمقام النبوة وخاتم الأنبياء على تحقق معرفة المدعو بالله تعالى، فمن لوازم الإيمان بالله الإيمان برسله، والإيمان بالرسول من العقائد التي لو أنكرها الإنسان لكفر؛ لأنها من المعلوم من الدين بالضرورة، ومعرفتها فرض عين لا فرض كفاية.

مفهوم الإيمان بالنبي محمد ﷺ:

يعتمد الإيمان بالنبي ﷺ على أمرين:

|| الأول: تصديقه فيما بلغه عن الله، وأن ما جاء به من عند الله حق يجب اتباعه.

|| الثاني: طاعته واتباع شريعته.

مصادر الإعداد العلمي للتعريف بالنبي ﷺ:

|| كتب العقيدة، ودلائل النبوة، ومعجزات الأنبياء، وكتب السيرة، وتاريخ الأنبياء.

|| العلوم المرتبطة بمقارنات الأديان ومواقف أتباعها من الأنبياء وأحوالهم.

|| الثقافات والعلوم المعاصرة؛ كعلم التربية، والاجتماع، والحضارة، والفلسفة، والتاريخ... إلخ.

- ❑ الدراسات والشهادات حول النبي ﷺ في الكتب الدينية - لغير المسلمين - والتاريخية وأقوال الغربيين.
- ❑ دراسة جهود العلماء والدعاة للتعريف بالنبي ﷺ لدى المناوئين له ﷺ.

❑ الحاجة إلى الأنبياء والرسول:

- ❑ الإنسان مخلوق مربوب، ولا بد أن يتعرف على خالقه، ويعرف ماذا يريد منه، ولماذا خلقه، ولا يستقل الإنسان بمعرفة ذلك، ولا سبيل له إليه إلا من خلال معرفة الأنبياء والمرسلين، ومعرفة ما جاؤوا به من الهدى والنور.
- ❑ الإنسان مكون من جسد وروح؛ فغذاء الجسد ما تيسر من مأكّل ومشرب، وغذاء الروح أعده لها الذي خلقها، وهو الدين الصحيح والعمل الصالح، والأنبياء والمرسلون جاؤوا بالدين الصحيح وأرشدوا إلى العمل الصالح.
- ❑ الإنسان متدين بفطرته، ولا بد له من دين يدين به، وهذا الدين لا بد أن يكون صحيحاً، ولا سبيل إلى الدين الصحيح إلا من خلال الإيمان بالأنبياء والمرسلين والإيمان بما جاؤوا به.
- ❑ الإنسان محتاج إلى الطريق الذي يوصله إلى رضا الله في الدنيا، وإلى جنّته ونعيمه في الدار الآخرة، وهذه طرق لا يرشد إليها ويدل عليها إلا الأنبياء والمرسلون.

❑ ثمرات الإيمان بالرسول:

- ❑ العلم برحمة الله تعالى وعنايته بعباده؛ حيث أرسل إليهم الرسل ليهدهم إلى صراط الله تعالى، ويبينوا لهم كيف يعبدون الله، إذ العقل البشري لا يستقل بمعرفة ذلك.
- ❑ شكره تعالى على هذه النعمة الكبرى.
- ❑ محبة الرسل عليهم الصلاة والسلام وتعظيمهم، والثناء عليهم بما يليق بهم؛ لأنهم رسل الله تعالى، ولأنهم قاموا بعبادته وتبليغ رسالته على أكمل وجه، ولأنهم نصّحوا لعباده وسعوا في نجاتهم وسعادتهم في الدارين.

❑ أنواع عدم الإيمان بالأنبياء عموماً وبالنبي ﷺ:

- ❑ الإنكار والجحود: كمن ينكر حقيقة النبوات والرسول جميعاً، ومن صورها: الزعم أن النبوة خرافة، أو إنكار نزول الوحي على الأنبياء.
- ❑ الانتقاص والتشكيك: كمن يطعن في مقام النبوة بإثارة شبهة متعددة تدور حول الطعن في عصمتهم، وأنهم ليسوا مؤتمنين على البلاغ (كما تفعله فئة القرآنيين، وبعض المستشرقين).
- ❑ الطعن والإساءة: كمن يسيء وينتقص ويسب ويشتم النبي الخاتم ﷺ بدافع الحقد والكراهة للإسلام.
- ❑ الهجوم الشرس على الإسلام ونبي الإسلام ﷺ وأحكامه.

توجيهات حول الموقف التعريفي بالنبي ﷺ:

من المهم للداعية المعرف تحديد نوع الفئة المستهدفة بدقة، وسبر أحوالهم، وتحديد قواعد مشتركة للنقاش معهم.

وأغلب الفئات المخالفة في هذا الباب على نوعين رئيسين:

|| أكثرية جاهلة بمعرفة النبي ﷺ المعرفة الصحيحة، ولكنها لا تمارس الإساءة.

|| أقلية مؤثرة تمارس الإساءة للنبي ﷺ، وهذه الفئة قد تكون جاهلة بمعرفة النبي ﷺ، أو على معرفة به.

دلائل نبوة النبي ﷺ:

|| الكمال الأخلاقي للنبي ﷺ، وعظيم صفاته ﷺ.

|| الإتيان بالقرآن المعجز رغم أميته ﷺ، إذ كان لا يقرأ ولا يكتب كغالب العرب.

|| الكمال التشريعي لرسالته ﷺ وله ثلاثة أوجه:

■ موافقة رسالة محمد ﷺ للفطرة البشرية تجاه التدين؛ فليس في الإسلام الذي جاء به محمد الصادق الأمين شيء يخالف الفطرة السليمة، بخلاف كثير من الديانات الأخرى الوضعية أو المحرفة.

■ موافقة الرسالة المحمدية لجوهر رسالات الأنبياء السابقين؛ في عبادة الله وحده، والإيمان باليوم الآخر، وفي أصول الحلال والحرام ﴿وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ﴾ [المائدة: ٤٨]؛ وذلك لأن المصدر واحد وهو الله عز وجل.

■ تطابق مضمون الرسالة المحمدية مع حقائق الكون والعلم.

|| إخباره ﷺ عن أمور غيبية كثيرة وتحققها؛ كانتصار الروم على الفرس، قال تعالى: ﴿غُلِبَتِ الرُّومُ ﴿١﴾

فِي أَدْنَى الْأَرْضِ وَهُمْ مِّنْ بَعْدِ غَلِبِهِمْ سَيَغْلِبُونَ ﴿٢﴾ [الروم: ٢-٣]، ودخوله ﷺ مكة، قال تعالى: ﴿لَقَدْ صَدَقَ اللَّهُ رَسُولَهُ الرُّعْيَا بِالْحَقِّ لَتَدْخُلَنَّ الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ إِنْ شَاءَ اللَّهُ ءَامِنِينَ ﴿٢٧﴾ [الفتح: ٢٧]، وغير ذلك.

وعدم وقوع أي شيء أخبر به من أمور المستقبل على خلاف ما أخبر.

|| شهادات الآخرين عن النبي ﷺ؛ كبعض نصوص الكتب السماوية السابقة، وشهادات وأقوال

بعض الأخبار والقسس، وبعض العلماء والفلاسفة ومن كتبوا عن العظماء.

|| معجزات النبي ﷺ وخرقه للعادات؛ وقد أحصى بعض الباحثين مواقف وصور معجزاته ﷺ

فبلغت ١٠٠٠ موقف.

03 التعريف بالقرآن الكريم

القرآن الكريم هو كلام الله المعجز، الذي أنزله الله عز وجل لهداية البشر إلى ما فيه خيرهم في الدنيا والآخرة، وهو آخر الكتب، فلا كتاب بعده، وهو مهيمن على ما قبله من الكتب وناسخ لها. والقرآن الكريم هو المصدر الأول لعقيدة الإسلام وشريعته، فمن هنا ينبغي أن يحرص المعرّف بالإسلام على التعريف به على أكمل وجه.

مصادر الإعداد العلمي للتعريف بالقرآن الكريم:

- || كتب التفسير والعقيدة وعلوم القرآن الكريم.
- || دراسة تاريخ الكتب السماوية ومواقف الناس منها.
- || الثقافات والعلوم المتخصصة؛ كعلوم الإعجاز، واللغة العربية.
- || دراسة أحوال الطاعنين في القرآن الكريم وشبهاتهم وبواعثهم.
- || دراسة جهود العلماء والدعاة للتعريف بالقرآن الكريم والدفاع عنه.

توجيهات خاصة حول الموقف التعريفي بالقرآن الكريم:

- || من المهم للداعية المعرّف تحديد نوع الفئة المستهدفة في الموقف التعريفي بالقرآن الكريم بدقة، وسبر أحوالهم، وتحديد قواعد مشتركة للنقاش معهم.
- || من حكمة الداعية المعرّف أن يعتمد قاعدة التعريف المتضمن الإلزام بحقيقة أن القرآن الكريم من عند الله حقاً، وعدم العدول عنها إلى مجرد التعريف، ويكون ذلك بأن يشترط الداعية على المخالف بأنه في حال تم الجواب على الشبه المثارة فيتعين عليه الإقرار بأنه من عند الله وإلا فإنه يتبع هواه، إلا إذا كان الموقف خالياً من إثارة الشبهات التي تتطلب الجواب عنها، أو كان من الحكمة الراجعة عدم فعل ذلك.

وقد استخدم القرآن الكريم هذا المنهج، فأجاب عن شبه المخالفين من كفار مكة بما يلزم معه تعين أنه من عند الله تعالى. فإذا ثبت أن القرآن ليس من عند النبي ﷺ بل من الله تعالى، وهو غير قابل للنقد، وأنه ليس فيه تحريف ولا زيادة، وأنه صادق الأخبار وواجب الاتباع، إذا ثبت

هذا فإن الله تعالى قال فيه: ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ﴾ [الحجر: ٩]، إذن فلا مجال للطعن في تواتره وجمعه وقراءته وما نسخ منه؛ لأنه محفوظ بحفظ الله له.

▄ يبدأ الداعية المعرف بعرض المحتوى التعريفي بموضوع الإيمان بالكتب السماوية قبل التفرغ للإجابة عن شبهات المخالف، فلكل من الموضوعين احتياجاته الفنية والعلمية، كما أن كثيراً من الشبهات تزول أو تبطل بمجرد إقرار المعنى الصحيح في الأذهان أولاً.

وهذه قاعدة كبرى في منهجية التعريف بالإسلام، أن نشر الحق ابتداء يزهق الباطل قبل طرحه، ويدفع ورود الشبهة على الذهن، وهذا أفضل وأسهل من رفع الوهم بعد دخوله للذهن.

▄ عند توجه الموقف التعريفي للجواب عن شبهة المخالف فينبغي أن يبدأ الداعية المعرف بالردود الإجمالية على أصول الشبهات قبل الردود التفصيلية، إذ الردود الإجمالية على الشبه الرئيسية كفيلة بالرد على جميع ما تحتها من شبهات قد يصعب عدها وحصرها.

▄ في المواقف التعريفية بالقرآن الكريم يحرص الداعية المعرف على ممارسة الإعجاز التأثري للقرآن الكريم على الحضور، إذا كان ذلك متاحاً ومناسباً للموقف ومحترماً منهم؛ وذلك بتلاوة مقطع من القرآن الكريم على الحاضرين بصوت قارئ جميل مؤثر، أو بصوت الداعية المعرف نفسه إن كان مناسباً، مع حسن اختيار مواضيع الآيات ومناسبتها للموقف التعريفي.

يتأثر المخالف عندما يسمع:

- تلاوة آيات مختارة بعناية من القرآن الكريم بصوت مؤثر وتفسيرها.
- بيان أوجه إعجاز القرآن الكريم المختلفة ونشر الشواهد حولها.
- شهادات كبار مفكري الغرب وفلاسفته المنصفين حول القرآن الكريم.

▄ المحتوى التعريفي بالقرآن الكريم: تعريف القرآن الكريم:

هو كلام الله حقيقة، المنزل على النبي محمد ﷺ يقظة لا مناماً، بواسطة أمين الوحي جبريل عليه السلام، المنقول إلينا بالتواتر، المتعبد بتلاوته، المعجز بلفظه، والمتحدى بأقصر سورة منه، المكتوب في المصاحف، المبدوء بسورة الفاتحة، المختوم بسورة الناس.

|| الرد على الطعن في القرآن:

هذا أحد مباحث علوم القرآن، التي تبحث في كلام من طعن في كتاب الله، أو زعم تناقضه، أو إشكاله، والرد عليه بالأدلة الشرعية والعقلية والحسية، وهناك عدة مصطلحات في تسمية هذا العلم، منها:

- المتشابه أو المشتبه.
- موهم الاختلاف أو مختلف القرآن.
- موهم الاضطراب.
- أسئلة القرآن.
- غامض القرآن.
- مُشكِل القرآن.

بدأ الطعن في القرآن الكريم منذ بدأ النبي ﷺ دعوته في مكة المكرمة، فزعم الطاعنون أن القرآن الكريم من كلام محمد ﷺ وأنه يمكنهم قول مثله، لأنه يردد أساطير الأولين؛ قال تعالى: ﴿وَإِذَا تُتْلَىٰ عَلَيْهِمْ آيَاتُنَا قَالُوا قَدْ سَمِعْنَا لَوْ نَشَاءُ لَقُلْنَا مِثْلَ هَذَا إِنْ هَذَا إِلَّا أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ ﴿٣١﴾﴾ [الأنفال: ٣١] ، ثم زعموا أن النبي ﷺ أخذ القرآن الكريم من بعض أهل الكتاب؛ وقالوا هو شاعر؛ وقالوا كاهن... وهكذا في سلسلة من الأكاذيب والافتراءات دون حجة أو برهان.

المخالفون لعقيدة الإيمان بالقرآن الكريم:

الفئات المخالفة لعقيدة الإيمان بالقرآن الكريم من المعاصرين، على نوعين:

الأول- المستشرقون الحاقدون: وشبهات هؤلاء واضحة غالباً، وأحقادهم معلنة ظاهرة.

الثاني- العلمانيون: وهؤلاء أذئاب المستشرقين من أبناء المسلمين، وهم أخطر من المستشرقين؛ لأن

طعونهم خفيّة وماكرة، وبسبب أسمائهم الإسلامية وخبثهم في الطعن، تروج شبهاتهم أحياناً على بعض المسلمين بسبب ضعف الثقافة الإسلامية عندهم.

أهم الردود الإجمالية التي تصلح لكل شبهة:

|| عرض دلائل الإعجاز القرآني، وهو أنواع:

- الإعجاز البياني (اللفظي والبلاغي) وهذه يتذوقها العربي أكثر من سواه.
- الإعجاز التشريعي ومن أمثلة ذلك: تشريع المواريث والقصاص.
- الإعجاز الإخباري (الغيبّي) كأخبار السابقين واللاحقين.
- الإعجاز التأثري، حيث يتأثر كثير من غير المسلمين بمجرد سماع تلاوات القرآن الكريم، ويسلم كثير منهم.
- الإعجاز العلمي في العديد من المجالات؛ كالطب، والفلك، وخلق الإنسان، وفي النبات، والمناخ، وغيرها.

|| استمرار التحدي بأن يأتي أحد بمثل القرآن؛ حيث لم يستطع فرد أو جماعة منذ نزول القرآن الكريم وحتى الآن أن يأتوا بمثله أو ببعضه أو بسورة من مثله.

|| شهادة المنصفين من الخصوم بصدق القرآن الكريم.

|| الوحدّة الموضوعية لكل سورة.

|| عدم التناقض بين آياته.

04 التعريف بمراتب الدين

مراتب الدين ثلاثة: الإسلام، والإيمان، والإحسان، وهو أعلاها.

أولًا- الإسلام:

هو المرتبة الأولى من مراتب الدين الثلاثة، والإسلام لغة: هو الانقياد والخضوع والذل؛ يقال: أسلم واستسلم؛ أي: انقاد.

الإسلام بالمعنى العام: هو الخضوع لله تعالى والتعبد له بما شرعه من العبادات التي جاءت بها رسله، منذ أن أرسل الله الرسل إلى أن تقوم الساعة.

الإسلام بالمعنى الخاص: هو الدين الذي أُرسِلَ به النبي محمد ﷺ، وهو المعنى المتبادر للذهن عند إطلاق كلمة الإسلام.

أركان الإسلام:

مرتبة الإسلام مرتبطة بعمل الجوارح، ولها خمسة أركان، هي: الشهادتان (شهادة ألا إله إلا الله، وشهادة أن محمدًا رسول الله)، والصلاة، والزكاة، والصيام، وحج البيت.

ثانيًا- الإيمان:

الإيمان في اللغة: هو التصديق والإقرار والثقة والطمأنينة، ولفظة (أُقر) أُصدق في الدلالة والبيان لمعنى الإيمان اللغوي والشرعي.

وفي الاصطلاح: تصديق بالجنان (أي: القلب)، وقول باللسان، وعمل بالجوارح والأركان (أي: الأعضاء)؛ يزيد بالطاعة، وينقص بالمعصية.

أركان الإيمان:

الإيمان أصل العقيدة، ومبدؤه من القلب، فلا يعلم حقيقته إلا الله، وله ستة أركان، هي:

|| الإيمان بالله تعالى.

|| الإيمان بالملائكة.

|| الإيمان بالكتب.

|| الإيمان بالرسل.

|| الإيمان باليوم الآخر.

|| الإيمان بالقدر خيره وشره.

ثالثاً- الإحسان:

إذا كان الإسلام هو الأركان الظاهرة، والإيمان هو الأركان الباطنة، فإن الإحسان هو تحسين الظاهر والباطن.

الإحسان لغة: مصدر أحسن يحسن إحساناً، وهو ضد الإساءة، وهو إجادة العمل وإتقانه وإخلاصه.

الإحسان شرعاً: بين النبي ﷺ المراد بالإحسان بقوله: «أن تعبد الله كأنك تراه، فإن لم تكن تراه فإنه يراك» رواه البخاري ومسلم.

والإحسان في الشرع على نوعين:

▪ النوع الأول: الإحسان في عبادة الله عز وجل.

▪ النوع الثاني: إحسان إلى عباد الله، وهو على قسمين:

القسم الأول: واجب؛ مثل بر الوالدين، وصلة الأرحام الذين تجب صلتهم، والعدل في التعامل مع جميع الخلق، وغير ذلك.

القسم الثاني: مستحب؛ وهو ما زاد على الواجب من بذل نفع بدني، أو مالي، أو علمي، أو غير ذلك.

05 التعريف بمحاسن الشريعة

تعريف الشريعة:

هي ما شرعه الله تعالى على لسان نبيه ﷺ من أحكام عملية تتعلق بأفعال المكلفين في الدنيا؛ وتتناول جميع مجالات الحياة بلا استثناء.

مصادر التشريع في الإسلام:

مصادر الإسلام الأصلية التي تُستمد منها جميع العقائد والمقاصد والأحكام تتمثل في الوحيين؛ الكتاب والسنة. وذلك مقتضى ربانية الدين الإسلامي؛ لأن جميع أركانه مبنية على نصوص معصومة منزلة من السماء، تتمثل في آيات القرآن الكريم، ونصوص السنة النبوية الصحيحة.

ثم استنبط العلماء من هذين المصدرين مصادر أخرى إضافية يمكن بناء الأحكام عليها، وأهمها: الإجماع والقياس. فهذه المصادر الأربعة محل اتفاق بين جمهور العلماء، وهي مجموعة في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ﴾ [النساء: ٥٩].

مقاصد التشريع في الإسلام:

يطلق مصطلح مقاصد الشريعة على الأهداف العامة التي تسعى الشريعة إلى تحقيقها في حياة الناس، ويتناول الغايات التي قصدها الشارع من وضع الشريعة، والمعاني والحكم الملحوظة عند كل حكم من أحكامها، والتي تحقق مصالح العباد -أفراداً وأسرّاً وجماعاتٍ وأمّةً - في الدنيا والآخرة.

ثمرات التعريف بمقاصد التشريع:

- ❑ إيجاد مناعة كافية ضد شبّهات الغزو الفكري والعقدي التي تسعى لإخفاء محاسن الشريعة، وتشويه معالمها، والافتراء عليها.
- ❑ ترغيب غير المسلم في التعرف على الشريعة وتشويقه إلى دراسة أسرار التشريع.
- ❑ إبراز القواعد الثابتة والجوانب المرنة والقابلة للتغير في الشريعة، والتدليل على مرونتها وصلاحيتها لكل مكان وزمان.

أنواع المقاصد:

- تنوع المقاصد إلى تنوعات كثيرة بحسب الاعتبارات في التقسيم، ومن أشهر أنواعها:
- ❑ **المقاصد الضرورية:** وهي ما لا يستغني الناس عن وجودها بأي حال من الأحوال، ويأتي على رأسها الضروريات الخمس كما سيأتي بيانه.
- ❑ **المقاصد الحاجية:** وهي ما يحتاج الناس إليه لتحقيق مصالح هامة في حياتهم، يؤدي غيابها إلى المشقة واختلال النظام العام للحياة دون زواله من أصوله، كما يظهر في تفصيلات أحكام البيوع والزواج وسائر المعاملات.
- ❑ **المقاصد التحسينية:** وهي ما يتم بها اكتمال وتجميل أحوال الناس وتصرفاتهم، مثل الاعتناء بجمال اللبس، وإعداد المأكّل، وجميع محاسن العادات في سلوك الناس.

الضروريات الخمس:

جاءت شريعة الإسلام بأحكام وافية لحفظ خمسة أمور رئيسة، أُطلق عليها الضروريات -أو الكليات- الخمس، وهي: (الدين- النَّفْس- العقل- العرض أو النَّسب- المال) سواء من حيث الوجود؛ إذ شرعت لها ما يحقق وجودها في المجتمع، أو من حيث البقاء والاستمرار؛ بإنمائها وحمايتها من أسباب الفساد والزوال.

أ- ضرورة الدين:

من أجل وجود الدين أرسل الله الرسل، وشرع الدين، وجعله موافقاً للفطر السليمة، قائماً على البرهان العقلي والحجة العلمية.

ومن أجل حفظ الدين قائماً بعد وجوده، مكيناً في نفوس أتباعه، شرع إقامة سياج من الحاجيات والتحسينات؛ كأداء الصلاة جماعة، وكنوافل العبادات المختلفة، وبكل هذه التشريعات يتأصل الدين، ويرسخ في نفس الإنسان وفي المجتمع، مما يحقق الأُنس والسكينة، والخير للفرد والمجتمع.

ب- ضرورة النَّفْس:

لحفظ النفس شرع الإسلام القصاص على القاتل عمداً وعدواناً، ورتب أشد العقوبة على هذا القتل، قال سبحانه: ﴿وَمَنْ يَقْتُلْ مُؤْمِنًا مُتَعَمِّدًا فَجَزَاؤُهُ جَهَنَّمُ خَالِدًا فِيهَا وَغَضِبَ اللَّهُ عَلَيْهِ وَلَعَنَهُ وَأَعَدَّ لَهُ عَذَابًا عَظِيمًا﴾ [النساء: ٩٣]، وقال ﷺ: «من قتل مُعَاهِداً (وهو الكافر الذين بينه وبين المسلمين عهد) لم يَرِحْ رائحة الجنة» رواه البخاري، وَقَالَ ﷺ: «لن يزال المؤمن في فسحة من دينه ما لم يُصِبْ دمًا حرامًا» رواه البخاري.

ج- ضرورة العقل:

جعل الله تعالى العقل مناط التكليف لدى الإنسان، وهو وسيلة الفهم والتعلم، وقد أحاطه الإسلام بالعناية وشمله بالرعاية اللازمة للحفاظ عليه، ومن مظاهر ذلك:

|| حَرَّمَ الإسلام كل ما يُذهب العقل كلياً أو جزئياً؛ كالخمر والمسكرات، وغيرها.

|| نهى الإسلام عن كل ما يزيل ويحجب ويعطل العقول؛ فحَرَّمَ الكهانة والعرافة والشعوذة وادعاء معرفة الغيب.

|| فتح الإسلام باب الاجتهاد لإيجاد الحلول للمشكلات والمستجدات العصرية، وهذا يدل على مرونة الشريعة الإسلامية، كما يدل على مدى احتفال الإسلام بالعقل وأصحابه.

|| حرص الإسلام على تنمية العقل وتغذيته التغذية المناسبة؛ بالاستزادة من العلوم والمعارف النافعة.

|| حرّم الإسلام الاعتداء على العقل بأية وسيلة كانت، واعتبر إذهاب العقل جناية توجب العقوبة.

د- ضرورة العرض أو النسب:

لحفظ العرض والنسب شرع الإسلام الزواج، كما في قوله تعالى: ﴿فَأَنْكِحُوا مَا طَابَ لَكُمْ مِنَ النِّسَاءِ﴾ [النساء: ٣]، وحرّم الزنا، كما في قوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْرَبُوا الزَّيْنَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا﴾ [الإسراء: ٣٢].

والزواج الذي يحقق الحماية للعرض هو الذي تتحقق مقاصده الأصلية والتبعية؛ فمن المقاصد التبعية للزواج: دفع غوائل الشهوة، وعض البصر، وحفظ الفرج.

هـ- ضرورة المال:

ربطت الشريعة الإسلامية بين المال والإيمان والقيم والأخلاق ربطاً مباشراً، حيث يجب مراعاة الجانب الأخلاقي في إنتاج المال إذا أنتج، وفي استهلاكه إذا استهلك، وفي توزيعه إذا وُزِعَ، وفي تداوله إذا تم تداوله، ولا يُقبل بأي حال أن تسير أيُّ ناحية من هذه النواحي بمعزل عن الأخلاق والقيم.

محاسن الشريعة في التعامل مع أبرز القضايا الإنسانية

الإسلام وأسئلة الوجود

إنَّ أسئلةً من قبيل: من أنا؟ ومن أين جئت؟ وماذا أفعل في هذا العالم؟ وإلى أين سأنتهي؟ تُسمّى بالأسئلة الوجودية، أو الأسئلة الغائية، أو الأسئلة الكبرى والمصيرية، وهي أسئلةٌ شغلت الفكر الإنسانيّ طول التاريخ، والسبب في ذلك أنها ترتبط بالرغبة العميقة والحاجة الأصيلة في فطرة الإنسان للبحث عن إجاباتٍ لتلك الأسئلة.

تُسمّى الرؤى والنظريات التي تناقش هذه الأسئلة بعدة أسماء، من بينها مصطلح الرؤية الكونية، ورؤية العالم، والنظرة إلى العالم، وفرضيات العالم، والنظرة الخارجية إلى العالم، والتخطيط التصوريّ، والنظرة الكليّة، وغيرها.

تحظى هذه الأسئلة في الإسلام بإجابات وافية، تختلف تمامًا عن إجابات الملل والأديان والمذاهب الفلسفية والفكرية من حيث: مصدريتها، وواقعيتها، وشمولها وتوازنها، وإيجابيتها، وفعاليتها، وثباتها ودوامها.

فمثلاً: في ظل التضارب الذي عاشته البشرية عبر تاريخها في الفرضيات العلمية والنظريات المفسرة لنشأة الكون، وعدم وجود أية أدلة على إثبات صحة هذه الفرضيات، يقدم الإسلام رواية كاملة عن نشأة الكون، وبداية الخلق، وبداية وجود الإنسان على الأرض، وهي رواية متماسكة.

يستمد المسلم من القرآن الكريم ومن السنة النبوية الرؤى والأفكار الأساسية التي تُعرِّفه بنفسه، وبما حوله، وبمهمته في هذه الأرض، وكذلك تُعرِّفه بمصيره بعد الموت وانتهاء هذه الحياة، ويمكن إيجاز هذه الأفكار بما يلي:



من أين جاء الانسان؟

جاءت إجابة هذا السؤال واضحة في القرآن الكريم والسنة النبوية، وقريبة من الفهم والقانون العقلي السليم؛ حيث تُعرض القضية واضحة؛ إذ خلق الله سبحانه وتعالى آدم من طين، ثم سَوَّاه ونفخ فيه الروح وخلق منه زوجه، وأنزلهما إلى الأرض، ومنهما تكاثر الخلق، وازداد النسل بصورته الطبيعية بين الذكر والأنثى؛ فهذه بداية الخلق، وهي فكرة منطقية لا غبار عليها، ولا يعترض عليها العقل البشري في شيء.

وإذا أتينا إلى خلق الإنسان بعد آدم وزوجه فإننا لا نجد أي رؤية قدمت تفصيلاً مطابقاً للحقيقة بهذا الوضوح الوارد في قوله تعالى: ﴿وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّنْ طِينٍ ﴿١٣﴾ ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ ﴿١٤﴾ ثُمَّ خَلَقْنَا النَّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أُنشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ ﴿١٥﴾﴾ [المؤمنون: ١٢-١٤].



الغاية من وجود الإنسان:

يشعر الإنسان في قرارة نفسه بأن وجوده في هذه الحياة له غاية، ولا يتصور أن يوجد لمجرد الأكل والشرب والتكاثر، كسائر الحيوانات، وبينما تخبطت العقائد والفلسفات في الإجابة عن سؤال الغاية من وجود الإنسان على هذه الأرض، بيّن الإسلام أن هذا الوجود كان بخلق الله للإنسان، وأن هذا الخلق له هدفان عظيمان هما:

الأول- عبادة الله: لقوله تعالى: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾﴾ [الذاريات: ٥٦].

الثاني- عمارة الأرض: كما قال تعالى: ﴿هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا ﴿٦١﴾﴾ [هود: ٦١].



ماذا بعد الموت وإلى أين المصير؟

ذهبت بعض الملل والمذاهب الفكرية إلى أن قصة الإنسان تنتهي بموته، فلا شيء بعد الموت، وذهبت أخرى إلى الإنسان بعد موته ينتقل من صورة إلى أخرى، فقد يصير حيواناً أو حشرة أو أي شيء، وذهبت غيرها إلى وجود حياة أخرى بعد الموت، لكنها لم تقدم تصوراً كافياً شافياً عنها.

أما في الإسلام فإن الموت نهاية لحياة الإنسان في دنياه الفانية، ثم يأتي البعث والنشور بداية لحياته الباقية، وقد حفلت آيات الكتاب العزيز، وأحاديث النبي ﷺ بنفاصيل كثيرة ودقيقة عن حال الناس -مؤمنهم وكافرهم- بدءاً من الموت وانتهاء بدخول الجنة أو النار وأحوال الداخلين فيهما.

إن البعث والنشور يؤسس لمبدأ الثواب والعقاب، وهو مبدأ أساسي في حياة الإنسان، وهذا المبدأ يجيب على كثير من المعضلات والمشكلات التي حيرت البشر ودفعت كثيراً منهم للكفر والإلحاد؛ كمشكلة أو معضلة الشر؛ ففي الإسلام سترد كل المظالم لأصحابها يوم القيامة بعد البعث والنشور، ولن يدخل أحد الجنة أو النار حتى يؤدي ما عليه من مظالم ويسترد ما له من حقوق عند من ظلمه. وهذا المبدأ يزيل الإشكال، ويريح النفوس الحائرة، ويفتح لها أبواباً من الراحة النفسية والسكينة والطمأنينة.

الإسلام والقيم الإنسانية

يقصد بمفهوم القيم الإنسانية مجموعة المبادئ والمثل والالتزامات الأخلاقية التي تُبنى على ما يتوافق مع الطبيعة الإنسانية، وبينما تحتفل الأمم المتحدة ببعض القيم الإنسانية مثل بر الوالدين، أو احترام المسنين، أو حقوق الإنسان، من خلال تخصيص يوم في العام للاحتفال بقيمة من هذه القيم، ولفت أنظار الناس لأهميتها، نجد أن الإسلام سبق الجميع في تقرير هذه القيم الإنسانية بشكل لافت ومكثف، وكل دارس للإسلام في كتابه وسنة رسوله ﷺ، يتبين له بجلاء أنه وجّه عناية بالغة إلى «الجانب الإنساني»، وأعطاه مساحة رحبة من تعاليمه، وتوجيهاته، وتشريعاته.

وسنعرض هنا للمبادئ الثلاثة التي تناولها الميثاق العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام ١٩٤٨م، وجعلها مدارًا لحقوق الإنسان الدولية، وهي (الحرية، المساواة، الأخوة)، ونبين موقف الإسلام منها:

أولاً: الإسلام ومفهوم الحرية:

الحرية في المفهوم الإسلامي هي مما يميز الإنسان عن غيره، وبها يتمكن من ممارسة أفعاله وتصرفاته بإرادة واختيار، من غير قسر ولا إكراه، ولكن ضمن حدود معينة، من أهمها: عدم مخالفة الشريعة الإسلامية، وتحقيق الصالح العام، وتجنب الإفساد والإضرار بالأنفس والآخرين.

والحرية في الإسلام تعني تحرير الإنسان من كل ألوان الضغط والقهر والإكراه والإذلال، وجعله كما أراد الله له سيدًا مكرمًا في أرضه عابدًا لله وحده.

وهذا يشمل الحرية الدينية، والفكرية، والسياسية، والمدنية، وكل الحريات الحقيقية.

ففي الحرية الدينية أقر الإسلام حرية الاعتقاد، وحرية ممارسة الشعائر، فلا يقبل الإسلام أن يُكره أحد على ترك دين رضيه واعتنقه، فنجد في القرآن المكي قوله تعالى: ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَأَمَنَّ مِنَ فِي الْأَرْضِ كُلَّهُمْ جَمِيعًا أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّىٰ يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ ﴿٩٩﴾﴾ [يونس: ٩٩]، ونجد في القرآن المدني قوله تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ﴾ [البقرة: ٢٥٦].

ضوابط الحرية في الإسلام:

وضع الإسلام للحرية ضوابط وعلامات هادية تحتكم لقاعدة «لا ضرر ولا ضرار»، فمن ذلك:

|| ألا تؤدي حرية الفرد أو الجماعة إلى تهديد سلامة نظام المجتمع، وتقويض أركانه؛ بمخالفة الأنظمة أو الحدود الشرعية، فالحرية تُمارس في إطار النظام العام وميزان الشريعة.

- ❑ ألا تفوّت حقوقاً أعظم منها، وذلك بالنظر إلى قيمتها في ذاتها ورتبتها ونتائجها؛ ولهذا نهى الإسلام عن التعسف في استعمال الحقوق والحريات؛ كمنع حق المسكين والفقير في أموال الأغنياء «الزكاة».
- ❑ ألا تؤدي حرية الفرد إلى الإضرار بالآخرين؛ سواء كان الضرر حسيّاً أو معنويّاً، ولهذا حرم الله الغيبة على سبيل المثال.

ثانياً: الإسلام ومفهوم المساواة:

أقر الإسلام مبدأ المساواة، ووضع لها قوانين تفهم على ضوءها، وتضعها في موضعها الأنسب، حتى لا يساء فهمها وتطبيقها، ومن صور المساواة بين البشر في الشريعة الإسلامية:

❑ المساواة في أصل الخلق؛ قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً﴾ [النساء: ١]، وقال النبي ﷺ: «الناس بنو آدم وآدم من تراب» رواه الترمذي، وقال: حديث حسن صحيح.

❑ المساواة أمام الشريعة، قال النبي ﷺ: «ألا لا فضل لعربي على عجمي، ولا لعجمي على عربي، ولا أحمري على أسود، ولا أسود على أحمري، إلا بالتقوى» رواه الإمام أحمد.

❑ المساواة بين الأولاد في العطية، ففي الحديث أن أحد الصحابة رضي الله عنهم أعطى واحداً من أبنائه عطية ولم يعط إخوته، فلما علم النبي ﷺ بذلك قال: «فاتقوا الله واعدلوا بين أولادكم» رواه البخاري، ورفض أن يشهد على ذلك، وقال له: «لأشهد على جورٍ (أي: ظلم)» رواه البخاري ومسلم.

ضوابط المساواة في الإسلام:

المساواة في الإسلام ليست مطلقة، بل هي مقيدة بقاعدة العدل التي تعد أساس كل نظام، فالإسلام يقر المساواة حينما يكون الناس متساوين في أمر ما، أما حين يكون بينهم تفاوت وفوارق مؤثرة فإن المساواة يمكن أن تكون ظلماً، فمثلاً: لو أراد صاحب العمل أن يعطي مكافأة لموظفيه فساوى بين المجتهد المتقن والمقصر المسيء، فإن المساواة هنا تكون ظلماً، وكذلك إذا أردنا أن نسوي بين المرأة والرجل وطالبناها بأن تعمل الأعمال الشاقة التي يعملها الرجال فإن المساواة هنا تكون ظلماً لها؛ ولهذا يقدّم الإسلام في هذه الحالات العدل على المساواة.

ثالثاً: الإسلام ومفهوم الأخوة:

تُطلق الأخوة ويراد بها النسب القريب، وتطلق ويراد بها النسب البعيد أي الانتماء إلى أبي البشر آدم عليه السلام، وتطلق على الانتساب إلى قوم كقوله تعالى: ﴿وَإِلَى عَادٍ أَخَاهُمْ هُودًا﴾ [الأعراف: ٦٥]،

وتطلق على الصديق والصاحب، وتطلق على أسرة الدين؛ كقوله تعالى عن أخوة المسلمين: ﴿فَإِنْ تَابُوا وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَعَآتُوا الزَّكَاةَ فَإِخْوَانُكُمْ فِي الدِّينِ﴾ [التوبة: ١١]، وقوله تعالى عن أخوة غير المسلمين: ﴿وَإِخْوَانُهُمْ يَمُدُّونَهُمْ فِي الْغَيِّ ثُمَّ لَا يُقْصِرُونَ﴾ [الأعراف: ٢٠٢]، ومنها أسرة العمل، أو الاتفاق في صفة خير أو شر، فيقال: إخوان العمل وإخوان العزاء.

أنواع الأخوة في الإسلام:

تنقسم الأخوة في الإسلام إلى نوعين:

■ الأخوة الإسلامية: قال تعالى: ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ﴾ [الحجرات: ١٠]، وأقوى أمثلتها المؤاخاة بين المهاجرين والأنصار.

■ الأخوة العامة: وهي الروابط الإنسانية المشتركة - غير رابطة الإسلام- التي تجمع بين طرفين أو أكثر، وتتصف بالدوام والملازمة. مثل النسب أو الرضاع، أو الاشتراك في القبيلة أو الوطن، أو المقاصد والأعمال، ونحو ذلك من الأسباب.

وهناك عموم وخصوص بين الأخوة العامة والأخوة الإسلامية، أفضل ما يلخصها أن كل نفس لها في الإسلام حق الإنسانية بمعناها العام، فإذا اجتمع الإسلام مع الإنسانية صار الحق مضاعفًا، كما أن الواجب يضاعف أيضًا.

الإسلام وحقوق الانسان

هناك فوارق ومميزات لحقوق الإنسان في الإسلام على حقوقه في الفكر الغربي، منها:

■ المصدر: مصدر هذه الحقوق في الإسلام هو الله عز وجل، فهو يحكم بين خلقه بما يريد، ولا يحكم بينهم إلا بالحق، قال تعالى: ﴿إِنَّ الْحُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ يَقُضُ الْحَقُّ وَهُوَ خَيْرُ الْفَاصِلِينَ﴾ [الأنعام: ٥٧]، وقال جل وعلا: ﴿ثُمَّ رُدُّوا إِلَى اللَّهِ مَوْلَاهُمْ الْحَقِّ لَا لَهُ الْحُكْمُ وَهُوَ أَسْرَعُ الْحَاكِمِينَ﴾ [الأنعام: ٦٢].

■ الثبات: فلا تتغير هذه الحقوق بتغير الزمان وتبدل الظروف والأحوال.

■ الشمول وسمو الهدف.

■ انطلاقتها من مقام الإحسان، أي المقام الذي يكون فيه العبد مراقبًا لله سبحانه وتعالى، فيضمن حمايتها ورعايتها، ويرعى وجودها وحرمتها إدراكه بوجود حساب للمرء عنها أمام الله.

■ حقوق الإنسان في الإسلام لم تقف عند حدود التوصيات، وإنما ارتقى بها الإسلام إلى درجة

الواجبات، فليست مجرد حقوق للإنسان وإنما فرائض إلهية، وتكاليف وواجبات شرعية. **||** التوازن بين الحقوق والواجبات، قال ﷺ: «أدوا الحق الذي عليكم، وسلوا الله الذي لكم». رواه الإمام أحمد وهو صحيح.

الإسلام والمرأة

موضوع المرأة وحقوقها من أبرز المواضيع الجدلية في العصر الحالي، ويشترك الترويج الإعلامي المضلل مع بواعث العولمة الغربية في نشر فكرة أن الدين الإسلامي أسس لقاعدة ظلم المرأة.

واقع المرأة قبل الإسلام:

نظرت المجتمعات التي سبقت الإسلام إلى المرأة نظرةً دونيةً، فسلبتها حقوقها، وعرضتها للظلم، من الرومان إلى اليونان إلى جزيرة العرب التي ظهر فيها وأد البنات مخافة العار. وبالجملة لم تكن للمرأة مكانة ولا كرامة في كل المجتمعات التي سبقت الإسلام إلا نواذر هنا وهناك.

مظاهر وأمثلة تكريم الإسلام للمرأة:

بمبعث النبي ﷺ أشرق نور الإسلام، ونالت المرأة حقوقها، وعرفت منزلتها، واستنشقت نسمات الحرية الحقة، فقد أكرم الإسلام المرأة حين جعلها صنو الرجل وشقيقته، فلم يفرق بينهما في أركان الإسلام وشرائعه إلا فيما يختص فيه كل واحد منهما بخصائص ليست للآخر.

اهتم الإسلام بالمرأة أمًّا وأختًا وبناتًا وزوجة، وجعل لها من الحقوق ما يكفل سعادتها في الدارين، ويصونها من الابتذال في شبابها، ومن الضياع في كبرها، ومن صور ذلك:

وصية النبي ﷺ لرجل بأمه وقوله: «ويحك، الزم رجلها، فثم الجنة» رواه ابن ماجه وصححه الألباني، وقول النبي ﷺ: «اسْتَوْصُوا بِالنِّسَاءِ خَيْرًا» رواه البخاري ومسلم، وقوله ﷺ: «خيركم خيركم لأهله، وأنا خيركم لأهلي» رواه الترمذي وقال: هذا حديث حسن صحيح.

الإسلام والمعاملات المالية

الشريعة الإسلامية شريعة شاملة لكل النظم التي تحكم الفرد والمجتمع والدولة، ومنها النظام المالي والاقتصادي، حيث تهدف الشريعة بأحكامها في هذا النظام إلى تحقيق العدالة الاجتماعية، وقوة الروابط الإنسانية بين أفراد المجتمع، وتحقيق القوة المادية للدولة.

إن التشريع الإسلامي فيما يتعلق بالاقتصاد والأمور المالية فريد في نوعه وحقيقته، عريق في تاريخه، أصيل في ذاته، مستقل في تعاليمه.

وفيما يلي إضاءات على محاسن الشريعة الإسلامية في بعض القضايا الاقتصادية والمالية:

|| الإسلام والربا:

الربا لغة: هو الفضل والزيادة والنماء.

واصطلاحاً: هو الزيادة في شيء مخصوص، أو هو زيادة في أشياء، ونسأً (أي: تأخير) في أشياء.

نوعا الربا:

- ربا الفضل: وهو التفاضل في بيع كل جنس بجنسه مما يجري فيه الربا.
- ربا النسيئة: وهو تأخير القبض فيما يجري فيه الربا.

حكمه:

الربا محرم بالقرآن، والسنة، وإجماع المسلمين، وهو من كبائر الذنوب؛ لأن الله تعالى قال: ﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾﴾ [البقرة: ٢٧٥]، ولأن النبي ﷺ «لعن أكل الربا وموكله وشاهديه وكاتبه» رواه ابن ماجه وصححه الألباني.

|| الإسلام والميراث:

الميراث شرعاً: ما يتركه الشخص لورثته من أموال وحقوق.

وتشريع الميراث من أبرز التشريعات التي تحقق التكافل بين أفراد الأسرة الواحدة، وبين الأجيال المتتابعة، حيث قسّمه الله تعالى قسمة عادلة، عدلت بين الجهد والجزاء، وبين المغنم والمغارم داخل الأسرة.

وأكثر من يخالف في هذا الباب هم أديعاء المساواة المطلقة، والذين يقولون لماذا جعل الله ميراث المرأة على النصف من ميراث الرجل؟ وينسى هؤلاء -أو يجهلون- أن هذه القسمة (للمذكر مثل حظ الأنثيين) هي حالة من حالات متعددة، فليس حظ الأنثى دوماً على النصف من حظ الرجل، وبيان ذلك كالاتي:

- هناك حالات ترث فيها المرأة نصف ما يرث الرجل.
- هناك حالات أخرى ترث فيها المرأة مثل الرجل.
- هناك حالات أخرى ترث المرأة فيها أكثر من الرجل.

- وأخيراً هناك حالات تترث فيها المرأة ولا يرث نظيرها من الرجال. وإننا لنعجب أن يأتي بعد ذلك مَنْ ينتقد هذا التشريع المحكم!

الإسلام والحدود الشرعية

الحدود الشرعية هي العقوبات التي ورد فيها نص شرعي لمن فعل ما يوجبها، وعُرِّفت بأنها عقوبة مقدرة شرعاً، سواء أكانت حقاً لله أم للعبد؛ كقطع يد السارق، وجلد الزاني أو رجمه، وقتل المرتد. ومن خصائص نظام الحدود في التشريع الإسلامي أنه وُضع على منهج رباني، يراعي الفطرة الإنسانية التي فطر الله الناس عليها، وأنه وضع للجرائم من العقوبات الزواجر ما يناسبها، وقد أثبت هذا النظام -عبر التاريخ- نجاحه في وقاية المجتمع المسلم من آفات خطيرة. يهدف نظام الحدود في الإسلام إلى مقاصد عالية، وغايات حميدة، وجَّه بالغة، كما أن له خصائص تميزه عن أنظمة العقوبات الأخرى، فمن ذلك:

- الحدود رحمة بالجاني بتطهيره من الذنوب، وليست نكاية.
- الحدود فيها القصاص والتعويض، وفيها الزجر والردع.
- الحدود تلحق بدن الجاني دون ماله في الغالب.
- درء الحدود مقدم على تنفيذها.
- الستر على الجاني أحب إلى الشرع من فضحه وإيقاع العقوبة به، إلا إن اقتضت المصلحة ذلك.
- لا فرق بين الشريف والوضيع والغني والفقير، فكلهم أمام الشرع سواء، وفي الحديث أن النبي ﷺ قال: «أما بعد، فإنما أهلك الذين من قبلكم أنهم كانوا إذا سرق فيهم الشريف تركوه، وإذا سرق فيهم الضعيف أقاموا عليه الحد، وإني والذي نفسي بيده، لو أن فاطمة بنت محمد سرقت لقطعت يدها» رواه البخاري ومسلم.

الكفاية الرابعة

التأسيس العلمي للمعتمدين بالإسلام



صفات ومهارات
المعرفين بالإسلام

الكفاية
الخامسة

هدف الكفاية

إكساب المتدربين الصفات
والمهارات اللازمة للتعريف
بالإسلام



كفايات
البناء الإداري المتميز

01 صفات المعرفين بالإسلام

02 أساليب التعريف بالإسلام

03 وسائل التعريف بالإسلام

04 أصناف المدعويين وسماتهم

05 التدرج الدعوي

01 صفات المعرفين بالإسلام

صفات وأخلاق الداعية من أهم ما يطرح عند الكلام عن الدعاة والدعوة إلى الله تعالى، وهذا الموضوع له جانبان مهمان:

الأول: أن الداعية يسلك هذا الطريق طالباً للأجر والثوبة من الله سبحانه وتعالى، لا يريد من الناس جزاءً ولا شكوراً؛ فكان لزاماً عليه أن يتحلّى بالأخلاق التي تجعل عمله مقبولاً عند الله سبحانه وتعالى؛ كإخلاص النية، والصدق، والتأسي بالنبي ﷺ ونحو ذلك.

والثاني: أن تحليه بهذه الصفات والأخلاق من أعظم ما يعين على قبول دعوته ونجاحها، التي هي مشروع حياته وحياته كل مسلم؛ فقد قال الله عز وجل لنبيه ﷺ: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران: ١٥٩].

01 تعريف الصفة وأنواعها:

يطلق لفظ الصفة في اللغة على معان منها الوصف، والحالة، والهيئة. قال ابن فارس رحمه الله: (الصفة: الأمانة اللازمة للشيء). والمقصود بها هنا الأمارات والهيئات والسمات التي يتحلّى بها المتصدر لمهمة التعريف بالإسلام.

02 أقسام صفات الداعية

تنقسم صفات الداعية إلى أربعة أقسام؛ صفات شخصية، وصفات إيمانية وأخلاقية، وصفات علمية معرفية، وصفات مهارية، وفيما يلي استعراض لأهم الصفات المدرجة تحت كل قسم.

أولاً: الصفات الشخصية:

وهي الصفات التي تميز كل شخص عن غيره، وبعض هذه الصفات خَلَقِيَّ جِبِّي يجعله الله فيمن يشاء من خلقه دون سعي منهم؛ وبعضها مكتسب يمكن للمرء أن يتصف بها مع التدريب عليها ومجاهدة النفس، ومن أهم الصفات الشخصية للداعية:

|| **قوة الوعي:** وهو إدراك ما يحيط بعملية التعريف بالإسلام من أمور، وحُسن تقدير ما يرتبط بها من علاقات، ويشمل:

- الوعي والرصد لواقع جهود ووسائل التعريف ومتطلباتها في عصره.
- الوعي بواقع المعرفين من حوله وثقافتهم وواقع مجتمعهم.
- الوعي بذاته وما يحيط به من ظروف وأحوال.

|| **الذكاء والفتنة وسرعة البديهة:** وحسن التصرف فيما يفاجئه من مواقف، ومجتمعات، وثقافات مختلفة.

|| **المعاملة الحسنة:** ومن لوازمها الجلم، ولين الجانب، والرحمة، والمروءة، واللطافة، والبشاشة.

|| **السمت والبيان:** وتشمل فصاحة اللسان، وحسن الهيئة، وعافية الجسم.

|| **علو الهمة وقوة العزيمة:** الهمة: الباعث على الفعل، وقوة العزيمة: الإصرار على تحقيق الهدف. وهما مهمتان للانطلاق في التعريف بالإسلام، ولهما أثر واضح في التأثير على المدعويين.

ثانياً: الصفات الإيمانية والأخلاقية:

|| **الصفة الأولى- الإخلاص:** وهو أفراد الحق عز وجل بالقصد في الطاعة، وقيل: هو تصفية الفعل عن ملاحظة المخلوقين.

فيجب على الداعية أن يخلص عمله لله تعالى، حتى يثاب عليه ويؤجر ويُقَبَل منه، وقد قال الله تعالى: ﴿الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الْغَفُورُ ﴿٢٠﴾﴾ [المك: ٢]، فقال سبحانه: (أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا)، ولم يقل أيكم أكثر عملًا، والأحسن عملًا ما كان خالصًا لوجهه تعالى، مطابقًا لسنة نبيه ﷺ.

الصفة الثانية- التوكل: ويعني صدق اعتماد القلب على الله تعالى في استجلاب المصالح ودفْع المضار، والثقة بالله، والاستسلام لأمره، وإيقان العبد بأن قضاءه عليه ماضٍ.

وقد أمر الله بالتوكل واشترطه للإيمان، فقال تعالى: ﴿وَعَلَى اللَّهِ فَتَوَكَّلُوا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٣﴾﴾ [المائدة: ٢٣].

الصفة الثالثة- حسن الظن بالله سبحانه وتعالى: ومعناه أن يكون المسلم على ثقة بإجابة الله تعالى دعاءه، وعلى ثقة بالقبول والمغفرة والمجازاة وإنفاذ الوعد، وكل ما تقتضيه أسماؤه وصفاته جل وعلا، قال ابن القيم رحمه الله: وكلما كان العبد حسن الظن بالله، حسن الرجاء له، صادق التوكل عليه، فإن الله لا يخيب أمله فيه البتة، فإنه سبحانه لا يخيب أمل أمل، ولا يضيع عمل عامل. (مدارج السالكين ١ / ٤٦٩).

الصفة الرابعة- الخشية والخوف من الله عز وجل: الخشية خوف يشوبه تعظيم، وقيل: هي الخوف المقرون بإجلال، وقيل: هي تألم القلب بسبب توقع مكروه في المستقبل يكون تارة بكثرة الجناية من العبد، وتارة بمعرفة جلال الله وهيبته.

الصفة الخامسة- الصلة بالله سبحانه وتعالى: طريق الدعوة إلى الله طريق طويل مليء بالابتلاءات، وخير معين على سلوكه والثبات عليه هو الاستقامة على دين الله، والحرص على صلاح النفس، وتزكيتها بالطاعات والعبادات، فيكون الداعية متأهلاً قريباً من ربه، وهكذا كان النبي ﷺ، فقد روت عائشة رضي الله عنها أن النبي ﷺ كان يقوم من الليل حتى تتفطر قدماه. رواه البخاري.

الصفة السادسة- الصبر: الصبر خُلُقٌ فاضل من أخلاق النفس؛ يمنع صاحبه من فعل ما لا يحسن ولا يجمل، وهو قوة من قوى النفس التي بها صلاح شأنها، وقوام أمرها. ومنزلة الصبر عظيمة، وفضله كبير، وهو خصلة من أهم خصال أولي العزم من الرسل، قال تعالى: ﴿فَأَصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ﴾ [الأحقاف: ٣٥].

والصبر من أهم الصفات التي ينبغي أن يتحلى بها الداعية، فإن طريق الدعوة مليء بالصعاب

والعقبات، وقد يناله فيه كثير من الأذى من المدعويين وغيرهم، ويكون صبر الداعية المعرّف بأمرين: الصبر على استمرار الدعوة وتحسينها وإنجاحها، والصبر على أذى المدعويين بأقوالهم وأفعالهم.

|| **الصفة السابعة- الرفق واللين:** الرفق واللين ضد العنف والشدة، ويشمل لين الجانب قولاً وعملاً. والرفق بالمدعويين من مفاتيح الدعوة وقبول الناس لها، وقد امتن الله عز وجل على نبيه بهذه الصفة، فقال: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾ [آل عمران: ١٥٩].

|| **الصفة الثامنة- التواضع:** ومعناه رضا الإنسان بمنزلة دون ما يستحقه فضله ومنزلته. والتواضع خلق حميد، وهو من أخص خصال المؤمنين المتقين، ومن كريم سجايا العاملين الصادقين.

وفي الحديث أن رسول الله ﷺ قال: «إن الله أوحى إليّ أن تواضعوا حتى لا يفخر أحد على أحد، ولا يبغى أحد على أحد» رواه مسلم، قال الشيخ ابن عثيمين رحمه الله: قوله: «إن الله أوحى إليّ أن تواضعوا»؛ يعني: أن يتواضع كل واحد للآخر، ولا يترفع عليه؛ بل يجعله مثله أو يكرمه أكثر.

ثالثاً: الصفات العلمية والمعرفية:

|| **الصفة الأولى- العلم:** نجاح الدعوة وسعة انتشارها مرتبط بسعة علم أفرادها وقادتها، ودقة فهمهم، وعميق فقههم، وقد بَوَّب البخاري في كتاب العلم من صحيحه (باب العلم قبل القول والعمل) لقوله تعالى: ﴿فَاعْلَمْ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَاسْتَغْفِرْ لِذَنْبِكَ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ﴾ [محمد: ١٩]، قال ابن المنير معلقاً على تبويب البخاري: أراد -والله أعلم- أن العلم شرط في صحة القول والعمل.

وعلى الداعية أن يستشعر فضل العلم وطلبه، فقد قال عليه الصلاة والسلام: «من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً، سهّل الله له به طريقاً إلى الجنة» رواه مسلم.



وقفة حول العلم والعمل:

من أخطر ما يصاب به الداعية المعرف انفصال علمه عن عمله، إذ لا خير في داعية لا يوافق عمله علمه ولا يستقيم سلوكه.

وقد عاتب الله سبحانه وتعالى من لا يوافق عمله علمه فقال جل وعلا: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٣﴾﴾ [الصف: ٢-٣].

الصفة الثانية- البصيرة: البصيرة أعلى درجات العلم كما قال ابن القيم رحمه الله، وهي سبيل النبي ﷺ وسبيل أتباعه في الدعوة إلى الله، قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿١٨﴾﴾ [يوسف: ١٠٨].

وحد البصيرة للداعية المعرف أن يكون بصيراً بما يعرّف به، وبحال المعرفين، وبوسائل الدعوة وأساليبها.

الصفة الثالثة- الحكمة: يُقصد بالحكمة الإصابة في القول والعمل والاعتقاد، ووضع كل شيء موضعه بإحكام وإتقان، وهي سبب -بعد توفيق الله- في نجاح عملية التعريف بالإسلام، حيث لا يتصور نجاح أي جهد دعوي وهو عارٍ من الحكمة. قال تعالى: ﴿وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا﴾ [البقرة: ٢٦٩].

الصفة الرابعة- الوسطية والاعتدال: الاعتدال والتوسط بين حالين يعني عدم مجاوزة الحد المطلوب أو القصور عنه، والوسطية في القرآن الكريم والسنة النبوية لها معانٍ لا تخرج في الغالب عن: العدل والخيار، أو ما في معناهما مما كان بين طرفين مذمومين، فأمر اتصف بالخيرية والبينية جميعاً فهو الذي يصح أن يُطلق عليه وصف الوسطية والاعتدال، قال تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ﴾ [البقرة: ١٤٣].

الصفة الخامسة- فقه الواقع: فقه الواقع يعني فهم النوازل والمتغيرات وواقع المسلمين، وربطه بنمط الحياة المعاصرة ومشكلاتها ومستجداتها، ودراساتها والاجتهاد في استنباط الأحكام الشرعية لها، فالله سبحانه وتعالى يقول: ﴿وَكَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ﴾ [الأنعام: ٥٥]، واستبانة سبيل المجرمين متوقفة على فهم مخططاتهم وأهدافهم، والسبل التي يتخذونها للوصول إلى تلك الأهداف، وهذا كله داخل في فقه الواقع.

|| **الصفة السادسة- العدل مع المخالفين:** العدل يعني إعطاء كل ذي حق حقه، والعدل سمة المسلمين، وسمة أهل السنة على وجه الخصوص، والله عز وجل يقول: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ﴾ [النحل: ٩٠]، سواء في حق الله، أو في حق عباده، يستوي في ذلك القريب والبعيد، والصديق والعدو، والمؤمن والكافر.

ولأن طبيعة الآدمي أن ينجاز إلى من يحب، ويشتد في الخصومة مع من يكره، فقد قال الله جل وعلا: ﴿وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ﴾ [المائدة: ٨]، فينبغي على الداعية إلى الله عز وجل أن يكون عادلاً في كل أمر؛ في تقويم الكتب، والحكم على المؤلفين، وفي الحكم على آراء من يدعوهم من المخالفين، وغير ذلك.

رابعًا: الصفات المهارية:

تعريف المهارة: هي إتقان تطبيق المعلومة، وتكرار ذلك حتى يصبح تطبيق المعلومة سلوكًا لدى الفرد. يحتاج الداعية المعرف بالإسلام إلى العديد من المهارات ليستطيع أن يبلغ رسالة الإسلام على الوجه الأكمل، ويحدث التأثير المرجو في الجمهور المستهدف، فمن هذه المهارات:

فن الإلقاء المتميز.
لغة الجسد.
المهارات التقنية.
مهارات إدارة الذات.
مهارة القراءة والاطلاع.
مهارات الإقناع والتأثير.
مهارات الاتصال والتواصل.
مهارات الوعي بأحوال المعرفين.
مهارات التحرير والكتابة والإعلام.
مهارات الجدل والمناظرة ورد الشبهات.
مهارة العمل الجماعي والتعاون مع الفريق.



أساليب التعريف بالإسلام

02

تعني أساليب التعريف بالإسلام طريقة أو كيفية أو فن تبليغ الإسلام وإزالة العوائق عنه، بغية التأثير والإقناع. والمصادر الأساسية التي يستمد المعرّف أساليب التعريف بالإسلام منها هي الكتاب، والسنة، وسير السلف الصالح ومن تبعهم بإحسان.

أهم أساليب التعريف بالإسلام

هناك أساليب كثيرة للتعريف بالإسلام، وجميعها تحتاج إلى الحكمة في الانتقاء والاستخدام، ومن أهم هذه الأساليب وأكثرها استعمالاً:

|| الأساليب العقلية

|| الأساليب العاطفية

|| الأساليب الحسية

|| الأساليب العامة

01 الأساليب العقلية

هي الطرق التي تركز على مخاطبة واستثارة العقل والمنطق، وتدعو إلى التفكير، والتدبر، والتأمل والإمعان.

وقد استخدم القرآن الكريم هذا الأسلوب كثيراً، قال تعالى: ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَاِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ ﴿٤٦﴾﴾ [الحج: ٤٦].

وهذا الأسلوب له أهمية كبيرة اليوم، وخاصة في دعوة العقلانيين الذين لا يؤمنون إلا بالعقليات.

يمتاز الأسلوب العقلي بما يلي:



- || يخاطب العقل ويستثير الفكر.
- || يعتمد على القواعد والاستدلالات المنطقية.
- || تأثيره قوي في المدعويين، وله قدرة على تعزيز أو تغيير الاتجاهات والقناعات.
- || يفحم الخصم المعاند.

ومن الأساليب العقلية:

|| أسلوب المقارنة: ☆☆☆☆☆ ☆☆☆☆☆ ☆☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆ ☆

وتعني المقايسة بين ظاهرتين أو أكثر بهدف تقرير الحق، أو تحديد أوجه الاختلاف والاتفاق، وقد استخدمها القرآن الكريم والسنة المطهرة للمقارنة بين الحق والباطل، وإثبات الحق من خلال المقارنة العقلية والمنطقية، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿أَفَمَنْ أَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلَىٰ تَقْوَىٰ مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٍ خَيْرٍ أَمْ مَنْ أَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلَىٰ شَفَا جُرْفٍ هَارٍ فَأَنْهَارَ بِهِ فِي نَارِ جَهَنَّمَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿١٠٩﴾﴾ [التوبة: ١٠٩].

|| أسلوب السبر والتقسيم:

ومن معانيه أن يحصر المعارض جميع الأوصاف المناسبة للحكم في الأصل، ثم يبين إلغاءها وعدم صلاحيتها للتعليل (شرح مختصر الروضة للطوخي، ٣/٤٩٢)، وهذا الأسلوب العقلي من أبرز الأساليب التي يمكن استخدامها في الحوارات والنقاشات والمناظرات، وذلك لما يمتاز به من كلام منطقي يقنع الخصم، ويقيم الحجة.

وقد استخدم القرآن الكريم هذا الأسلوب، كما في قوله تعالى: ﴿مَا آتَّخَذَ اللَّهُ مِنْ وَلَدٍ وَمَا كَانَ مَعَهُ مِنْ إِلَهٍ إِذَا لَذَهَبَ كُلُّ إِلَهٍ بِمَا خَلَقَ وَلَعَلَّا بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُصِفُونَ ﴿٩١﴾﴾ [المؤمنون: ٩١].

|| أسلوب ضرب الأمثال: ||

يُستخدم ضرب الأمثال للتشبيه، وتقريب المعاني، وإيقاظ الحس، وقد أخبر الله عز وجل أنه ضرب الأمثال للناس للتفكير والاعتبار بها، فقال تعالى: ﴿وَتِلْكَ الْأَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ ﴿٤٣﴾﴾ [العنكبوت: ٤٣].

فوائد ضرب المثل:



- || يفهم المقصود.
- || يقرب المعنى.
- || يزيد رسوخ المعنى في الذهن.
- || الإقناع وإقامة الحجة.

02 الأساليب العاطفية:

العاطفة غريزة فطرية، خلقها الله في الإنسان وجبله عليها، وأوجد لها المؤثرات التي تثيرها. والأساليب العاطفية في الدعوة هي الطرق التي تستثير العاطفة، وتحرك المشاعر والوجدان. وقد استخدم الرسل عليهم السلام الأسلوب العاطفي بأشكال عديدة وأنواع كثيرة.

يمتاز الأسلوب العاطفي بما يأتي:

- || اعتماده على العبارات الرقيقة والألفاظ اللطيفة.
- || مخاطبة القلب.
- || تأثر المخالفين به.

ومن أهم أنواع هذا الأسلوب ما يلي:

|| أسلوب التلطف بالقول مع المدعويين:

التلطف بالقول وإظهار الرأفة والرحمة واللين مع المدعويين بالأعمال وبالأقوال من الأمور الجميلة في الدعوة الإسلامية؛ فالطبائع البشرية تنفر من الذي يُعنفها ويسيء لها، ولا يحسن التعامل معها، يقول الله تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾﴾ [آل عمران: ١٥٩]، وقد أرشد الله عز وجل موسى وهارون عليهما السلام إلى استخدام الرفق واللين مع فرعون الذي ادعى الربوبية، قال تعالى: ﴿أَذْهَبَ أَنْتَ وَأَخُوكَ بِآيَاتِي وَلَا تَنِيَا فِي ذِكْرِي ﴿٤٢﴾ أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾﴾ [طه: ٤٢ - ٤٤].

يقول ابن كثير رحمه الله: هذه الآية فيها عبرة عظيمة، وهي أن فرعون في غاية العتو والاستكبار، وموسى عليه السلام صفوة الله من خلقه، ومع هذا أمر ألا يخاطب فرعون إلا بالملاطفة واللين. (تفسير القرآن العظيم ٣/ ١٧٠).

فعلى الداعية أن يستثير مدعويه بذكر ما يتحلون به من الطيب، وحسن الأدب، ويجعل الكلام معهم بروح الناصح الشفيق، المخلص، المتواضع.

|| أسلوب إنزال الناس منازلهم:

وهذا أسلوب مهم من أساليب الدعوة، ويناسب في دعوة عليّة القوم وكبرائهم وأهل الجاه والمنزلة، تقول عائشة رضي الله عنها: (أمرنا رسول الله ﷺ أن ننزل الناس منازلهم) (ذكره مسلم في المقدمة ١/ ٢١).

|| أسلوب الترغيب والترهيب:

هذا الأسلوب من الأساليب البلاغية المستخدمة في القرآن الكريم والسنة المطهرة، وهو من أنجع الأساليب في الدعوة؛ لاعتماده على عنصري الثواب والعقاب.

والترغيب يعني كل ما يشوق المدعو إلى الاستجابة، وقبول الحق، والثبات عليه، أما الترهب فهو كل

ما يخيف ويحذر المدعو من عدم الاستجابة، أو رفض الحق، أو عدم الثبات عليه بعد قبوله. وربما اجتمع الترغيب والترهيب في نص واحد، مثل قوله تعالى: ﴿إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ﴾ [الأنعام: ١٦٥]، وقوله تعالى: ﴿غَافِرِ الذَّنْبِ وَقَابِلِ التَّوْبِ شَدِيدِ الْعِقَابِ ذِي الطَّوْلِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ إِلَيْهِ الْمَصِيرُ﴾ [غافر: ٣].

وكما أن القرآن الكريم مليءً بالترغيب والترهيب، فكذلك السنة المطهرة مليئة بهما، لأهمية هذا الأسلوب وأثره، وفي حديث أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: «لو يعلم المؤمن ما عند الله من العقوبة، ما طمع بجنته أحد، ولو يعلم الكافر ما عند الله من الرحمة، ما قنط من جنته أحد» رواه مسلم.

03 الأساليب الحسية

ويقصد بها الطريقة الدعوية التي تستثير الناس بالمحسوسات، وتعتمد على المشاهدات والتجارب والمحاكاة.

يمتاز الأسلوب الحسي بما يلي:

- || مخاطبة العقل بالمحسوسات.
- || قوة وسرعة تأثيره على المدعويين لاعتماده على الأشياء المحسوسة والمشاهدة والمرئية.
- || سهولة التناول؛ فالكل يشاهد ويرى ما يشار إليه.

ومن الأساليب الحسية:

|| أسلوب لفت النظر للمخلوقات:

عظمه المخلوقات التي نشاهدها من عظمة خالقها، وقد حثَّ القرآن الكريم على إعمال الفكر في هذه المخلوقات، وفي أنواعها وأشكالها، قال تعالى: ﴿وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِلْمُوقِنِينَ﴾ [الذاريات: ٢٠-٢١].

قال ابن كثير رحمه الله: فيها من الآيات الدالة على عظمة خالقها وقدرته الباهرة، مما قد ذرأ فيها من صنوف النبات والحيوانات، والمهاد والجبال، والقفار والأنهار والبحار، واختلاف السنة الناس وألوانهم، وما جُبلوا عليه من الإرادات والقوى، وما بينهم من التفاوت في العقول والفهوم والحركات، والسعادة والشقاوة، وما في تركيبهم من الحكم في وضع كل عضو من أعضائهم في المحل الذي هو محتاج إليه فيه. (تفسير ابن كثير ٧ / ٤١٩).

أسلوب لفت النظر للقرآن العظيم:

القرآن الكريم هو كلام الله تعالى المنزل على محمد ﷺ المتعبد بتلاوته، وهو محفوظ بحفظ الله، لم يحرف أو يبدل، ولم يغير فيه حرف واحد منذ نزل، بخلاف الكتب الأخرى.

وقد كان القرآن -وما زال- بمعجزاته الباهرة وتأثيره القوي سبباً في إيمان ما لا يُحصى عددهم إلا الله من الناس عبر القرون، فالنفوس تتأثر بهذا الكتاب الكريم، والجلد يقشع من الخشوع والخشية، والعقل يخضع لسلطانه وحججه الباهرة.

يحتوي القرآن على خيرات وبركات ومصالح وأحكام وتشريعات، تُصلح الدنيا والآخرة، وهو معجزة خالدة إلى يوم القيامة، وقد تحدى الله البشر أن يأتوا بمثله أو بعشر سور أو سورة واحدة من مثله فعجزوا عن ذلك.

قال تعالى: ﴿قُلْ لِّئِنِ اجْتَمَعَتِ الْإِنْسُ وَالْجِنُّ عَلَىٰ أَنْ يَأْتُوا بِمِثْلِ هَذَا الْقُرْآنِ لَا يَأْتُونَ بِمِثْلِهِ ۗ وَلَوْ كَانَ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ ظَهِيرًا ﴿٨٨﴾﴾ [الإسراء: ٨٨].

وقد ذكر بعض العلماء أن القرآن معجزة تحتوي على ستين أو سبعين ألف معجزة، وتتلخص هذه المعجزات في التالي:

- || الإعجاز البياني.
- || الإعجاز التشريعي.
- || الإعجاز الإخباري الغيبي.
- || الإعجاز العلمي.

أسلوب لفت الأنظار إلى شعائر الإسلام ومحاسنه:

الإسلام دين له شعائره التعبديّة، وله أحكامه التشريعية التي تدل على عظمة من شرعها وأمر بها، ولهذه العبادات وهذه الشعائر حُكْمٌ عظيمة ربما تظهر لنا وربما لا تظهر، فالداعية يستفيد من الحُكْمِ الظاهرة ليبين للناس محاسن الإسلام، وليستدل بها على الحُكْمِ الخفية، فالمؤمن يؤمن بالله سواء ظهرت الحكمة له أو لم تظهر، ويعلم في الوقت نفسه أن لكل أفعال الله وتشريعاته حُكْمًا.



|| أسلوب القدوة الحسنة:

تعني القدوة هنا أن يكون الداعية مثلاً يُحتذى به في أفعاله وتصرفاته، وقد أشاد القرآن الكريم بهذه الوسيلة فقال عز من قائل: ﴿قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ﴾ [المتحنة: ٤]، ولا يخفى أن الدعوة بالفعل، والعمل، والقدوة، تكون في كثير من الأحيان أقوى وقعاً في النفس، وأنجع في المخاطبين والمدعويين من الدعوة بالكلام. وحاجتنا اليوم للداعية الأسوة القدوة كبيرة، فهو النموذج الصادق، والتطبيق الواقعي لدين الإسلام ولباده العظام، ولا ريب أن الداعية حسن الخلق، المتأسي بالنبي ﷺ، الذي يوافق قوله عمله، تكون دعوته أنجح، وقوله أبلغ، وتأثيره أكبر.

04 الأساليب العامة

ومن هذه الأساليب:

|| أسلوب القصص

تستهوي القصص الصغير والكبير، والرجل والمرأة، والمتعلم والعامي، وقد زخر القرآن الكريم والسنة المطهرة بعدد كبير من القصص؛ لنفعها الظاهر، وتأثيرها في الدعوة والإرشاد والتوجيه. استخدم القرآن الكريم القصص في نحو ثلث آياته، ومقصده منها إعطاء العظة والعبرة والذكرى، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ فِي قَصصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِي الْأَلْبَابِ﴾ [يوسف: ١١١]، وقال سبحانه: ﴿فَأَقْصِصْ الْقِصَصَ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾ [الأعراف: ١٧٦]، أما السنة المطهرة فخير شاهد تلك الأحاديث الكثيرة عن قصص السابقين، فكثيراً ما كان النبي ﷺ يقول لأصحابه: (كان فيمن كان قبلكم). ومن الأهمية بمكان ألا يكون شغل الداعية إيراد القصص فقط، وإنما عليه أن يذكر المستفاد من القصة بأخذ العبرة، وإبراز الجوانب العقديّة والتربويّة والسلوكية منها.

من مميزات أسلوب القصص:

|| تمتاز القصة بأنها محببة للنفس لما تحتويه من تشويق وإثارة.

|| يستطيع القاص إيصال الفكرة إلى المعنى المقصود بقدر كبير من التركيز والانتباه.

|| للقصة تأثير عجيب على القلب والعقل.

|| القصة فيها إقناع للعقل وإمتاع للعاطفة، ويمكن أن تحمل في طياتها العظة والعبرة؛ من الإيمان بالله وقدرته، وعظمة هذا الدين وما يحتويه.

|| يمكن أن تحتوي القصة على عدة أساليب؛ كالترغيب والترهيب، والإقناع العقلي، وبيان الحقائق.

|| أسلوب الحوار والجدل:

الجدل والحوار والمناظرة ألفاظ متقاربة المعنى، وتعني دوران الحديث بين طرفين أو أكثر، حيث يعرض كل طرف وجهة نظره، ويستدل بأدلته لإثبات صحة ما يعتقد أو يذهب إليه.

ورد الحوار ومشتقاته في كتاب الله في تسعة وعشرين موضعاً، منها ما حكاها الله عز وجل عن خليله إبراهيم عليه السلام في قصة حوارهِ ومناظرته للنمرود، قال تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أَحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿٢٥٨﴾ [البقرة: ٢٥٨]، ومنها ما ورد في سورة الكهف، قال تعالى: ﴿وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا ﴿٣٤﴾ [الكهف: ٣٤]، وأمر النبي ﷺ بخير أنواع الجدل: ﴿وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: ١٢٥].

وقد فعله الصحابة رضي الله عنهم، كابن عباس لما جادل الخوارج فرجع منهم خلق كثير، ومن هنا تتضح أهمية المناظرة والحوار للعاملين في حقل الدعوة إلى الله تعالى، ولكن على الداعية إلى الله أن يعلم أن الجدل، والمناظرة، والحوار منه ما هو محمود، ومنه ما هو مذموم؛ فالمذموم ما كان بغير علم وبغية الاستعلاء على الطرف الآخر، والمحمود ما كان لإظهار الحق، وابتغاء وجه الله.

|| أسلوب التقرير:

التقرير إلقاء المخاطب إلى الإقرار بأمر يعرفه، لغرض قبول الحق، أو الإدانة، أو اللوم، وغير ذلك. ومن أمثلة ذلك ما رواه أبو أمامة رضي الله عنه، أن فتى شاباً أتى النبي ﷺ فقال: يا رسول الله، ائذن لي بالزنا، فأقبل القوم عليه فزجروه وقالوا: مه مه، فقال: «ادنه»، فدنا منه قريباً. قال: فجلس. قال رضي الله عنه: «أتحبه لأمك؟»، قال: لا والله، جعلني الله فداءك. قال: «ولا الناس يحبونه لأمهاتهم». قال:

«أفتحبه لابنتك؟»، قال: لا والله يا رسول الله، جعلني الله فداءك. قال: «ولا الناس يحبونه لبناتهم». قال: «أفتحبه لأختك؟» قال: لا والله، جعلني الله فداءك. قال ﷺ: «ولا الناس يحبونه لأخواتهم»، قال: «أفتحبه لعمتك؟»، قال: لا والله، جعلني الله فداءك. قال ﷺ: «ولا الناس يحبونه لعماتهم»، قال ﷺ: «أفتحبه لخالتك؟» قال: لا والله، جعلني الله فداءك. قال: «ولا الناس يحبونه لخالاتهم». قال: فوضع يده عليه وقال: «اللهم اغفر ذنبه وطهر قلبه، وحسن فرجه» قال: فلم يكن بعد ذلك الفتى يلتفت إلى شيء. رواه أحمد.

وفي الحديث -إضافة إلى التقرير الإلزامي- ختمه بالدعاء، فعلى الدعاة أن يسلكوا هذا المسلك حين استخدام هذه الأساليب، ولا ينسوا الدعاء للمدعو؛ لما في ذلك من طمأنته وتقريبه للخير، ولعل الله عز وجل أن يقبل الدعاء فيكون فيه نجاته في الدنيا والآخرة.

|| أسلوب القسم:

القسم من المؤكّدات المشهورة، وإيراده يفيد في إزالة الشكوك، وإحباط الشبهات، وإقامة الحجة، وتوكيد الأخبار، لتطمئن نفس المخاطب إلى الخبر، لا سيما في الأمور العظيمة. وقد ورد القسم في العديد من سور القرآن الكريم، وورد أيضاً على لسان نبيه ﷺ، بألفاظ مختلفة ومتعددة ومتكررة، مثل «والذي نفس محمد بيده...»، و«أيم الله...»، و«والله...» إلى غير ذلك. وسائل التعريف بالإسلام هي ما يستعين به المعرف على تبليغ رسالة الإسلام على نحو نافع مثمر، وقيل: هي ما يستخدمه المعرف من وسائل حسية لنقل الرسالة إلى المدعويين.



03 وسائل التعريف بالإسلام

01 الفرق بين الوسائل والأساليب في التعريف بالإسلام

الوسيلة هي الأداة التي تنقل الأسلوب وتوصله للناس، أما الأسلوب فهو طريقة التأثير والإقناع. ويمكن توضيح ذلك بأن الأسلوب هو: الطريق أو المذهب أو الكيفية التي يبلغ بها المعرف دين الله، أما الوسائل فهي: الأمور والأدوات المستخدمة في إيصال المعاني، والتي يستعين بها المعرف لنقل الأفكار.

02 أقسام وسائل التعريف بالإسلام

|| القسم الأول- وسائل ورد النص بمشروعيتها

كوسيلة القول، يقول الله عز وجل: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ [البقرة: ٨٣]، والكتابة؛ فقد كتب النبي ﷺ رسائل للملوك والرؤساء.

|| القسم الثاني- وسائل ورد النص بحرمتها

فهي ممنوعة بالاتفاق؛ كالكذب؛ لقول المصطفى ﷺ: «وإن الكذب يهدي إلى الفجور» متفق عليه، والإكراه؛ لقوله تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ﴾ [البقرة: ٢٥٦].

القسم الثالث- وسائل مسكوت عنها

وهي الوسائل التي لم يرد نص شرعي باعتبارها أو إلغائها، وهي أكثر الوسائل الدعوية استخدامًا اليوم، وهذه محل خلاف.

والصحيح أن الوسائل الدعوية ليست توقيفية، وإنما هي اجتهادية، قال الشاطبي رحمه الله: والتبليغ كما أنه لا يتقيد بكيفية معلومة -لأنه من قبيل المعقول معني- فيصح بأي شيء أمكن من الحفظ والتلقين والكتابة وغيرها... إلخ.

ولكن ينبغي أن تكون هذه الوسائل منضبطة بضوابط الشريعة.

03 أهم الوسائل الدعوية في الوقت الحاضر

1. الوسائل القولية:

الكلمة الطيبة والقول الحق يأتيان بنتائج وثمار طيبة، يقول الله تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٤﴾ تُوْتِي أَكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٢٥﴾﴾ [إبراهيم: ٢٤-٢٥].

وهذه الوسيلة متعددة الأشكال؛ فتكون بالمواعظ، والخطب، والندوات، والمحاضرات، والدورات العلمية، والمؤتمرات ونحوها، وينبغي أن يكون القول فيها واضحًا، ليّنًا، سليمًا من الأخطاء، ويراعي مستويات المدعوين، ويتدرج في قوله من اللين إلى الشدة إن احتاج الموقف والأمر ذلك.



2. الكتابة والمراسلة:

الكتابة بأنواعها المختلفة - كالمقالات، والرسائل، والبحوث العلمية، والمشاركة في المجلات العلمية والدورية ونحوها- من الوسائل المعتبرة في الدعوة إلى الله تعالى، وقد كاتب النبي ﷺ الملوك والرؤساء، داعياً إياهم إلى الدخول في دين الله، والنجاة بأنفسهم وأقوامهم، فأرسل إلى هرقل عظيم الروم، وإلى كسرى ملك الفرس، وإلى النجاشي ملك الحبشة، وإلى غيرهم من الحكام في عهده، فعن أنس رضي الله عنه أن نبي الله ﷺ كتب إلى كسرى وإلى قيصر وإلى النجاشي، وإلى كل جبار، يدعوهم إلى الله تعالى. رواه مسلم.

3. الإعلام التقليدي:

الإعلام التقليدي - بوسائله المختلفة من (إذاعة، وتلفاز، وفضائيات) - له أثر بالغ على البشر وبناء عقولهم ومفاهيمهم وتصوراتهم ومشاعرهم، والتلاعب بها وتحريكها حيث تشاء، وذلك لانتشارها، ودخولها بيوت الفقراء والأغنياء، في العواصم والمدن والقرى والبادي، في أنحاء العالم بعيدة وقريبه، حتى صدقت المقولة (إن العالم أصبح كالقرية الواحدة).

والعاملون في مجال الدعوة أولى الناس بالاستفادة من هذا الإعلام بجميع أشكاله وأنواعه؛ فعليهم المشاركة في البرامج الإذاعية والتلفازية والفضائية، والمشاركة في الندوات والمحاضرات، واللقاءات، والمناظرات - لمن يملك الأهلية - وغيرها.

4. الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي):

نحن نعيش اليوم ثورة معلوماتية وتقنية، فإن كان الإعلام التقليدي جعل العالم كالقرية الواحدة، فإن الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها (إكس، وإنستجرام، وتلجرام، وسناب شات، وفيس بوك، وتيك توك، والواتس أب، والاتصال بالتطبيقات المختلفة وغيرها) جعله كالغرفة الواحدة!

وهذه التقنيات قضت على حواجز المكان، وتخطت الحدود السياسية والجغرافية، مع سرعة الوصول، وإمكانية بلوغها الملايين من البشر في كافة أنحاء العالم، فينبغي للداعية أن يكون على معرفة وعناية بهذه التقنيات، وبأصناف مرتاديها؛ فمنصة إكس مثلاً للنخب، والسناب شات للشباب والفتيات والمشاهير، والواتس أب للعوائل والأسر والصدقات، وهكذا.

وقد أثمرت هذه الوسائل مع كثير من أهل الملل المنحرفة والطوائف البدعية، ولعل في هذا تحقق

شيء من قول النبي ﷺ: «ليبلغنَّ هذا الأمر ما بلغ الليل والنهار، ولا يترك الله بيتَ مدرٍ ولا وبرٍ، إلا أدخله الله هذا الدين، بعزٍّ عزيزٍ أو بذلٍّ ذليلٍ، عزًّا يعزُّ الله به الإسلامَ، وذلاً يذلُّ الله به الكفر» رواه الإمام أحمد، وهو صحيح.

معايير ومقوّمات فاعلية الوسيلة والأسلوب

- ❑ مشروعية الوسائل والأساليب المستخدمة.
- ❑ أن تكون مستقاة من مصادر معتبرة موثوقة.
- ❑ التجديد والابتكار والابتعاد عن الجمود.
- ❑ موافقتها ومناسبتها لفئات المخاطبين.
- ❑ الاهتمام بكونها مثيرة لانتباه المدعو واهتمامه.
- ❑ التنوع ومراعاة الواقع وترتيب أولويات الاختيار بينها.

المدعون أصناف عديدة، ولكل منهم لغة تناسبه، وأسلوب يؤثر فيه، ووسيلة تعين الداعية على الوصول إلى قلبه وعقله. فمن البديهي أن يكون الدعاة إلى الله على علم وبصيرة بأصناف المدعوين وسماتهم، وطبائعهم وخصائصهم، ليتمكن التعامل معهم بحكمة وبصيرة.

04 أصناف المدعويين وسماتهم

01 الكبراء وأصحاب المناصب

فإن كانوا من أهل الظلم فهؤلاء أكثر من يعادي الدعوة والدعاة؛ لتصورهم أن دعوة الحق تقلص نفوذهم، وتضعف مكانتهم، ولذلك يقابلون الدعوة عادةً بالكبر والحسد والمكر السيئ، قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا فِي قَرْيَةٍ مِّن نَّذِيرٍ إِلَّا قَالَ مُتْرَفُوهَا إِنَّا بِمَا أُرْسِلْتُمْ بِهِء كَافِرُونَ﴾ [سبأ: ٣٤].

وعلى الداعية إلى الله عز وجل ألا يعول على هذه الفئة كثيراً، ويحذر من مكرهم، وينأى بدعوته عن إغراءاتهم، وليعلم أن ما عليه إلا البلاغ.

أما إن كان هؤلاء الكبراء والرؤساء من أهل الصلاح والخير، فهم خير من يدعم الدعوة والدعاة، ولذا ينبغي الاستفادة منهم والتعاون معهم في تحقيق أهداف الدعوة.

02 المنافقون

ونعني بهم أصحاب النفاق الاعتقادي، أي النفاق الأكبر، وهم الخارجون عن الشرع والمنهج الحق، والمنافق عند الله شر من الكافر، قال تعالى: ﴿إِنَّ الْمُنَافِقِينَ فِي الدَّرَكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَنْ تَجِدَ لَهُمْ نَصِيرًا﴾ [النساء: ١٤٥].

ومن أبرز صفاتهم الخداع والرياء والمكر ﴿إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَدِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَدِيعُهُمْ﴾ [النساء: ١٤٢]، ومن سماتهم الكذب والحلف والغدر، والفجور في الخصومة، وشدة العداوة، والاعتزاز بالإثم،

والأمر بالمنكر والنهي عن المعروف، وموالة الكفار، والتربص بالمسلمين.

وعلى الداعية إلى الله تعالى أن يتنبه لهم، ولا يندع بمعسول قولهم، ويحذر كل الحذر منهم، ويتعامل معهم كما تعامل النبي ﷺ مع أسلافهم.

03 المعاندون

وهم الذي يتحاملون على الدعوة والدعاة، ويتهمونهم ويسئون بهم الظن، ويتصدون لهم ولما يدعون إليه من الحق، ويفرحون بالنصر عليهم.

وعلى الداعية أن يتعامل معهم بالحكمة، وألا يمتنع عن دعوتهم ودعوة الصنفين الأول والثاني، فكونهم من أبعد الناس عن الهدى، لا يمنع من إقامة الحجة عليهم والمعذرة أمام ربنا سبحانه وتعالى، ولا يدري المرء، فلعلهم يهتدون ويصلحون وينقذون أنفسهم من الضلال والفجور في الدنيا، والنار في الآخرة.

04 العصاة

وهم المسلمون الذين يقعون فيما نهى الله عنه، أو يتركون ما أوجب عليهم، وهم ضعفاء أمام شياطينهم وشهواتهم ومغريات الحياة، وفي جهل وغفلة عن العقوبات الدنيوية والأخروية.

وعلى الداعية أن ينظر إليهم نظرة إشفاق ورحمة، فيخاف عليهم من الهلاك، وقد صور النبي ﷺ حالهم في حديث جابر رضي الله عنه حيث قال: «مثلي ومثلكم كمثلي ومثلكم كمثلي رجل أوقد نارًا، فجعل الجناب والفراس يقعن فيها، وهو يدبُّهنَّ عنها، وأنا أخذٌ بحُجَزِكُم عن النار، وأنتم تفلتون من يدي» رواه مسلم.

05 عموم المسلمين

وهم الذين خلطوا عملاً صالحاً وآخر سيئاً، ويتميزون غالباً بسلامة الفطرة، وسرعة الاستجابة للحق، والاستعداد للبذل والتضحية.

فينبغي أن يستغل الداعية الفرصة في دعوتهم، وتقويم سلوكهم، مع أهمية مراعاة اختلافاتهم وطباعهم والأساليب المناسبة لهم، والدوافع التي تحركهم في العادة.

06 الكفار والمشركون

والكفار على أنواع وأصناف كثيرة، فمنهم الوثنيون، والكفار الجاحدون المعاندون، والمشركون المؤمنون بربوبية الله ولكنهم يشركون معه غيره في ألوهيته، ومنهم الكفار الأصليين، ومنهم من لا ينتمي إلى دين أصلاً، ومنهم من وصلته دعوة الإسلام مشوهة مقرونة بالإرهاب، ومنهم من لا يعرف شيئاً عن دين الإسلام.

فهؤلاء يبذلون دعوة الإسلام على وجهها الصحيح، بلاغاً يقطع العذر، وتقوم الحجة به عليهم، مع أهمية تبصيرهم بطريق الهداية، بالنظر في الآيات الكونية، والله تعالى يقول: ﴿سَنُرِيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْأَفَاقِ وَفِي أَنفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ﴾ [فصلت: ٥٣].

والخلاصة: أن هؤلاء يُدْعَوْنَ إلى الإيمان بالله، وَيُعَرَّفُونَ به سبحانه وبأسمائه وصفاته، وسعة رحمته، وعظيم نعمة، وَيُذَكَّرُونَ بوعد الله ووعيده، وَيُرَغَّبُونَ في الجنة، وَيُحَذَّرُونَ من النار، فإذا استقرَّ الإيمان في قلب أحدهم عَرَّفْنَاهُ بالأحكام تدريجياً؛ الصلاة وما يلزم لها من الطهارة والوضوء، ثم الزكاة والصيام... وهكذا.

ومن أصناف الكفار: الهندوس، والبوذيون، والمجوس وغيرهم، ويشترك أهل الكتاب والملحدون مع هؤلاء في الكفر، ولكن سنخصهم بالحديث لما لهم من أهمية، ولأن القرآن الكريم خصَّ أهل الكتاب بالجدال بالتي هي أحسن.



07 الكتابيون

أهل الكتاب طائفتان؛ اليهود الذين نزلت على نبيهم موسى عليه السلام التوراة، والنصارى الذين نزل على نبيهم عيسى عليه السلام الإنجيل، ولهم أحكام تخصهم عن بقية المشركين، مثل: أكل طعامهم، والزواج من نسائهم، وأخذ الجزية منهم. وهم يجتمعون مع غيرهم من الكفار باسم الكفر والشرك. ويخص الداعية هؤلاء بخطاب زائد عن خطابه لبقية الكفار؛ بذكر الآيات والآحاديث الموجّهة لهم، وتذكيرهم بما في كتبهم من بشارة بالنبي ﷺ وذكر أوصافه، وأمرهم بالإيمان به.

08 الملحدون

الإلحاد مذهب فئة أنكرت وجود الله وما آمنت به، وينقسمون إلى قسمين؛ الأول: من ينفي وجود خالق وإله أصلاً، والثاني: من يشك في وجود الإله، فلم يتبين له الأمر، ويتسم هؤلاء باعتمادهم على المحسوس الموجود، وشبهاتهم كثيرة ومتعددة، ويتسمون بضعف الحجج، لأن أصل مذهبهم مخالف للفطر السليمة والعقول السوية. وينبغي للداعية أن ينطلق معهم من أسس ثابتة، وركائز واضحة المعالم، مع أهمية أن يحفظ نفسه من الزلل في شبهاتهم.

كلمة جامعة لابن القيم رحمه الله في التعامل مع أصناف المدعوين، قال رحمه الله: والدعوة إلى الله بالحكمة للمستجيبين، والموعظة الحسنة للمعرضين الغافلين، والجدال بالتي هي أحسن للمعاندين المعارضين؛ فهذه حال أتباع المرسلين وورثة النبيين. قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿١٠٨﴾ [يوسف: ١٠٨]. (مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة (١ / ٧٨)).

05 التدرج الدعوي

تدرّجت رسالة الإسلام في تبليغ دعوتها للناس، ومن صور ذلك:

01 التدرج في دعوات الرسل

كان كل نبي يُرسل إلى قومه من أجل قضية معينة، أو لعلاج داء معين، كما كان يرسل إلى قوم بعينهم في زمن معين، فلم تكن رسالات الرسل السابقين رسالات عامة، بل رسالات مؤقتة أو محلية، إلى أن أتم الله عز وجل أمر الوحي بخاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد ﷺ، ولم يقبضه إليه إلا بعد أن أكمل الدين، كما قال سبحانه: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا﴾ [المائدة: 3]، فكانت رسالته خاتمة الرسالات، والمهيمنة عليها والناسخة لها، وكانت شاملة لكل ما يحتاجه الخلق، وتعالج مشكلات كل المجتمعات على مر الزمان، كما كانت عامة لكل الخلق من الجن والإنس إلى يوم القيامة، فكان حسن الختام وكمالها.

02 التدرج في إعداد أهل البلاغ

وقد ظهر هذا في عناية الله تعالى بنبية محمد ﷺ، فكان الإعداد الروحي بالتحنُّت في الغار، وبرعاية نسبه، ثم كانت تأتية الرؤيا الصادقة، ثم يأتيه الوحي فيقول له: ﴿أَقْرَأْ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾ [العلق: 1]، ثم يقول له: ﴿يَا أَيُّهَا الْمُرْسَلُ﴾ [المزمل: 1] ثم يأمره بالصبر، ثم يمتن عليه في الإسراء والمعراج، وقد كانت الدعوة في مبدئها سرية، ثم أمر بالجهر بها، وهكذا.

وقد سلك النبي ﷺ طريق التدرج في تعليم أصحابه وتربيتهم على المعاني الإيمانية، فكانوا جيلاً فريداً.

03 التدرج مع مَنْ يُراد تبليغهم

فكان بدء النبي ﷺ في دعوته بالأقربين؛ زوجته، ثم صديقه، ثم ابن عمه، ثم قومه المُقَرَّبِينَ، ثم كان يَعْرِضُ نفسه على القبائل في المواسم فيدعوهم، ثم كانت الهجرة إلى المدينة، ثم مرحلة دعوة الناس كافة.

04 التدرج في مقدار البلاغ

فعلى الداعية أن ينظرَ في أحوال الناس مَنْ يُراد تبليغهم: هل هم حديثو عهد بالإسلام؟ وهل التدين باقٍ فيهم حياً ممارساً؟

فإذا كانوا حديثي عهدٍ بالإسلام، فلا يصلح معهم تبليغ كل الدين، وإنما يُجزئُ بلاغهم بما لا يكون المرء مسلماً إلا به، ثم الأهم فالأهم، مع مراعاة الأيسر فالأيسر، فتلك الحكمة.

وَمَنْ لم يكن التدين فيهم باقياً، حيث غاب عن واقعهم لسنوات، فإنهم لا يُطيقون التكاليف جملةً والبلاغ دفعةً، فيأتيهم التبليغ على مراحل؛ حتى يَفِيئُوا إلى الرشد المفقود.

فيجب على الداعية أن يبدأ بالأهم فالأهم حسب حال المدعو.

فعن معاذ رضي الله عنه قال: «بعثني رسول الله ﷺ إلى اليمن فقال: إنك تأتي قومًا من أهل الكتاب، فادعهم إلى شهادة أن لا إله إلا الله، وأني رسول الله، فإن هم أطاعوا لذلك، فأعلمهم أن الله تعالى افترض عليهم خمس صلوات في كل يوم وليلة، فإن هم أطاعوا لذلك، فأعلمهم أن الله افترض عليهم صدقة تؤخذ من أغنيائهم فترد في فقرائهم، فإن هم أطاعوا لذلك، فإياك وكرائم أموالهم واتق دعوة المظلوم، فإنه ليس بينها وبين الله حجاب» متفق عليه.

يقول ابن حجر رحمه الله: (بدأ بالأهم فالأهم، وذلك من التلطف في الخطاب؛ لأنه لو طالبهم بالجميع من أول مرة لم يأمن من النفرة). (فتح الباري ٤٥٨/٣).

الكفاية السادسة

الكفايات التقنية في العمل الدعوي

هدف الكفاية

بناء توجهات إيجابية نحو
استخدام التّقنيات الحديثة
في الدعوة



01 الكفايات التقنية للداعية

02 إنشاء المحتوى الرقمي

03 أمن المعلومات

04 إدارة المواقع الإلكترونية

05 التسويق الرقمي

06 التواصل عبر التطبيقات

07 استخدام الذكاء الاصطناعي (AI) في الدعوة

08 التحديات والفرص المستقبلية للدعوة في العصر الرقمي

الكفايات التقنية للداعية 01

في عصرنا الرقمي المتسارع، يصبح من الضروري للداعية أن يواكب التطورات التكنولوجية، ويستفيد من الأدوات الحديثة لتحقيق رسالته.

تفتح الدعوة الإلكترونية آفاقاً واسعة للوصول إلى ملايين الأشخاص في كل أنحاء العالم، مما يُمكن الداعية من نشر رسالة الإسلام، وكسب ملايين الحسنات عبر الإنترنت، حيث يمكن أن يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، والمنصات التعليمية، والمقاطع المرئية التفاعلية للتعريف بالإسلام، وتقديم المحتوى الدعوي بطرق مبتكرة وجذابة، تصل إلى قلوب الناس وعقولهم في كل مكان.

ولكن ينبغي الإشارة هنا إلى أن التغير السريع لسلوك مستخدمي الإنترنت، يتطلب من الدعاة التكيف مع هذه التغيرات، وفهم ما يجذب الجمهور، وكيفية الحفاظ على تفاعلهم المستمر، وهذا يعني حاجة الدعاة إلى استخدام إستراتيجيات مبتكرة، وتحديث أساليبهم بشكل دوري؛ لضمان تحقيقهم استجابة فعالة لمتطلبات واهتمامات الجمهور المتغيرة، مما يعزز من فعالية الدعوة.

أولاً- أهم وسائل التواصل الاجتماعي:

فيسبوك

أداة قوية لنشر المحتوى التعليمي والدعوي، حيث يمكن للداعية استخدام الصفحات والمجموعات لنشر المقالات والمقاطع المرئية، والتفاعل المباشر مع المتابعين عبر التعليقات والمحادثات.

الرباط: www.facebook.com

ولتحقيق الفعالية في إدارة صفحة دعوية على فيس بوك، ونشر رسالة الإسلام بطرق مبتكرة، وإيصالها إلى جمهور واسع، وتحقيق تأثير كبير؛ يمكن اتباع خطة إستراتيجية متكاملة تشمل التنوع في المحتوى، والتفاعل المستمر مع المتابعين، وتحليل الأداء دورياً؛ لضمان تحقيق أفضل النتائج.

وفيما يلي بعض النقاط المهمة في هذه الخطة الإستراتيجية:

|| أول خطوة هي إنشاء صفحة دعوية متخصصة على فيس بوك لنشر التعاليم الإسلامية بشكل منتظم، مع التركيز على الأخبار الدينية والمحتوى الدعوي الهادف.

|| يجب أن تكون المنشورات متنوعة لتناسب تفضيلات المتابعين؛ حيث يمكن استخدام الصور والمقاطع المرئية القصيرة التي تحمل آيات قرآنية أو أحاديث نبوية مع تصميمات جذابة.

|| خلال المناسبات الهامة مثل: رمضان، والعيدين، والحج، يُنصح بنشر محتوى مخصص، يركز على فضائل هذه المناسبات، وكيفية الاستفادة منها إيمانياً، ويمكن تقديم النصائح والتذكير بالعبادات والسنن والحثُّ على الالتزام بها.

|| التفاعل مع المتابعين هو مفتاح النجاح، والرد على التعليقات والأسئلة يُشعر المتابعين بالاهتمام ويعزز ثقتهم بالصفحة.

|| يُفضل تنظيم جلسات بث مباشر (Live) لمناقشة مواضيع دينية تهم المتابعين، أو الإجابة على استفساراتهم في الوقت الفعلي، مما يزيد من تفاعل الجمهور ويعزز التواصل، ولكن ينبغي ألا يقوم بذلك إلا من هو مؤهل لهذا الأمر.

|| لتحفيز المتابعين على المشاركة والتفاعل بشكل مستمر، يمكن تنظيم حملات دعوية،

مثل تحديات مشاركة آيات أو أحاديث يومية، أو مسابقات دينية؛ مثل حفظ القرآن، أو نشر الأحاديث، مع تقديم جوائز تشجيعية.

يمكن تعزيز انتشار المحتوى الدعوي باستخدام الوسوم (Hashtags) الشهيرة -مثل #الإسلام، و#القرآن، و#السيرة - في المنشورات، مما يزيد من وصول المحتوى لجمهور أوسع على فيس بوك.

يعتبر تحليل أداء الصفحة بانتظام من خلال أدوات Facebook Insights أمرًا بالغ الأهمية، حيث يُمكن من متابعة الإحصائيات؛ مثل عدد التفاعلات، والمشاركات، والإعجابات، لمعرفة أي أنواع المحتوى تحقق أكبر تأثير، ومن ثمّ التركيز على نشر المحتوى الذي يلقي قبولًا أكبر لدى المتابعين.

معرفة أفضل أوقات النشر من العوامل المؤثرة، ويمكن تحديد الأوقات التي يكون فيها المتابعون أكثر نشاطًا من خلال تحليل البيانات، مما يتيح نشر المحتوى في الوقت الأمثل، لتحقيق أقصى قدر من التفاعل.

يمكن الاستفادة من بيانات المتابعين، مثل: العمر، والجنس، والتعليم، والموقع الجغرافي، وغيرها، لتخصيص الرسائل الدعوية بما يناسب احتياجاتهم واهتماماتهم. على سبيل المثال: إذا كانت الصفحة تضم جمهورًا من الشباب، يمكن التركيز على نشر محتوى يناقش قضايا الشباب ومشاكلهم، ويقدم الحلول من منظور إسلامي.

التعاون مع مؤثرين معروفين يمتلكون قاعدة جماهيرية كبيرة على فيس بوك يمكن أن يزيد من تأثير الصفحة، ويساهم في انتشار الرسالة على نطاق أوسع، ومن ثمّ إيصال المحتوى الدعوي إلى شريحة أوسع من الناس.

نشر قصص الهداية وتجارب المسلمين الجدد له تأثير كبير في جذب المتابعين، وهذه القصص تُلهم الآخرين وتشجعهم على التعرف على الإسلام بشكل أعمق.

ويجب مراقبة الفرق بين أداء المنشورات المدفوعة والمجانية، ومن خلال مقارنة النتائج، يمكن تحسين إستراتيجيات الإعلانات المدفوعة لتحقيق أفضل عائد من الاستثمار. ومن جهة أخرى فإن الإعلانات على فيس بوك تتيح استهداف جمهور محدد، وزيادة انتشار المحتوى بشكل ملحوظ.

مقاطع فيس بوك المرئية وسيلة فعالة للتواصل مع المتابعين، ويمكن تحليل أداء هذه المقاطع من حيث عدد المشاهدات، والمدة الزمنية التي يقضيها المتابعون في مشاهدتها. يساعد هذا التحليل في تحسين محتوى المقاطع المستقبلية لتكون أكثر جذبًا وفعالية.

تشجيع المتابعين على مشاركة المحتوى الدعوي مع أصدقائهم خطوة مهمة في توسيع نطاق الدعوة، ويمكن في هذا المجال تنظيم تحديات تدعو المتابعين إلى مشاركة آية قرآنية أو حديث نبوي يوميًا.

منصة إكس (تويتر سابقًا):

منصة مثالية للمحتوى القصير والمباشر، مثل الآيات القرآنية والأحاديث النبوية وعبارات التعريف بالإسلام.

يساعد استخدام الوسوم (الهاشتاجات) الشهيرة، والانضمام إلى المحادثات الجارية حول المواضيع الإسلامية، في زيادة الوصول إلى الجمهور المستهدف.

الرابط <https://x.com/>



نصائح لاستخدامه

نشر محتوى دعوي متنوع ومؤثر؛ كمشاركة آيات قرآنية، وأحاديث نبوية، مع شرح ميسر مدعوم بصور وتصميمات جذابة؛ لزيادة الوعي حول تعاليم الإسلام وجذب الانتباه.

استخدام تغريدات متسلسلة (Threads) لشرح المواضيع المهمة بتفصيل مناسب.

استخدام الوسوم (Hashtags) الإسلامية الشائعة، مثل: #الإسلام و#القرآن و#السنة؛ لزيادة انتشار المحتوى الدعوي والوصول إلى جمهور أوسع.

الرد على الأسئلة والاستفسارات الدينية من المتابعين، إلى جانب تنظيم جلسات بث مباشر عبر Twitter Spaces لمناقشة مواضيع دينية، والإجابة عن استفسارات الجمهور، ولكن ينبغي ألا يقوم بذلك إلا من لديه العلم الكافي بهذه المواضيع والاستفسارات.

|| إطلاق حملات مثل "شارك آية" أو "انشر حديثاً"، وتشجيع المتابعين على المشاركة في تحديات دعوية مثل: "حفظ آية يوميًا" أو "نشر دعوة لأصدقائك"، مما يزيد من التفاعل.

|| تقديم تغريدات مخصصة خلال المناسبات، مثل رمضان، والعيدين، والحج، لتذكير المتابعين بفضائل هذه الأوقات وأهمية الأعمال الصالحة.

|| استخدام Twitter Analytics لمراقبة تفاعل الجمهور مع المحتوى الدعوي (النصوص، والصور، والمقاطع) وتحديد الأنواع الأكثر تأثيراً، إلى جانب تحليل أداء الوسوم المستخدمة، حيث تتيح هذه الأداة للدعاة فهماً أعمق لجمهورهم، وتساعد في تحسين إستراتيجياتهم الدعوية.

الرابط https://x.com/i/account_analytics

|| استخدام التغريدات الثابتة (Pinned Tweets)، ويقصد بها تثبيت تغريدة دعوية هامة، أو رابط لدروس دينية ليبقى ظاهراً لجميع زائري الحساب.

|| التعاون مع دعاة أو شخصيات مؤثرة على المنصة لتعزيز انتشار الرسالة الدعوية.

|| متابعة زيادة المتابعين وعدد التغريدات وتحليل التفاعل؛ لمعرفة مدى انتشار الحساب وتأثيره، وتحسين إستراتيجيات النشر بناءً على النتائج المتاحة.

|| مقارنة أداء التغريدات المدفوعة والمجانية؛ لتحسين إستراتيجيات الإعلانات الدعوية، وضمان وصول المحتوى لجمهور أوسع.

إنستغرام:



|| يمكن استخدام إنستغرام لمشاركة الصور والمقاطع المرئية القصيرة، التي تعبر عن الجوانب الجمالية للإسلام، والمقاطع المرئية التعليمية القصيرة. تتيح خاصية القصص (Stories) والـ (IGTV) وسائل إضافية للتفاعل مع الجمهور بشكل إبداعي.

الرابط: <https://www.instagram.com>



نصائح لاستخدامه:

|| نشر محتوى بصريّ جذاب، ومشاركة صور وتصاميم عالية الجودة، تحتوي على آيات قرآنية، أو أحاديث نبوية، باستخدام الألوان والخطوط الجميلة التي تناسب الرسالة الدعوية والثقافة الإسلامية.

|| استخدام المقاطع المرئية القصيرة (Reels) لشرح مفاهيم دينية بطريقة ميسّرة، أو تقديم نصائح لأداء العبادات، أو قراءة الأذكار اليومية بطريقة سريعة وجذابة.

|| استخدام ميزة القصص (Stories) بانتظام، ومشاركة آيات قرآنية، أو أدعية وأذكار، أو نصائح إسلامية، مع إمكانية استخدام أدوات التفاعل مثل الاستطلاعات والأسئلة.

|| الرد على تعليقات ورسائل المتابعين؛ لتعزيز التواصل، وبناء علاقة قوية مع الجمهور.

|| نشر محتوى خاصّ بالمناسبات؛ مثل رمضان، والعيدين، والحج، مع تذكير المتابعين بفضائل الأعمال الدينية المرتبطة بهذه المناسبات.

|| استخدام الوسوم (Hashtags) الإسلامية، مثل: #الإسلام و#القرآن؛ لزيادة انتشار المحتوى، والوصول إلى جمهور أوسع.

|| نشر محتوى تعليميٍّ مرئيٍّ عبر مقاطع أو صور توضح كيفية أداء العبادات، أو تشرح أحكام الإسلام بطريقة ميسّرة.

|| التعاون مع شخصيات مؤثرة لها جمهور واسع على إنستغرام؛ لزيادة انتشار الرسالة الدعوية.

|| مشاركة قصص ملهمة لمسلمين جدد، وتجاربهم مع الإسلام؛ لتعزيز الإلهام والتحفيز بين المتابعين.

|| استخدام ميزة البث المباشر (Live) للتفاعل مع المتابعين، ومناقشة مواضيع دينية، أو الإجابة عن أسئلتهم بشكل مباشر، مع مراعاة ألا يقوم بهذا إلا شخص مؤهّل لذلك.

- || إنشاء قوالب تحتوي على آيات أو أحاديث يمكن للمتابعين مشاركتها على حساباتهم لنشر الدعوة.
- || متابعة إحصائيات الحساب؛ لمعرفة نوعية المحتوى الذي يحقق أكبر تفاعل، وتحسين الإستراتيجيات بناءً على هذه البيانات.
- || تنظيم المحتوى الهام -مثل الأدعية اليومية، أو النصائح الدينية- على هيئة أبرز الأحداث «Highlights» ليسهل الوصول إليها لاحقاً.
- || تنظيم تحديات مثل «شارك آية» أو «انشر حديثاً»؛ لتشجيع المتابعين على المشاركة في نشر الدعوة.
- || تقديم وجهة نظر إسلامية حول الأحداث الجارية؛ لتعزيز التفاعل، وربط الرسالة الدينية بحياة الناس اليومية.

يوتيوب:

منصة قوية للمقاطع المرئية الطويلة، مثل المحاضرات، والخطب، ودروس التفسير، وتتيح أيضاً نشر المقاطع القصيرة (shorts). يمكن للمؤسسات الدعوية والدعاة إنشاء قنوات في هذه المنصة لنشر محتوى مرئي يستطيع الجمهور العالمي الوصول إليه في أي وقت.

الرابط: <https://www.youtube.com/>

نصائح لاستخدامه:

- || إنتاج محتوى دعوي مرئي عالي الجودة، مثل مقاطع مرئية توضح العقيدة الإسلامية، أو تفسر القرآن الكريم، أو تشرح الأحاديث والسيرة النبوية.
- || تنظيم سلاسل برامج دعوية، بإنتاج حلقات متسلسلة حول مواضيع محددة؛ مثل «أحكام الصلاة» أو «فضائل الصيام».
- || نشر مقاطع مرئية قصيرة وجذابة؛ لتلخيص مواضيع دينية، أو تقديم نصائح يومية تهتم المسلم.
- || البث المباشر للتفاعل مع الجمهور، ويمكن أن يكون على هيئة جلسات أسئلة

وأجوبة حول مواضيع دينية، أو نقاشات دينية حية، بشرط ألا يقوم بذلك إلى من هو أهل له.

|| استخدام الكلمات الدلالية (SEO)، باختيار العناوين والكلمات المفتاحية المناسبة؛ لتحسين ظهور المقاطع في نتائج البحث.

|| نشر مقاطع تعليمية تفصيلية؛ لشرح كيفية أداء العبادات، وأحكام الفقه، أو تلاوة القرآن الكريم، وغير ذلك.

|| الاهتمام بالتفاعل مع تعليقات المتابعين، والرد على أسئلة المشاهدين؛ لتعزيز التفاعل، وبناء علاقة قوية مع الجمهور.

|| التعاون مع مؤثرين في المجال الدعوي؛ بتنظيم لقاءات، أو إنتاج عمل مشترك مع دعاة معروفين لزيادة الانتشار.

|| التركيز على بناء مجتمع متابعين للقناة، من خلال تعزيز النقاشات في التعليقات، أو إنشاء مجموعات على منصات التواصل الأخرى.

|| تنظيم مسابقات دعوية عبر القناة؛ مثل مسابقات حفظ القرآن الكريم، أو تحديات نشر محتوى دعوي على منصات التواصل المختلفة.

|| متابعة الإحصاءات لفهم نوعية المقاطع التي تحقق أكبر تفاعل والعمل على تحسينها.

|| الاستفادة من المناسبات الإسلامية، مثل رمضان، والحج، والعيدين، ونشر محتوى خاص بها، وتوجيه المسلمين لكيفية الاستفادة من هذه المناسبات على أكمل وجه.

02 إنشاء المحتوى الرقمي

هناك مجموعة من الأمور التي ينبغي مراعاتها في عملية إنشاء المحتوى الرقمي، ومن أهمها:

01 معرفة كيفية إنشاء محتوى جذاب:

|| المقاطع المرئية:

لإنشاء مقاطع مؤثرة، يجب التركيز على المحتوى القِيم الذي يلبي احتياجات الجمهور المستهدف. يمكن استخدام قصص، أو شهادات، أو تعليمات واضحة ومباشرة في المقطع لجعل المحتوى أكثر جذبًا. من المهم أيضًا أن تكون المقاطع قصيرة وجذابة، خاصة على منصات مثل إنستغرام ويوتيوب.

|| المدونات/ المواقع الإلكترونية:

تعتمد المدونات الجذابة على كتابة مقالات مفيدة، وتوفير معلومات وإجابات عن الأسئلة الشائعة، أو حل مشكلات الجمهور المستهدف، مع استخدام عناوين ملفتة، وصور جذابة، إضافة إلى تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) لزيادة الوصول والانتشار.

|| الرسوم البيانية (Infographics):

الرسوم البيانية وسيلة فعالة لنقل المعلومات المعقدة بشكل ميسر وسريع، ويمكن استخدامها لتقديم إحصائيات، أو خطوات عملية بشكل مرئي يجعلها أكثر سهولة للفهم والمشاركة.

02 استخدام أدوات تحرير الفيديو والصور لإنتاج محتوى ذي جودة عالية:

تُستخدم برامج مثل Adobe Premiere Pro وFinal Cut Pro لإنتاج مقاطع مرئية عالية الجودة، إذ توفر هذه الأدوات ميزات تحرير متقدمة؛ مثل تصحيح الألوان، وإضافة التأثيرات البصرية والصوتية، وتحسين جودة الصوت، مما يجعل المقاطع أكثر احترافية وجاذبية.

كما تستخدم برامج مثل Canva في عملية التصميم الجرافيكي عبر الإنترنت، حيث تسمح بإنشاء محتوى بصري جذاب بسهولة.

03 إدارة الحسابات على المنصات بشكل فعال:

هناك مجموعة من الأمور التي ينبغي مراعاتها في إدارة الحسابات لتحقيق النتائج المرجوة، ومن أهمها:

- || تحديد الأهداف الرئيسة لكل حساب على وسائل التواصل الاجتماعي.
- || تحديد الجمهور المستهدف (مثل: الشباب، أو النساء، أو الباحثين عن المعرفة، وغير ذلك) لاختيار ما يناسبهم من رسائل ووسائل.
- || يجب أن يكون المحتوى ملائماً لطبيعة كل منصة، فعلى سبيل المثال، يجب أن يكون المحتوى على تويتر قصيراً ومباشراً، بينما يمكن أن يكون المحتوى على يوتيوب أكثر تفصيلاً.
- || استخدام أدوات مثل Facebook Insights وTwitter Analytics لفهم تفاعل الجمهور مع المحتوى، وتحديد الأنماط الشائعة، وتكييف الخطط والإستراتيجيات بناءً على البيانات المتاحة.

04 الاستفادة من أدوات جدولة المنشورات:

هناك مجموعة من الأدوات مثل Hootsuite أو Buffer توفر خدمة جدولة المنشورات، فينبغي استخدامها لضمان نشر المحتوى في الأوقات الأكثر نشاطاً عند الجمهور المستهدف، مما يزيد من فرص الوصول والتفاعل.

تتيح هذا الأداة جدولة المنشورات على مختلف منصات التواصل الاجتماعي في وقت واحد، مما يوفر الوقت والجهد ويضمن النشر المستمر للمحتوى.
الرابط: <https://www.hootsuite.com>.



المميزات ونصائح الاستخدام:

- || تحديد الأوقات المناسبة لنشر المحتوى الدعوي تلقائياً.
- || التحكم في جميع حسابات التواصل الاجتماعي من منصة واحدة.
- || متابعة التفاعل وتحليل أداء المنشورات الدعوية.
- || الرد على التعليقات والرسائل عبر جميع المنصات من مكان واحد.
- || العمل مع فريق دعوي لإدارة المحتوى والتفاعل.
- || متابعة الوسوم الإسلامية الرائجة والمشاركة في النقاشات.
- || استخدام التحليلات لتحسين المحتوى الدعوي بناءً على البيانات.
- || جدولة حملات دعوية متكاملة في أوقات المناسبات الإسلامية.
- || مراقبة أداء الحسابات الدعوية المشابهة للتعلم وتحسين الأداء.
- || إدارة الإعلانات المدفوعة، من خلال مراقبة وتحسين إستراتيجيات الإعلانات الدعوية.

أداة فعالة للدعاة الذين يرغبون في تنظيم حملاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة أكثر كفاءة لتحقيق أكبر تأثير ممكن، حيث تساعد في تنظيم ونشر المحتوى الدعوي بفعالية، وزيادة التفاعل من الجمهور.

الرابط: <https://buffer.com>



المميزات ونصائح الاستخدام:

- || نشر المنشورات الدعوية تلقائياً في الأوقات المناسبة.
- || إدارة جميع حسابات التواصل الاجتماعي في مكان واحد.
- || تتبع وتحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى الدعوي.
- || جدولة وتنظيم الحملات الدعوية المتكاملة.
- || التعاون مع فريق الدعوة في إدارة المحتوى وجدولة المنشورات.
- || استخدام التحليلات لتطوير وتحسين خطط وإستراتيجيات الدعوة.
- || متابعة الرسائل الواردة من الجمهور على جميع المنصات والرد عليها.
- || الحصول على تقارير مفصلة لأداء المحتوى الدعوي.

05 التفاعل المستمر:

ينبغي الاهتمام بالرد على التعليقات والرسائل الخاصة بانتظام، والتفاعل مع المتابعين بشكل إيجابي لتعزيز الثقة وبناء مجتمع قوي ومشارك.



أمن المعلومات

03

01 الوعي بأهمية حماية البيانات الخاصة والمعلومات الحساسة:

البيانات الخاصة -مثل الأسماء، والعناوين، وأرقام الهواتف، وتفاصيل الحسابات البنكية- معلومات حساسة يمكن استخدامها لإلحاق الأذى بالأفراد أو المؤسسات إذا وقعت في أيدي مؤذية أو غير آمنة، فيجب توعية الأفراد والمؤسسات بأهمية الحفاظ على خصوصية هذه البيانات، وعدم مشاركتها إلا في حالات الضرورة القصوى.

تتضمن حماية البيانات تجنب الوقوع ضحية للهجمات الإلكترونية -مثل التصيد الاحتيالي (Phishing)- حيث يقوم المهاجمون بخداع الضحايا لإعطاء معلوماتهم الشخصية عبر مواقع مزيفة، فينبغي تدريب الأفراد على كيفية التعرف على الرسائل المشبوهة، وتجنب فتح الروابط أو المرفقات الآتية من مصادر غير موثوقة.



02 المبادئ الأساسية للأمن السيبراني لحماية الحسابات والمعلومات من الاختراقات:

استخدام كلمات مرور قوية: يجب تشجيع الأفراد على استخدام كلمات مرور قوية ومعقدة؛ تتضمن حروفًا كبيرة وصغيرة، وأرقامًا، ورموزًا خاصة. بالإضافة إلى ذلك، ينبغي تغيير كلمات المرور بانتظام، وتجنب إعادة استخدامها عبر حسابات متعددة.



كيفية إنشاء كلمة مرور قوية:

استخدام حروف كبيرة وصغيرة: مثل E و x.

إضافة أرقام: مثل ٨ و ٩.

إضافة رموز خاصة: مثل \$ و !.

تنوع الأحرف والرموز لجعل الكلمة معقدة وغير قابلة للتخمين بسهولة.

من المهم أيضًا أن تكون كلمة المرور طويلة بما فيه الكفاية، بحيث لا تقل عن ١٢ حرفًا، وأن تكون فريدة لكل حساب تستخدمه لتقليل مخاطر القرصنة.

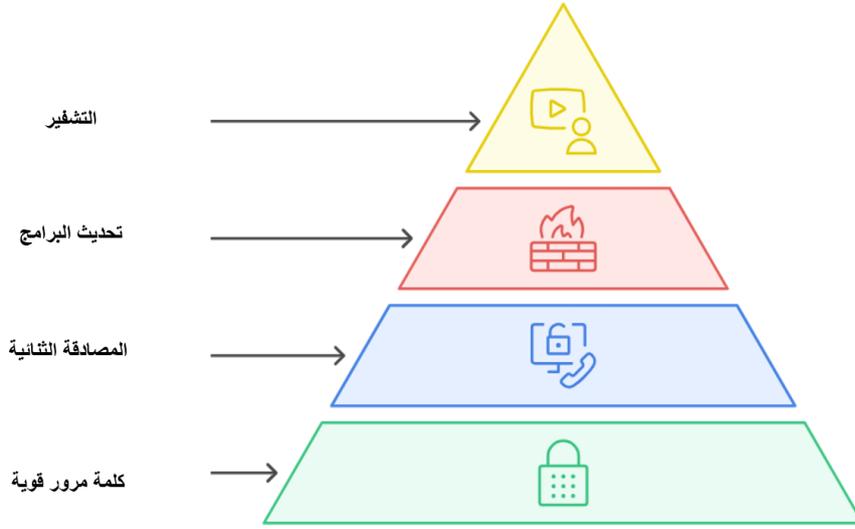
المصادقة الثنائية (Two-Factor Authentication): يتطلب هذا النوع من المصادقة تقديم معلومة إضافية - بجانب كلمة المرور - ليتمكن الوصول إلى الحساب؛ مثل رمز يُرسل إلى الهاتف المحمول. فتفعيل المصادقة الثنائية على الحسابات يزيد من مستوى الأمان، عن طريق إضافة طبقة إضافية من الحماية.

التحديث: يجب تحديث جميع البرامج وأنظمة التشغيل بانتظام؛ لتعزيز الأمان، وضمان أن تكون البرامج والأنظمة محمية من الثغرات الأمنية التي يمكن أن يستغلها المهاجمون.

التشفير (Encryption): استخدام تقنيات التشفير لحماية البيانات أثناء نقلها وعند تخزينها يساعد في منع الوصول غير المصرح به، ويمكن استخدام التشفير لحماية الاتصالات عبر البريد الإلكتروني، والمستندات الحساسة.

الكفاية السادسة

الكفايات التقنية في العمل الدعوي



إدارة المواقع الإلكترونية

04

01 إنشاء وإدارة المواقع الإلكترونية المتخصصة في المحتوى الدعوي:

إنشاء المواقع الإلكترونية: يتطلب إنشاء موقع إلكتروني معرفة بأساسيات تصميم الويب وبرمجته، ويمكن للداعية استخدام منصات مثل WordPress توفر واجهات سهلة الاستخدام لبناء مواقع إلكترونية دون الحاجة إلى معرفة برمجية متقدمة، حيث تتضمن هذه المنصات قوالب جاهزة، يمكن تخصيصها لتناسب الهدف الدعوي للموقع، سواء كان ذلك بنشر مقالات، أو تحميل دروس مرئية، أو تقديم نصائح دينية.



WordPress: منصة مفتوحة المصدر لإنشاء وإدارة المواقع الإلكترونية، تتيح تخصيص الموقع وفقاً لاحتياجات الداعية، بما يمكنه من نشر المقالات والمواد الدعوية ببسر وسهولة.

الرابط: <https://wordpress.org/>

نصائح لاستخدامه:



- || اختيار القالب المناسب لتوفير تجربة مستخدم جيدة.
- || استخدام الإضافات الضرورية لتحسين الأداء والأمان وتحسين محركات البحث.
- || تحسين الأداء عبر ضغط الصور وتفعيل التخزين المؤقت.
- || التحديثات الدورية للحفاظ على أمان الموقع وأدائه.
- || النسخ الاحتياطي المنتظم لتجنب فقدان البيانات.

إدارة المحتوى: بعد إنشاء الموقع، يتطلب الأمر إدارة مستمرة للمحتوى لضمان تحديثه وجاذبيته، ويشمل ذلك إضافة مقالات جديدة، وتحديث المقاطع، والإجابة على تعليقات الزوار. يجب أن يكون المحتوى متنوعًا وجذابًا، مما يعزز من تفاعل الزوار، ويزيد الوقت الذي يقضونه في الموقع.

02 فهم الأساسيات المتعلقة بتحسين محركات البحث (SEO) لزيادة

02

ظهور الموقع في نتائج البحث:

يتطلب تحسين محركات البحث (SEO) فهمًا لكيفية عمل محركات البحث مثل Google، وتصميم الموقع الإلكتروني بطريقة تجعل المحتوى يظهر في النتائج الأولى للبحث، ويشمل ذلك استخدام الكلمات المفتاحية المناسبة، وإعداد عناوين وصفية، وصفحات ميتا، وتحسين سرعة تحميل الموقع.

نصائح لاستخدامها:



- || اختيار كلمات مفتاحية دقيقة ومناسبة لمجال المحتوى.
- || كتابة محتوى شامل وجذاب يلبي احتياجات الجمهور.
- || تحسين سرعة تحميل الموقع؛ باستخدام تقنيات متعددة، مثل ضغط الصور، واستخدام CDN.
- || التأكد من أن الموقع متوافق تمامًا مع الأجهزة المحمولة.

- ||| بناء روابط ذات جودة عالية من مواقع موثوقة لزيادة «سلطة» الموقع.
- ||| تحسين عناوين الصفحات والوصف (Meta Descriptions) بالكلمات المفتاحية.
- ||| اختيار تصميم سهل الاستخدام يوفر تنقلاً سلساً بين الصفحات.
- ||| تنظيم روابط داخلية لتحسين التنقل بين الصفحات وتعزيز ترتيب الصفحات.
- ||| تحسين SEO المحلي: تسجيل الموقع في Google My Business وتشجيع المراجعات المحلية.
- ||| استخدام أدوات مثل Google Analytics لتحليل البيانات وتحسين الأداء.



05 التسويق الرقمي

01 فهم أساسيات التسويق عبر الإنترنت للوصول إلى جمهور أوسع:

يتطلب التسويق الرقمي فهماً شاملاً للطرق التي يمكن من خلالها الوصول إلى الجمهور المستهدف عبر الإنترنت، وهذا يشمل إستراتيجيات مثل التسويق بالمحتوى، حيث يتم إنشاء محتوى قيّم يجذب الزوار، ويشجعهم على التفاعل مع المحتوى، كما يتضمن استخدام أدوات مثل البريد الإلكتروني؛ للتسويق، وتقديم الأخبار والتحديثات مباشرة للجمهور المستهدف.

التواجد الفعال على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستغرام، ولينكد إن، جزء أساسي من إستراتيجية التسويق الرقمي، وهذا يتطلب معرفة كيفية إنشاء وإدارة الحسابات على هذه المنصات، بالإضافة إلى إنتاج محتوى يناسب طبيعة كل منصة، ويجذب اهتمام المتابعين.

02 استخدام الإعلانات المدفوعة على المنصات الرقمية

لزيادة الوصول إلى المحتوى:

يمكن استخدام الإعلانات المدفوعة على منصات مثل فيسبوك وإنستغرام، للوصول إلى جمهور أوسع بطريقة منظمة. تتيح هذه الإعلانات اختيار الفئة العمرية، والموقع الجغرافي، والاهتمامات؛ لضمان وصول المحتوى إلى الأشخاص الأكثر اهتماماً.

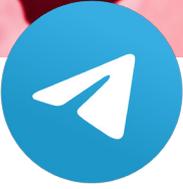
|| إعلانات جوجل (Google Ads): تعتبر إعلانات جوجل وسيلة فعالة لزيادة الظهور في نتائج البحث، وللإعلان عن محتوى محدد. تتيح هذه الإعلانات استهداف الكلمات المفتاحية التي يبحث عنها المستخدمون، مما يزيد من احتمالية ظهور المحتوى في النتائج الأولى لمحركات البحث.

|| استخدام الإعلانات المدفوعة على منصات -مثل يوتيوب- يمكن أن يكون فعالاً للغاية في جذب الانتباه، وتوجيه المستخدمين إلى محتوى دعوي محدد.



التواصل عبر التطبيقات

06



01 استخدام التطبيقات مثل واتساب وتلغرام:

تتيح هذه التطبيقات التواصل المباشر مع الأفراد والجماعات، مما يسهل من عملية الدعوة والإرشاد.

واتساب (WhatsApp):

يستخدم للتواصل المباشر وإدارة المجموعات، مما يتيح التواصل الفوري والفعال مع الجمهور. استخدام «واتساب» في الدعوة الإسلامية يمكن أن يكون أداة قوية ومؤثرة إذا طبقت إستراتيجيات فعالة ومدروسة.

الرابط [/https://www.whatsapp.com](https://www.whatsapp.com)

وفيما يلي ملخص لأهم الأفكار التي تساعد في جذب جمهور أكبر وزيادة التأثير الدعوي عبر الواتساب:

- || إنشاء مجموعات لنشر النصائح الدينية والآيات والأحاديث.
- || إرسال محتوى دعويّ يومي؛ مثل النصائح، والأدعية، والأذكار.
- || تقديم استشارات دينية، والرد على استفسارات المتابعين مباشرة، بشرط أن يقوم بذلك أشخاص مؤهلون.
- || إرسال مقاطع مرئية وصوتية وكتب إلكترونية.

- || استخدام قوائم البث؛ لإرسال محتوىٍ دعويٍّ لعدد كبير من الأشخاص في وقت واحد.
- || إرسال دروس ومحاضرات صوتية قصيرة.
- || مشاركة مواعيد الصلوات والمناسبات الدينية مع المتابعين.
- || تنظيم مسابقات دينية؛ مثل تحديات حفظ القرآن الكريم والسنة النبوية.

تِلغرام (Telegram):

منصة شبيهة بالواتساب، لكنها تقدم ميزات إضافية؛ مثل إدارة مجموعات أكبر، ومشاركة ملفات متعددة. يمكن أن تكون «تلغرام» أداة قوية ومؤثرة في الدعوة، إذا طُبِّقت إستراتيجيات فعالة ومدروسة.

الرابط [/https://telegram.org](https://telegram.org)

وفيما يلي ملخص لأهم الأفكار التي تساعد في جذب جمهور أكبر وزيادة التأثير الدعوي عبر تلغرام:

- || إنشاء قنوات دعوية لنشر الدروس الدينية (كالتفسير، والفقه، وشروح الحديث)، والمحتوى الإسلامي الموثوق.
- || توفير منصات للنقاشات الدينية والإجابة عن الأسئلة الفقهية.
- || تنظيم دورات تعليمية في مختلف العلوم الشرعية.
- || تطوير بوتات دعوية لإرسال آيات قرآنية، وأحاديث نبوية، أو تقديم فتاوى.
- || مشاركة الملفات لنشر أبحاث وكتب إلكترونية، أو محاضرات صوتية، أو مقاطع مرئية.
- || إلقاء محاضرات مباشرة، وتنظيم جلسات أسئلة وأجوبة حية.
- || نشر معلومات حول المناسبات الدينية ومواعيد الصلاة.
- || تقديم استشارات دينية ودعم إيماني عبر الرسائل الخاصة، بشرط أن يقوم بذلك متخصصون مؤهلون.

02 التفاعل عبر البث المباشر

- || استخدام أدوات البث المباشر: تتيح أدوات مثل Facebook Live و YouTube Live للدعاة التفاعل مع الجمهور في الوقت الحقيقي، مما يعزز من التفاعل والمشاركة.

|| استخدام التطبيقات التي تساعد في إدارة الوقت: تساعد أدوات مثل Trello و Asana في تنظيم المهام وإدارة الوقت بكفاءة، مما يساعد الدعاة على تحقيق أهدافهم بشكل منظم.

|| **تريلو Trello:**

يساعد في إدارة المشاريع والمهام من خلال لوحات العمل التفاعلية.

يمكن أن يكون «Trello» أداة قوية ومؤثرة في الدعوة، إذا طُبِّقت إستراتيجيات فعالة ومدروسة، وهذه مجموعة من أهم الأفكار التي تساعد في جذب جمهور أكبر وزيادة التأثير الدعوي عبر هذه الأداة:

|| إنشاء بطاقات وقوائم لتخطيط وإدارة المحتوى (دروس، مقالات، فيديوهات).

|| متابعة تقدم المبادرات الدعوية مثل الحملات، الدورات، والمسابقات.

|| توزيع المهام على الفريق الدعوي، مثل إعداد المواد أو نشرها.

|| تسهيل التعاون بين فريق الدعوة من خلال إضافة تعليقات وتحديثات على البطاقات.

|| استخدام التواريخ النهائية لتحديد مواعيد نشر المحتوى الديني.

|| تتبع تقدم المشاريع وتقييم الأداء الدعوي.

|| دمج Trello مع أدوات مثل Google Drive لنشر المحتويات الدعوية بسهولة.

|| تلقي إشعارات حول المواعيد النهائية للأنشطة الدعوية والمحتوى.

الرابط: <https://trello.com/>

استخدام الذكاء الاصطناعي (AI) في الدعوة

مع النمو المتسارع في استخدام الذكاء الاصطناعي في شتى المجالات، صار من الضروري أن يستفيد الدعاة من هذه التقنية في الدعوة إلى الله، ولكن لا بد هنا من التأكيد على أمر بالغ الأهمية، وهو أن استخدام الذكاء الاصطناعي لا بد أن يخضع لرقابة بشرية من الداعية، فقد يقدّم الذكاء الاصطناعي معلومات خاطئة أو مغلوطة، فلا ينبغي الركون إلى كل ما يصدر منه.

وفيما يلي مجموعة من المجالات التي يمكن للدعاة توظيف الذكاء الاصطناعي فيها:

01 تحليل البيانات وفهم الجمهور:

استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة: يمكن للدعاة الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات كبيرة من البيانات المستمدة من وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية. يتيح هذا التحليل فهم اهتمامات واحتياجات الجمهور بشكل أعمق وأكثر دقة، مما يساعد في تصميم حملات دعوية تلبي احتياجات الفئات المستهدفة بشكل أفضل.

تخصيص المحتوى الدعوي: من خلال الاستفادة من تحليلات الذكاء الاصطناعي، يمكن تخصيص المحتوى الدعوي ليتناسب مع اهتمامات واحتياجات فئات معينة من الجمهور. على سبيل المثال، يمكن تعديل الرسائل الدعوية لتناسب فئة الشباب الذين يهتمون بالقضايا العصرية، أو فئة النساء المهتمات بقضايا الأسرة.

02 إنتاج المحتوى الذكي:

إنشاء نصوص تلقائية ومقترحات لمواضيع دعوية: باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مثل GPT-4، يمكن إنشاء نصوص تلقائية، أو اقتراح مواضيع دعوية، استنادًا إلى تحليل التوجهات الحالية. يساعد هذا الأمر في إنتاج محتوى يتماشى مع اهتمامات الجمهور، ويسهم في نشر الرسائل الدعوية بشكل أوسع.

تحسين جودة المقاطع المرئية والصوتية: يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المقاطع المرئية والصوتية، من خلال التحرير التلقائي، وإضافة تأثيرات احترافية.

03 الدردشة الذكية والتواصل مع الجمهور:

استخدام برامج الدردشة (Chatbots): برامج الدردشة المبنية على الذكاء الاصطناعي -مثل ChatGPT- أدوات قوية للرد على استفسارات الجمهور بشكل فوري وعلى مدار الساعة، ويمكن لهذه البرامج أن تقدم إجابات سريعة ودقيقة عن الأسئلة الدينية، وأن توفر إرشادًا فعالًا. يمكن أن يكون «ChatGPT» أداة قوية ومؤثرة في الدعوة، إذا طُبِّقت إستراتيجيات فعالة ومدروسة، ومن صور هذا الاستخدام:

تقديم ردود على الأسئلة الدينية.

كتابة مقالات، ونصائح دينية، أو رسائل دعوية للاستخدام على المنصات المختلفة.

المساعدة في تفسير آيات القرآن الكريم وشرح الأحاديث النبوية.

مراجعة وتصحيح المحتوى الدعوي المكتوب لضمان الدقة والوضوح.

تقديم أفكار مبتكرة لحملة دعوية أو أنشطة تفاعلية.

المساعدة في إعداد مَسَوِّدات خطب الجمعة والدروس الدينية.

توفير شرح مُيسَّر للمفاهيم الدينية لمساعدة المتعلمين.

تقديم نصائح وخطط لتنظيم وإدارة المبادرات الدعوية بشكل فعال.

الرابط [/https://openai.com/](https://openai.com/)

04 التعليم والتدريب:

- ينبغي توجيه العاملين في مجال التعليم والتدريب لاستخدام منصات تعليمية مدعومة بالذكاء الاصطناعي، حيث يمكن لهذه المنصات أن تُخصّص المحتوى التعليمي بناءً على مستوى المعرفة واهتمامات المستخدم، مما يسهّل التعلم الشخصي للداعية، ويزيد من فعالية العملية التعليمية. فعلى سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي تقديم توصيات دراسية مخصصة، وإعداد اختبارات تقييمية تفاعلية، وتقديم تعليقات فورية للمستخدمين؛ لتحسين تجربتهم التعليمية، وتعزيز فهمهم للمحتوى الدعوي.
- يُساعد استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم الدعاة على تقديم دروس ودورات فعّالة، تتناسب مع احتياجات كل مستخدم، سواء كان مسلماً جديداً، أو مسلماً أصلياً؛ مبتدئاً كان أو طالب علم.
- يمكن للمنصات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تحليل البيانات؛ لتحديد نقاط القوة والضعف لدى المتعلمين، مما يساعد في تصميم برامج تعليمية مخصصة لتحسين التعلّم والفهم.
- يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنشاء بيئات تعليمية تفاعلية، تعزز من مشاركة المتعلمين، وتشجعهم على استكشاف المفاهيم الدينية بطرق مبتكرة وجذابة، مثل الواقع الافتراضي أو المعزّز.



من منصات التعليم المدعومة بالذكاء الاصطناعي، وتتيح تقديم دورات مخصصة تعتمد على مستوى المعرفة والاهتمامات الشخصية للمتعلمين:

|| منصة Coursera، ورابطها: [/https://www.coursera.org](https://www.coursera.org)

|| منصة Khan Academy، ورابطها: [/https://www.khanacademy.org](https://www.khanacademy.org)

05 التنبؤ بالتوجهات وتخطيط الحملات الدعوية:

يمكن للدعاة الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات، والتنبؤ بالتوجهات المستقبلية، مما يساعدهم في تخطيط حملات دعوية أكثر فعالية، وتخصيص الرسائل بشكل يتناسب مع الجمهور المستهدف، مما يساعد في تحقيق تأثير أكبر، والوصول إلى جمهور أوسع، بطرق مبتكرة ومدروسة.

|| استخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالتوجهات: يساعد تحليل البيانات بواسطة الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالتوجهات الاجتماعية والدعوية، مما يُمكن من تخطيط حملات دعوية فعالة تعتمد على البيانات السابقة.

|| تحسين الإستراتيجيات الدعوية: يمكن تحسين الإستراتيجيات الدعوية بشكل مستمر من خلال تحليل التفاعل مع المحتوى، وتقويم الأداء باستخدام أدوات التحليل المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

أمثلة على أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التنبؤ وتخطيط الحملات:



Google Trends: تُستخدم هذه الأداة لتحليل اتجاهات البحث، ومعرفة المواضيع الشائعة، وما يبحث عنه الناس بشكل مستمر، ويمكن أن تكون أداة قوية ومؤثرة في الدعوة، إذا استُخدمت وفق إستراتيجيات فعالة ومدروسة.

وفيما يلي ملخص لأهم الأفكار التي يساعد تطبيقها بواسطة هذه الأداة في جذب جمهور أكبر، وزيادة التأثير الدعوي:

- || تحليل اهتمامات الجمهور، ومعرفة أكثر الموضوعات الدينية التي يُبحث عنها، مثل رمضان، أو الحج، أو الفتاوى.
- || تحديد الأوقات التي يزيد فيها البحث عن مواضيع إسلامية، واستهدافها بنشر المحتوى الدعوي فيها.
- || استكشاف كلمات مفتاحية يكثر البحث عنها، واستخدامها في المحتوى الدعوي؛ لتحسينه وتوجيه الجمهور إليه.
- || مواكبة المناسبات الدينية -مثل رمضان والحج والعيدين- برصد ارتفاع عمليات البحث عن المحتوى الدعوي، والاستفادة من فرص نشر المحتوى فيها.
- || مقارنة الاهتمامات الجغرافية، لمعرفة أكثر المناطق اهتمامًا بالمواضيع الإسلامية؛ واختيار المواضيع الدعوية بناءً على ذلك.
- || متابعة الاتجاهات العالمية، ورصد زيادة أو انخفاض الاهتمام بمواضيع إسلامية معينة عالميًا لتعديل الإستراتيجية.
- || تحديد الأفكار الدعوية من خلال اكتشاف اتجاهات البحث الجديدة التي يمكن تحويلها إلى مبادرات دعوية فعالة.
- || تحليل تأثير المحتوى، وقياس تأثير الحملات الدعوية، عبر متابعة تغيرات البحث في أوقات زمنية مختلفة.

الرابط: <https://trends.google.com/trends>

HubSpot 

توفر هذه الأداة ميزات تحليل متقدم؛ لتحديد الاتجاهات، وتحليل التفاعل مع المحتوى، ويمكن استخدامها لتخطيط حملات دعوية فعالة، بناءً على البيانات المستمدة من الجمهور.

الرابط: <https://www.hubspot.com>

06 تقديم الاستشارات والشخصيات الافتراضية:

- تطوير شخصيات افتراضية مدعومة بالذكاء الاصطناعي: يمكن لهذه الشخصيات تقديم المقاطع الدعوية في بيئات افتراضية .
- توفير استشارات فردية باستخدام نظم الذكاء الاصطناعي: يمكن لهذه النظم تقديم استشارات تأخذ في الاعتبار الجوانب الشخصية والثقافية للمستخدم، مما يزيد من فعالية وملاءمة النصائح المقدمة.

أمثلة على الشخصيات الافتراضية:



هناك بعض الشخصيات الافتراضية التي طُوِّرت لاستخدامات مختلفة، مثل Replika، وهي شخصية افتراضية مصمَّمة لتكون صديقة للمستخدم، وتقدم الدعم العاطفي. يمكن تكييف هذا النوع من الشخصيات لتقديم استشارات دينية، وتوجيهات للمستخدمين المسلمين، مع التأكيد على أن مثل هذا لا بد أن يكون تحت إشراف ورقابة متخصصين، للتأكد من صحة الاستشارات والتوجيهات، وسلامتها من الناحية الشرعية.

الرابط: <https://replika.ai>

التحديات والفرص المستقبلية للدعوة في العصر الرقمي

08

في ظل التقدم التكنولوجي السريع والثورة الرقمية، تواجه الدعوة الإسلامية تحديات وفرصاً كبيرة في الوقت نفسه، ومن أهم هذه التحديات والفرص:

01 التحديات:

- || **التحديات التكنولوجية:** يواجه الدعاة صعوبة في مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة، حيث يتطلب الأمر مهارات تقنية متقدمة لإدارة الحملات الدعوية عبر الإنترنت بكفاءة، بالإضافة إلى القدرة على استخدام الأدوات المتطورة لتحليل البيانات وتحسين إستراتيجيات الدعوة.
- || **التحديات الأمنية:** تحقيق الأمن السيبراني من التحديات الرئيسية، حيث تتعرض البيانات الحساسة، مثل المعلومات الخاصة للمستخدمين، والبيانات الدعوية، لخطر الاختراق؛ فيجب على الدعاة أن يكونوا على دراية بالتقنيات اللازمة لحماية البيانات وضمان سرية المعلومات.
- || **تحدي الموثوقية:** مع انتشار المعلومات على الإنترنت، يصبح من الصعب التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، وتحتاج الجهات الدعوية إلى الحفاظ على مصداقيتها، والعمل على تقديم محتوى موثوق ومتجدد يجذب انتباه الجمهور.

02 الفرص:

- || تتيح التّقنيات الرقمية للدعاة الوصول إلى جمهور أوسع من أي وقت مضى، ويمكن للدعوة الإلكترونية أن تصل إلى مختلف الفئات العمرية، وإلى الثقافات المتنوعة في جميع أنحاء العالم، مما يوسع نطاق الدعوة الإسلامية وتأثيرها.
- || توفر المنصات الرقمية -مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات المقاطع المرئية- فرصًا للتفاعل المباشر مع الجمهور، مما يُسهّل الحوار، والإجابة عن الأسئلة، وتقديم الإرشادات بشكل فوري.
- || يمكن لتقنيات مثل الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات، وفهم اهتمامات الجمهور أن تساعد الدعاة في تخصيص رسائلهم لتلبية احتياجات فئات محدّدة من الجمهور، مما يعزز من فعالية الدعوة.
- || من خلال استخدام التحليلات الرقمية والأدوات التّقنية، يمكن تحسين إستراتيجيات الدعوة، وتحديد المحتوى الأكثر جذبًا وفعالية، وتقديم رسائل دعوية تلبي اهتمامات الجمهور بطرق مبتكرة وجذابة.



هدف الكفاية

إكساب المتدربين المعلومات
والمهارات والاتجاهات اللازمة
للاتصال والحوار الدعوي
الاحترافي



01 مدخل إلى الاتصال

02 عوائق الاتصال ومحسناته

03 الحوار الدعوي ولفة الجسد

04 المهارات الأساسية للحوار الناجح

05 أنواع الشخصيات في الاتصال

06 التواصل مع الثقافات المختلفة

07 مهارات التحدث الفعال

08 مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور

09 تعامل الداعية مع الاختلاف



مدخل إلى الاتصال 01

01 تعريف الاتصال

هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها مستقبِل ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية معينة، أو معنى مجرداً أو واقعاً معيناً.

فالاتصال (بعبارات الترحيب على سبيل المثال) يتضمن:

أنشطة ذهنية: لأن كلا من الطرفين سيتذكر كلمة مرحباً.

أنشطة معرفية: لأن كلا منهما يعرف الكلمة ومعناها.

أنشطة ثقافية: لأن كلا منهما يستخدم لغة، وتعد هذه اللغة جزءاً هاماً من ثقافتهما.

أنشطة نفسية: لأن تبادل التحية يعد تفاعلاً اجتماعياً.

02 المرجع في مهارات الاتصال

مرجع الدعاة إلى الله في مهارات الاتصال هو نبينا محمد ﷺ؛ الذي زكاه الله سبحانه وتعالى بقوله: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ٤﴾ [القلم: ٤]، والذي شهد له أعداؤه قبل أتباعه بحس الخلق والتعامل،

ولما سئل ابن القيم رحمه الله: ما هو الدين؟ قال: «هو توحيد الحق سبحانه وتعالى، وحسن التعامل مع الخلق».

03 أساليب الاتصال

■ أسلوب العدوان واللوم:

يميل الشخص الذي يستخدم هذا الأسلوب إلى أن يتصرف مع الآخرين دائماً مستخدماً لهجة الطلب، وإلى أن يحقق الفوز والسيطرة في علاقاته دائماً.

■ أسلوب الاسترضاء وعدم الجزم:

يحاول الأشخاص الذين يتخذون هذا الأسلوب استسماح الآخرين، وإنكار ذواتهم، وهم نادراً ما يرفضون أمراً. ويتميز أسلوب الاسترضاء بأن صاحبه لا يستطيع أن يتخذ قراراً في مسألة معينة أو يبيت في أمر ما.

■ الأسلوب العقلي:

يعتمد أصحاب هذا الأسلوب على المعالجة العقلية، وهذا يستلزم منهم الهدوء والرصانة والالتزان، وإخفاء المشاعر.

■ الأسلوب الملتوي أو الاحتكاري:

يتميز أصحابه بعدم الاندماج في المواقف، وشعارهم ابتعد عن المواقف المهددة، وهم يحققون ذواتهم من خلال تحاشي الأطراف غير المريحة، وعندما لا يستطيعون ذلك يتبعون الأسلوب الملتوي.

■ الأسلوب الواضح أو المباشر:

يتميز أصحابه بالتعبير عن وجهات النظر الخاصة بهم في المواقف المختلفة، حتى وإن كانت تختلف عن وجهات نظر الآخرين، ويعتمدون على مبدأ الاحترام، ويتجنبون الاختلاف المقصود لأجل الاختلاف.

04 عناصر الاتصال

|| المرسل

هو منشئ الرسالة، وقد يكون شخصًا واحدًا أو أكثر من شخص يرسلون الرسالة في الوقت نفسه.

|| المستقبل

وهو الذي يتلقى الرسالة، وقد يكون فردًا أو جماعة أو حتى منظمة كبرى. وقد يتحول المرسل إلى مستقبل، والعكس.

|| الرسالة

هي المضمون والفكرة التي يراد إيصالها للمتلقي، وهي جوهر عملية الاتصال.

|| الوسيلة أو القناة الحاملة للرسالة

هي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل والمستقبل.

|| رجع الصدى

هو رد الفعل الذي يبديه المتلقي استجابة لما يكون المرسل قد أرسله من معلومات.

|| بيئة الاتصال والسياق الذي يتم فيه

يعنى هذا الجو العام المتمثل في المحيط النفسي والمادي الذي يحدث فيه الاتصال. وتشمل البيئة المواقف والمشاعر والتصورات والعلاقات بين المتصلين، وكذلك خصائص المكان مثل: سعته، وألوانه، وترتيبه، ودرجة الحرارة فيه.

02 عوائق الاتصال ومحسناته

هناك العديد من العوائق التي تؤدي إلى فشل عملية الاتصال بين الأطراف أو تقليل فوائدها، ومن أجل تحسين عملية الاتصال فلا بد من التغلب على هذه العوائق وتجاوزها. وتتمثل أهم هذه العوائق فيما يلي:

01 العوائق المتعلقة بالمستقبل:

|| العوائق النفسية

العوامل النفسية المتعلقة بالمستقبل لها دور كبير في نجاح عملية الاتصال أو فشلها؛ فمثلاً عندما تكون هناك تغيرات أو انفعالات نفسية معينة -كالحزن الشديد- يكون من الصعب فهم الرسالة الاتصالية.

|| العوائق الاجتماعية

قد يكون الخوف الاجتماعي عند المدعو سبباً في عدم قبوله الدعوة، كما في رفض أبي طالب لدعوة النبي ﷺ خوفاً من تعيير قريش، فعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ لعمه: «قل: لا إله إلا الله، أشهد لك بها يوم القيامة»، قال: لولا أن تعيرني قريش، يقولون: إنما حملة على

ذلك الجزع لأقررتُ بها عينك، فأنزل الله: ﴿إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿٥٦﴾﴾ [القصص: ٥٦]. رواه مسلم.

العوائق البيئية

تؤثر البيئة على هوية المدعو وتشكل شخصيته، فإذا نشأ في بيئة معادية للدعوة أو غير مبالية، فإنها قد تكون سبباً في نفوره من الحق.

السخرية والاستهزاء

إذا سخر المستقبل من المرسل ورسالته، فلن يستطيع أن يفهم وجهة نظر المرسل أبداً، مما يسبب عائقاً يحول دون وصول الرسالة على وجهها الصحيح.

الجدل والخصومة

الجدل من الأشياء التي تشوش على الفهم الصحيح للرسالة، ويزيد من الكره والعناد، فإذا كان المستقبل يجادل لغرض الجدل فلن يستطيع استيعاب الرسالة.

الشك

الشك غير المبرر له نتائج سلبية على المستقبل، فبدل أن يفهم الرسالة يذهب للبحث عن دوافع المرسل ومنطقاته وغاياته، وهذا يجعله يسيء الظن، وتدور في خواطره الشكوك التي تمنع استفادته من الرسالة الدعوية.

02 العوائق المتعلقة بالرسالة:

العوائق اللغوية

عندما تكون اللغة المستخدمة في التواصل غير واضحة أو غير مفهومة، فلن تصل الرسالة للمستقبل على الوجه الصحيح، وهذا يؤدي إلى نفوره منها، فيجب على الداعية أن يستخدم لغة مناسبة للمدعو، ويتأكد من فهم المدعو لمقصوده اللغوي.

|| فضول الكلام وإطالة الرسالة

فضول الكلام والحشو الزائد من الأشياء التي تعيق فهم الرسالة، حيث تضع الفكرة الرئيسة في غمرة الكلام الكثير الزائد عن الحاجة؛ وقد قالت عائشة رضي الله عنها أن النبي ﷺ كان يحدث حديثاً لو عدّه العادُّ لأحصاه. رواه البخاري ومسلم.

|| نقص المعلومات في الرسالة

نقص المعلومات يعيق وصول الرسالة بصورتها الواضحة إلى المستقبل (المدعو)، حيث تزداد التساؤلات الحائرة في ذهن المدعو، وربما ينصرف عن استكمال الاتصال، أو يظهر الاستماع وهو يريد إنهاء الاتصال.

|| عدم ملاءمة الوقت للرسالة

اختيار الداعية الوقت المناسب لإرسال الرسالة يساعد في تفاعل المستقبل (المدعو) معها، والعكس صحيح؛ فعلى الداعية اختيار التوقيت المناسب لإجراء التواصل مع المدعويين.

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: بينما النبي ﷺ في مجلس يحدث القوم، جاءه أعرابي فقال: متى الساعة؟ فمضى رسول الله ﷺ يحدث، فقال بعض القوم: سمع ما قال فكره ما قال، وقال بعضهم: بل لم يسمع. حتى إذا قضى حديثه قال: «أين - أراه - السائل عن الساعة؟» قال: ها أنا يا رسول الله. قال: «فإذا ضيقت الأمانة فانتظر الساعة»، قال: كيف إضاعتها؟ قال: «إذا وُسد الأمر إلى غير أهله فانتظر الساعة» رواه البخاري.

فالأعرابي جاء يسأل بينما النبي ﷺ منشغل بغيره، فكان هذا السؤال في وقت غير مناسب، لذلك أعرض النبي ﷺ عن سؤاله وأكمل حديثه، ثم بعد انتهائه أجابه عن السؤال.

|| عدم وجود ترابط بين أجزاء الرسالة وضعف المحتوى

وهذا يؤدي إلى إعراض المستقبل عن الرسالة، وقد يؤدي أحياناً إلى إرباك المستقبل لعدم قدرته على التركيز في أفكارها.

03 العوائق المتعلقة بالمرسل:

|| فظاظة وتكبر المرسل

قال الله تعالى مخاطباً نبيه ﷺ: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران: ١٥٩]، هذا وهو رسول الله ﷺ، وصحابته خير الخلق بعد الأنبياء، فرفض المدعو استقبال رسالة الداعية إن كان فظاً أو متكبراً من باب أولى.

|| الحالة النفسية للمرسل

إذا كان المرسل غاضباً أو مرتبكاً أو غير ذلك، فإن حالته النفسية هذه يمكن أن تؤثر سلباً على المستقبل، وعلى تلقيه الرسالة بشكل صحيح.

|| عدم مخاطبة المستقبل بلغته

وليس المقصود بلغة لا يفهمها فحسب، بل قد يكون الخطاب بلغته ولكنه بمستوى أعلى من قدرات المستقبل، وقد قال علي بن أبي طالب رضي الله عنه: إنك لا تحدث الناس بحديث لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة.

|| عدم الفصاحة في الكلام أو الكتابة

عدم الفصاحة قد يؤدي بالمرسل إلى قول ما لا يريده أو يقصده، ولا شك أن هذا سيؤدي لوصول الرسالة إلى المستقبل على غير مراد المرسل، ومن ثم تكون عملية الاتصال فاشلة.

|| إخفاء النيات

عندما يشعر المستقبل أن المرسل يخفي نيته الحقيقية من عملية التواصل، فإن هذا يمكن أن يعيق هذه العملية، بخلاف الوضوح الذي يؤدي إلى حالة من الارتياح لدى المستقبل ومن ثم الاستعداد لتقبل الرسالة.

الكلام فيما لا يعني

ينبغي ألا يتطرق الداعية لأمر لا تعنيه أثناء عملية الاتصال؛ فهذا يبعد عملية التواصل عن الهدف منها، ويمكن أن ينفّر المدعو، وفي الحديث أن رسول الله ﷺ قال: «من حُسن المرء تركه ما لا يعنيه» رواه ابن ماجه وصححه الألباني.

بذاءة اللسان

ينبغي أن يكون الداعية عفاً للسان بصفة عامة، وأثناء عملية الاتصال بصفة خاصة، فقد قال النبي ﷺ: «ليس المؤمن بالطعان ولا اللعان ولا الفاحش ولا البذيء» رواه الترمذي وصححه الألباني، ولا شك أن البذاءة في الكلام ستكون عائقاً بين المدعو وبين تلقي الرسالة بالصورة المطلوبة.

04 العوائق المتعلقة بالوسيلة:

التشويش المادي

ومن أمثله وجود ضوضاء أثناء عملية التواصل عبر وسيلة الخطاب الشفوي، فهذا من شأنه أن يعيق عملية التواصل، ولهذا عندما أراد النبي ﷺ أن يخطب في جموع الناس في حجة الوداع قال لجريز بن عبد الله رضي الله عنه: «استنصت الناس» رواه البخاري ومسلم، وذلك كي يستمعوا له دون وجود أي تشويش يمنع فهمهم لكلامه ﷺ.

الرقابة على وسائل الاتصال

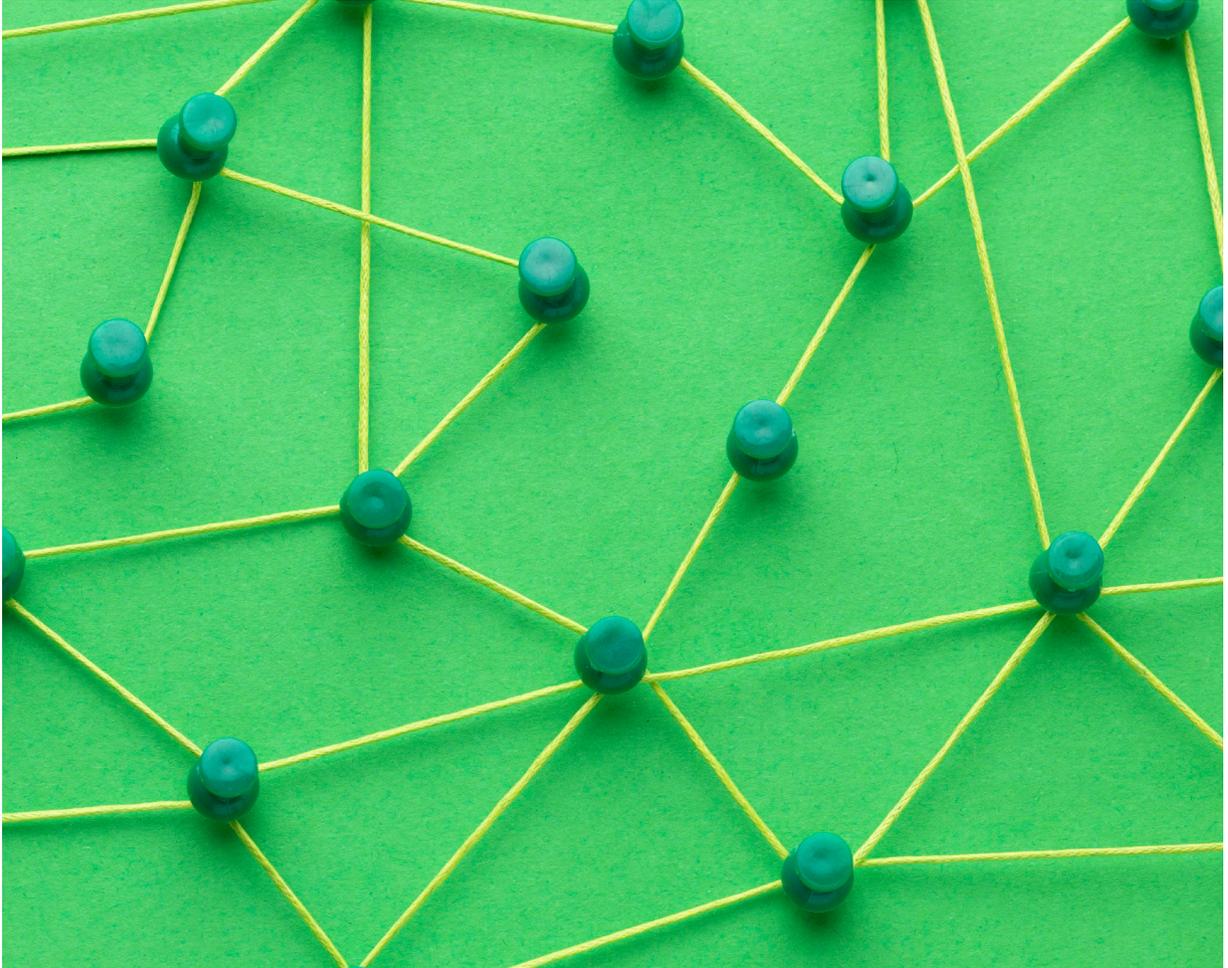
يؤدي وضع رقابة على وسائل الاتصال إلى منع وصول الرسالة بالكلية، أو منع وصول أجزاء قد تكون مؤثرة على عملية الاتصال، وقد كانت قريش تستخدم مثل هذه الرقابة على الوافدين إلى مكة من خارجها؛ كي تمنعهم من الاستماع إلى رسول الله ﷺ، كما يظهر من قصة إسلام أبي ذر الغفاري، والطّفيل بن عمرو الدّوسي رضي الله عنهما.

|| عدم وجود وسيلة الاتصال

ومن أمثلة ذلك الاتصال بين الداعية والمدعو عبر الإنترنت، حيث يؤدي انقطاعه لدى أحدهما إلى إعاقة عملية الاتصال، وقد ذكر لنا القرآن الكريم في سورة هود التواصل الذي كان بين نوح عليه السلام وابنه الكافر، فلما حال بينهما الموج لم تعد توجد وسيلة اتصال، فتوقفت عملية الاتصال بينهما.

|| عدم مناسبة الوسيلة للجمهور

ومن أمثله استخدام وسائل التواصل الحديثة في الدعوة إلى الله في مناطق بدائية لا تتوفر فيها هذه الوسائل ولا مقوماتها، ففي مثل هذه الحالات لا يكون لهذه الوسائل قيمة، وينبغي اعتماد التواصل المباشر.



03 الحوار الدعوي ولغة الجسد

01 الحوار الدعوي

هو تخصيص الداعية الكلام المتبادل مع الطرف الآخر لبيان الحق الذي جاء به النبي ﷺ، سواء كان بدعوة غير المسلمين إلى الإسلام، أو بدعوة المسلمين للالتزام بشريعته، ومنه الحوار الذي دار بين موسى عليه السلام وفرعون، قال تعالى: ﴿قَالَ فِرْعَوْنُ وَمَا رَبُّ الْعَالَمِينَ ﴿٢٣﴾ قَالَ رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنَّ كُنْتُمْ مُوقِنِينَ ﴿٢٤﴾ قَالَ لِمَنْ حَوْلَهُ أَلَا تَسْتَمِعُونَ ﴿٢٥﴾ قَالَ رَبُّكُمْ وَرَبُّ آبَائِكُمُ الْأُولِينَ ﴿٢٦﴾ قَالَ إِنَّ رَسُولَكُمْ الَّذِي أُرْسِلَ إِلَيْكُمْ لَمَجْنُونٌ ﴿٢٧﴾ قَالَ رَبُّ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنَّ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ ﴿٢٨﴾﴾ [الشعراء: ٢٣ - ٢٨].

02 لغة الجسد

هي الإشارات والإيماءات بأعضاء الجسد المختلفة، والتي يكون لكل منها معنى أو دلالة معينة.

03 الإستراتيجيات الذكية للحوار

لكي يكون الداعية محاورًا ناجحًا ومتميزًا فيجب عليه الالتزام بالإستراتيجيات الذكية للحوار، واستخدامها استخدامًا مناسبًا في أثناء الحوار. ومن هذه الإستراتيجيات:

|| تحيّن الظروف المناسب:

يحسن بالداعية قبل أي حوار أن يتأكد من ملاءمة الظروف، فإن وجدها ملائمة استعان بالله وبداء، وإلا سكت وتريث.

|| القدوة:

ينبغي على الداعية أن يكون قدوة حسنة فيما يدعو إليه من أفكار وآراء، حتى يكون ذا تأثير على الآخرين.

|| تعويد النفس على الابتسام:

للإبتسام أثر إيجابي كبير على الطرف الآخر، فعلى الداعية أن يحرص على الابتسام لمحاورة دوماً دون تكلف.

|| التركيز على الرأي لا على صاحبه:

فيركز الداعية المحاور على الرأي المطروح ويبين ما فيه دون التعرض لصاحبه؛ كي لا يفهم منه التجريح والتنقص.

|| التعبير عن الرأي بـ (أنا)، وليس بـ (أنت):

احتمال استفزاز الطرف الآخر سيصبح أقل لو أن الداعية تحدث -في ضرب الأمثلة على سبيل المثال- عن نفسه بدلاً من الحديث عن المدعو.

|| صياغة (أنا وأنت) لتصبح نحن:

فكلمة (نحن) توجد وضعاً جديداً من التكتاف بين الطرفين، بتوجيه اهتمامهما معاً إلى المصالح والأهداف المشتركة.

|| جعل الطرف الآخر يظن أن الفكرة فكرته:

بهذه الطريقة يكون تأييد الطرف الآخر للفكرة وأهدافها مضموناً بنسبة كبيرة، من خلال حماسه لها، وشعوره بأن الفكرة نابعة من داخله.

|| التثبيت بشعرة معاوية:

ويقصد بهذه العبارة أن يتعامل الداعية مع الآخرين بشيء من المرونة والحكمة، بحيث يشد تارة ويرخي تارة أخرى، أما إذا أصر كل طرف على رأيه دون تقديم أي تنازلات، فإن هذا يؤدي إلى فشل الحوار.

|| إقفال المناقشة:

هذا أصعب جزء في الحوار وأكثره احتياجًا إلى المهارة، وتراعى فيه عدة أمور، مثل تلخيص الحوار، والتدرج في الإقفال؛ كي لا يشعر الطرف الآخر بأن الداعية ملّ من الكلام معه، أو أنه ينسحب من الحوار.



|| النهاية المؤثرة:

كأن يقوم الداعية بدعوة الطرف الآخر إلى عمل شيء ما بعد الحوار، مع إحياء المشاعر القلبية، وتقديم الشكر له على استماعه.

|| مراقبة النفس وتقويمها:

على الداعية الحكيم أن يراقب نفسه بدرجة اليقظة والانتباه نفسها التي يراقب بها الآخرين؛ فيسأل نفسه: هل أنت مستمع جيد؟ وهل صوتك مناسب؟ وهل أنت ملتزم بما سبق أن هيأته من أفكار؟ هل أدبت نفسك بأداب الحوار؟ وغير ذلك.

04 أهمية لغة الجسد

تتكون الرسالة في الحوارات من عدة أجزاء، وقد أظهرت الدراسات أن لغة الجسد تؤثر على المستقبل بنسبة ٥٥٪، وهذا يستلزم أن يهتم الداعية بهذه اللغة، ويتعرف على دلالاتها، ويحرص على اكتساب مهارات القيام بها.



قراءة الرسائل غير اللفظية (لغة جسد الآخر):

كما يهتم الداعية بلغة جسده، عليه أن يهتم بلغة جسد الطرف الآخر، ولكن عليه أن يحذر من التعميم أو الجزم بمراد الطرف الآخر من حركاته؛ فقد يضع ساقاً فوق الأخرى لإراحة ساقه، دون أن يكون في هذه الحركة دلالة على أنه منغلق أو متحفظ كما في دلالات لغة الجسد العامة. وعليه فينبغي النظر إلى المعلومة التي تستخلص من لغة الجسد على أنها جزء من المعادلة لا كلها.

04 المهارات الأساسية للحوار الناجح

01 الإنصات:

الحوار الدعوي -مثل أي حوار- يقوم على تبادل الكلام بين طرفين، فالداعية سيتكلم، وسينصت للمدعو أيضاً، والإنصات من المهارات المهمة في أي جلسة حوار، وله خمسة مستويات هي:

التجاهل: هو عدم الاهتمام بكلام المحاور، ومن صورته الانشغال بشيء ما؛ كالهاتف، أو قراءة مجلة، أو مشهد خارج مكان الحوار.

التظاهر: يكون بإظهار المستمع تعابير تدلّ على الإنصات، بينما هو يفكر في أشياء أخرى خارج موضوع الحوار، فهو ليس إنصاتاً صادقاً ولا تجاهلاً واضحاً.

الانتقاء: يكون باختيار المستمع ما يهّمه من كلام المتحدث، مع إهمال العناصر أو المحاور الأخرى.

الانتباه: هو الإنصات الكامل لكافة كلام الملقى، والفهم التام لمضمونه، وليس بالضرورة أن يكون المستمع موافقاً عليه.

التفاعل: هو عدم اكتفاء المستمع بالانتباه فقط، بل التفاعل مع المحاور، ومحاولة مناقشته والتعرّف على رأيه؛ وخصوصاً في حال وجود اختلاف في الآراء بين المستمع والمتحدث.

قواعد الإنصات الفعال

من الأمور المهمة التي ينبغي أن يراعيها الداعية أثناء استماعه للمدعو:

|| عدم الكلام أثناء كلام المدعو.

|| إشعاره بالرغبة في الاستماع إليه.

|| تهيئة وضع مريح له.

|| الصبر على الاستماع لكلامه.

|| التجاوب معه.

|| إزالة أسباب المقاطعة.

|| طرح بعض الأسئلة.

|| تجنب المعوقات.

إن استخدام الداعية لعدد من الإجراءات أثناء كلام المدعو يزيد من شعوره بأن الداعية منصت له، وهذا يزيد من فعالية التواصل، ويجعل المدعو أكثر قابلية لتلقي رسالة الداعية، ومن هذه الإجراءات:

|| هز الرأس أو الإيماء: وهو علامة على الاهتمام والمتابعة.

|| الصمت والنظر إلى المدعو بتشوق واهتمام أو الاقتراب منه، أو إمالة الصدر قليلاً إلى الأمام.

|| الملاحظة العابرة بمثل: نعم، هكذا، وهو كذلك، حقاً، صحيح، عجيب.

|| رجع الصدى: وهو عبارة عن ترديد كلمات المتحدث الأخيرة.

|| عكس الصورة، مثل أن يقول الداعية: أشعر من كلامك أن كذا وكذا... أو أشعر أنك تريد أن تقول كذا.. إلخ.

|| إعادة الصياغة: مثل أن يقول الداعية: أنت قلت كذا وكذا، أنت ذكرت ضمن كلامك كذا وكذا.

|| كتابة بعض عبارات المدعو المهمة، وهو أمر يشعره بالتقدير.

02 المهارات اللفظية:

هي من المهارات الأساسية للحوار، وتساهم في جعل الكلام مؤثراً على المستمعين، ومن أهم هذه المهارات:

- || التآني في الحوار.
- || التركيز على أهم الكلمات أثناء الحوار.
- || الحرص على استخدام طرق متنوعة في تكرار الأفكار.
- || التنوع في نبرة الصوت أثناء التكلّم.
- || تغيير طبيعة سرعة الحوار على نحو مُتدرّج، والتوقّف عند الأفكار ذات الأهميّة.
- || تجنّب رفع الصوت (الصراخ).

03 المهارات غير اللفظية:

هي مجموعة من المؤثّرات التي تُقسّم إلى ثلاثة أنواع، هي:

- || تعبيرات الوجه.
- || التواصل البصري.
- || حركة اليدين.

04 الأخلاق (آداب الحوار):

لآداب الحوار تأثير أساسي على سير النقاش، وهي تضمن استمراريتها بطريقة صحيحة؛ لذلك يجب تجنّب مجموعة من الأشياء التي لا تتوافق مع هذه الآداب، وهي:

- || إصدار الأوامر، أو استخدام الكلمات التي تحتوي على تعابير إلزاميّة.
- || الأكل والشرب أثناء الحوار، إلا إن دار الحوار حول مائدة الطّعام.
- || الانشغال عن الحوار بأيّ مؤثّرات خارجيّة، كالمكالمات الهاتفية.

05 عوامل فشل الحوار:

كما أن لنجاح الحوار عوامل تؤدي إليه، هناك أيضًا عوامل تؤدي إلى فشله، منها:

- || الانشغال بتقويم كلام المتحدث، بدل الاستفادة مما فيه.
- || التركيز على الأخطاء، أو الحكم المسبق بالخطأ.
- || التعميم في الأحكام.
- || التهكم والسخرية.
- || الانشغال عن المتحدث.
- || الغضب الشديد.
- || الحديث بصورة تقريرية.
- || الافتقار إلى العوامل المؤهلة لعملية الإقناع.
- || عدم اقتناع المتحدث بما يقدمه للغير.
- || عوامل بيئية خارجية مثل: التشويش، وضعف الإرسال، وسوء الأداء.



05 أنواع الشخصيات في الاتصال

تختلف شخصيات الناس اختلافاً كبيراً، ومع ذلك فيمكن تقسيم الشخصيات إلى أنواع رئيسة يتميز كل منها بصفات خاصة، ومن ثمَّ فمن المهم أثناء الاتصال التعامل مع كل شخصية بما يناسبها.

01 الإنسان الخشن:

يتميز بأنه قاسٍ في تعامله، ولا يحاول فهم مشاعر الآخرين، لأنه لا يثق بهم، وقد يقسو على نفسه أحياناً.

كيفية التعامل معه:

|| اعمل على ضبط أعصابك والمحافظة على هدوئك.

|| حاول أن تصغي إليه جيداً.

02 الودود ذو الشخصية السهلة:

يتصف بأنه هادئ وبشوش، وتتميز أعصابه بالاسترخاء، لكنه غير منظم، ولا يحافظ على المواعيد، وليس للزمن عنده قيمة.

كيفية التعامل معه:

- || قابله باحترام، وحافظ على الإصغاء الجيد.
- || حافظ على الموضوع المطروح، ولا تسمح بالخروج عنه.

03 الشخص المتردد:

يتصف بأنه يفتقر إلى الثقة بنفسه، وتظهر عليه علامات الخجل والقلق.

كيفية التعامل معه:

- || حاول زرع الثقة في نفسه.
- || ساعده على اتخاذ القرارات، وأظهر له مساوئ التأخر في ذلك.

04 الشخص ذو رد الفعل البطيء:

يتصف بالبرود، ويصعب التفاهم معه، ولا يميل للآخرين لأنه غير عاطفي.

كيفية التعامل معه:

- || أصغ إليه جيداً.
- || وجه إليه الأسئلة المفتوحة التي تحتاج إلى إجابات مطولة.

05 الشخصية المعارضة:

يتصف بأنه لا يبالي بالآخرين، لدرجة أنه يترك أثراً سيئاً لديهم، كما أنه تقليدي ولا تغريه الأفكار الجديدة، ويصعب حثه على الأخذ بها.

كيفية التعامل معه:

- || التعرف على وجهة نظره من خلال المواقف الإيجابية معه.
- || تدعيم وجهة نظرك بالأدلة للرد على اعتراضاته.
- || عدم إعطائه الفرصة للمقاطعة.

06 الشخصية العدوانية:

يتصف بأنه عدواني، ويثير المشاكل، ومستعد دومًا للتشاجر، ويرفض الآخرين وأفكارهم، ويبيدي عدم اهتمام.

كيفية التعامل معه:

- || أصغ إليه جيدًا، لكي تمتص انفعاله وغضبه.
- || تمسك بوجهة نظرك ودافع عنها بقوة الحجة والبرهان.
- || أعدده إلى نقاط الموضوع المتفق عليها.

07 شخصية مُدَّعي المعرفة:

يتصف بأنه لا يصدق كلام الآخرين، ويبيدي اعتراضه دائمًا، متعالٍ، ويحب السيطرة الكلامية، ويميل إلى السخرية.

كيفية التعامل معه:

- || املك أعصابك، وحافظ على هدوئك التام.
- || تقبل تعليقاته؛ ولكن عليك أن تثابر في عرض وجهة نظرك.
- || اختر الوقت المناسب لمقاطعته في مواضيع معينة.

08 الثرثار:

يتصف بأنه واسع الخيال، كثير الكلام، ويتحدث عن كل شيء وفي كل شيء ليثبت وجهة نظره، باستثناء الموضوع المطروح للبحث.

كيفية التعامل معه:

- || أثبت له أهمية الوقت وأنتك حريص عليه.
- || أشعره بأنك غير مرتاح لبعض أحاديثه؛ وذلك بالنظر إلى ساعتك.

09 العنيد:

يتصف بأنه يرفض الحقائق الثابتة ليظهر درجة عناده.

كيفية التعامل معه:

|| أشرك الآخرين معك لكي توحد الرأي أمام وجهة نظره.

|| اطلب منه قبول وجهة نظر الآخرين لمدة قصيرة لكي تتوصلوا إلى اتفاق.



التواصل مع الثقافات المختلفة

06

تحتم دعوة غير المسلمين على الداعية التواصل مع ثقافات مختلفة، وهذا التواصل يستدعي القيام بعدد من الأمور كي ينجح ويؤتي ثماره، ومن هذه الأمور:

01 مراجعة التجارب السابقة:

ويمكن القيام بهذه المراجعة من خلال ما يلي:

- || ضع قائمة بالعبء والدروس التي تعلمتها من تفاعلاتك السابقة مع الثقافات الأخرى.
- || حدد المشكلات والصعوبات التي واجهتك في التواصل السابقة، وكيف استطعت التغلب عليها .
- || ضع قائمة بأهم الاختلافات بين ثقافتك والثقافات الأخرى، لا سيما التي تجد التكيف معها أشد صعوبة عليك، وابحث عن حلول.

02 تحديد أسلوب التواصل وتعديله:

انتبه إلى ضرورة تعديل أسلوب تواصلك إذا واجهتك مشكلات تتعلق بانزعاج الآخرين، أو تجاهلهم لك أو لكلامك، أو عند صدور ردود أفعال غير عادية منهم.

03 الإنصات:

كي يتجنب الداعية أي سوء فهم، عليه أن يركّز بشكل دائم على المحادثة الدائرية، وينصت جيدًا إلى كل ما يقال، ويربطه بما سبق أن جمعه من معلومات عن الثقافة الأخرى للتوصل إلى المعنى الصحيح وفهمه.

04 الاستيضاح:

إذا لم يكن الداعية متأكدًا تمامًا من فهم ما قاله الآخر، عليه أن يستعين بالإشارات غير اللفظية لاستيضاح الرسالة، ويمكنه عوضًا عن ذلك سؤال شخص عارف ببواطن الأمور في تلك الثقافة للتأكد من صحة فهمه.

05 التأكد:

كي يتأكد الداعية من أن الطرف الآخر فهم قصده تمامًا، عليه أن يعطيه فرصة لإعادة صياغة أو توضيح ما قاله له.



07 مهارات التحدث الفعال

01 تعريف مهارة التحدث

هي القدرة على استغلال وتوظيف كل المهارات اللفظية واللغوية والصوتية، ومهارات الخطابة والبيان للتواصل مع الآخرين، سواء كان هذا على مستوى الاستيعاب أو على مستوى التعبير، ويحدث اضطراب في الاتصال إذا لم يستطع الشخص توظيف هذه المهارات.

02 أهمية مهارات التحدث للدعاة

- || تجعل الدعاة يمارسون النشاط اللغوي بكافة أنواعه.
- || تمنحهم القدرة على التعبير عما بداخلهم أو ما يرونه.
- || تعزز قدرات التفكير المنطقي، والسرعة في التفكير والتعبير وترتيب الأفكار وربط بعضها ببعض.
- || تُنمّي الثقة في النفس، واستقلالية الرأي، والقدرة على التعبير عنه.
- || تُهدّب الوجدان والشعور، وتزيد ممارسة التخيل والابتكار، والتعبير عن الأحاسيس والمشاعر والأفكار بأسلوب واضح ومؤثر.

عناصر التحدث الفعّال

03

للحديث الفعّال عند الدعاة أربعة عناصر أساسية، وهي:

|| الإخلاص

وهو ركيزة كل الأعمال، فينبغي على الداعية أن يكون مؤمناً بما يقول، ومخلصاً النية لله، مبتغياً بذلك الأجر منه والنفع للجميع، وهذا مما يولد لدى المستمع الاستجابة الإيجابية بإذن الله.

|| المعرفة

ويقصد بها ضرورة معرفة الموضوع قبل التحدث فيه؛ فالحديث الارتجالي يكثر فيه الخطأ، ولا يتقنه إلا القليل.

|| الحماسة

وهي أساس جذب انتباه المستمع، فإذا كان الداعية على قدرٍ كافٍ من الحماسة في حديثه عن فكرة أو موضوعٍ ما، فسيكون المستمع أكثر انتباهاً وحرصاً على الاستماع.

|| الممارسة

فمهارة الحديث الفعّال -كأي مهارة أخرى- يجب أن تصقل من خلال الممارسة التي تزيل حواجز الرهبة والخوف، وتعطي المتحدث مزيداً من الثقة بالنفس تنعكس في درجة تأثيره على الآخرين.

أهم عوامل الحديث الفعّال

04

من أهم العوامل التي يجب أن تتوفر في الحديث:

|| التعبير الواضح

على الداعية أن يغتزم الفرصة، ففرصة الحديث التي لديك الآن ربما لا تتكرر؛ فلا تهدرها بمقدمات طويلة، وألفاظ صعبة، وحاول إيصال فكرتك بأبسط الطرق، دون أن تمس جوهرها، أو تقلل منها.

|| استخدام النماذج والأمثلة

من أقوى طرق إيصال معلومة ما أن تضرب لها مثالاً، خاصةً إذا كان مثالاً واقعياً أو مادياً يعرفه المستمع؛ وقد قيل قديماً: بالمثال يتضح المقال.

|| الانتباه إلى ردود أفعال الجمهور

ردود أفعال الجمهور هي مقياس نجاح حديث الداعية، فعليه أن يتابعها باهتمام، وبشكل عام فإن الجمهور يتفاعل إذا انجذب لأسلوب المتحدث، وطريقة عرضه للفكرة، وفي المقابل يمل سريعاً إذا لم يستطع المتحدث جذب انتباهه.

|| الإجابة بفعالية عن أسئلة الجمهور

ينبغي على الداعية الجاهزية لكل الأسئلة، بكافة أغراضها، ويساعد في ذلك التحضير المسبق والجيد لموضوع الحديث؛ فالجمهور قد يختبر مدى ثقة المتحدث بنفسه وفكرته، وإلمامه بالموضوع، فلباقة حديث الداعية وسرعة بديهته في الرد سيكون لهما تأثير عليهم أكثر من الحديث أحادي الطرح، أو الحديث الخالي من الأسئلة.

|| أهم صفات المتحدث الناجح 05

|| الموضوعية

ويقصد بها أن يتحلى الداعية بالسلوك والتصرف المنصف، والقدرة على إصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأي أو فكرة، فعليه الحرص على العدل في الحكم على الأشياء، وأن يكون منصفاً، غير متعصب لرأي، وأن يكون حريصاً على المصالح العامة، وليس مصلحته الشخصية فقط.

|| الصدق

فلا ينبغي للداعية أن يختلق مشاعر ليست صادقة، بل عليه أن يظهر في حديثه حقيقة مشاعره وأفكاره وآرائه، وأن يحرص على أن تتطابق أحواله وأفعاله وتصرفاته مع أقواله.

|| الوضوح

ويقصد به القدرة على التعبير عن الأفكار بوضوح، من خلال اللغة السلسلة، والمادة المنظمة والمتسلسلة منطقيًا.

|| الدقة

ويقصد بها تحري استخدام الألفاظ والأوصاف الدقيقة، التي لا تحتل أكثر من معنى، خصوصًا لو كانت مصطلحات علمية أو ما إلى ذلك، فيجب على الداعية أن يستخدم الألفاظ التي تؤدي المعنى الذي يقصده بعناية.

|| الاتزان الانفعالي

ويقصد به أن يظهر الداعية انفعاله بالقدر المناسب مع الموقف، بلا إفراط أو تفريط، وأن يحاول التحكم في انفعالاته بأكبر قدر ممكن.

|| المظهر

ويقصد به أن يعكس مظهر الداعية مدى رؤيته لنفسه، والطريقة التي يحب أن ينظر بها الآخرون إليه ويشكلون أحكامهم عنه من خلالها. ويتضمن المظهر العام النظافة، وحسن الترتيب، والهدام المنظم للشخصية، والملبس والمظهر المناسب للحالة، وكذلك الصحة النفسية والبدنية.

|| العوامل الصوتية

العوامل الصوتية الخاصة بالنطق تؤثر على مدى نجاح الداعية المتحدث، فينبغي أن يكون نطق الكلام بطريقة صحيحة، وأن يكون الصوت واضحًا، وأن يتحكم الداعية في سرعة الحديث؛ فلا يكون بطيئًا يصيب بالملل، ولا سريعًا لا يفهمه الآخرون، وأن يستخدم الوقفات في حديثه، وبنوع الأساليب بين السؤال والخبر لجذب الانتباه ودفع الملل.

مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور

08

01 أنواع الإلقاء:

تختلف طريقة الإلقاء بناءً على عدة أمور، منها: نوع الجمهور، والمكان (هل هو مسجد أو مؤتمر أو شركة أو غير ذلك)، وأيضاً طريقة الإقناع، وكيفية توصيل الفكرة للجمهور على نحو مقنع ومؤثر، وفيما يلي عرض لأهم طرق الإلقاء:

|| إلقاء إعطاء المعلومات

هو نوع الإلقاء الذي يهدف إلى شيء من الأمور التالية: (الإيضاح، أو التقرير، أو الوصف، أو الشرح، أو التعريف، أو البيان، أو التدريب، أو التعليم)، والهدف من هذا النوع من الخطاب هو إيصال المعلومات، بحيث يفهمها المتلقي ويمكنه الاستفادة منها.

|| إلقاء الإقناع

هو الإلقاء الذي يستهدف التأثير على الأفكار أو تغيير السلوك، وذلك من خلال إحدى طرق الإقناع الرئيسية وهي: (الأسلوب العقلي، والأسلوب العاطفي).

|| إلقاء المناسبة

هو الإلقاء الذي يلبي حاجة اجتماعية، ومن هذه المناسبات والحاجات: (جمع التبرعات، حفلات التخرج، أو التكريم، أو تعيين مسؤول جديد، وغيرها). وهذا النوع من الإلقاء يكون مختصرًا في العادة، ولا يستهدف التعليم.



الخطوات الأربع لتسخين المستمعين:

هناك 4 خطوات تعين الداعية على جذب انتباه المدعوين لحديثه والتفاعل معه بحرارة، وهي:

- || الترحيب بالمدعوين.
- || جذب اهتمامهم من البداية.
- || إيجاد الانسجام معهم.
- || عمل مقدمة تؤدي إلى إيجاد مناخ تعليمي مرغوب.

02 أساليب إثارة الحماسة والرغبة في التعلم لدى المدعوين:

الداعية الناجح هو الذي يحقق العناصر التالية:

- || التأكد من يقظة وانتباه المدعوين.
- || التأكد من فهم المدعوين.
- || التأكد من حسن استخدام وسائل الإيضاح في تحقيق وضوح الرسالة.
- || التأكد من استيعاب وتذكر المدعوين.
- || التأكد من تطبيق المدعوين لما يقدمه لهم.

09 تعامل الداعية مع الاختلاف

لم يجعل الله عز وجل أفهام الناس على قدر واحد، فهم يتفاوتون في العقول والقدرات الفكرية، ومعلوم أنه إذا وقع الاختلاف في الفهم، وقع مثله في الأحكام، ومن هنا يمكن القول بأن الاختلاف الشرعي بين الناس نتيجة حتمية للاختلاف الطبيعي.

ويمكن للداعية التعامل مع الاختلاف مع المدعو من خلال الأمور التالية:

01 الحوار والإصغاء

إنَّ أفضل طريقة للتعامل مع الاختلاف هي الحوار والإصغاء، فمن المهم جدًا أن يستمع الداعية للرأي المخالف ويفهمه، وهذا قد يوجد تقديرًا لوجهات النظر الأخرى على الرغم من بقاء الاختلاف.

02 تقبُّل الاختلاف

ينبغي أن يدرك الداعية أن الاختلاف -صغيرًا كان أم كبيرًا- جزء من أي علاقة في الغالب، ومن المهم عدم تعليق أهمية كبيرة على أصل وقوع الاختلاف، بل الاهتمام بطريقة احتوائه.

03 انتقاد السلوك

من أهم قواعد التعامل مع الاختلاف توجيه النقد لموقف معين أو فكرة معينة، وتجنب انتقاد شخص المخالف، لأن انتقاده سيولد رد فعل تلقائي هو الدفاع عن النفس، وتفاقم الاختلاف.

04 التعلم من الاختلاف

من الجيد أن يتجاوز الداعية فكرة أن الآخر مخطئٌ دومًا، إلى فكرة التعلم من الآخر، وبناء مفهوم جديد يجمع بين الأفكار والقيم المتباينة بشكلٍ عادل.

05 النظر إلى الإيجابيات

ينبغي أن يستخدم الداعية أسلوب الإطراء للآخر -دون مداهنة- والنظر إلى الإيجابيات، وإبداء الرأي بما يخصها والإعجاب بها، حيث إن هذا يُساهم في تحسن العلاقات وجعلها أكثر تماسكًا.

06 تأكيد الذات

من المهم أن يفرق الداعية بين الاستسلام أو الهجوم من جهة، وتأكيد الذات من جهة أخرى؛ فإن الاستسلام والتزام الصمت يُفقد المرء احترامه لنفسه، والهجوم على الآخر يفقده احترامه له ويجبره على الدفاع عن نفسه وتوجيه الانتقادات، أما تأكيد الذات فيوفر الاحترام للطرفين؛ حيث يتم عن طريقه مشاركة الانفعالات والآراء الداخلية مع الآخر، ومعرفة دواخله أيضًا، وهو يدل على الثقة بالنفس، ويؤدي إلى المبادرة في إنهاء الاختلاف.

07 الوضوح

الوضوح من أهم أخلاقيات الحوار الدعوي البناء، فإذا أراد الداعية أن يكون حوارها ناجحًا فعليه أن يتحاور بلغة واضحة وبحروف سليمة، أي أن يبتعد عن استخدام الكلمات الغريبة التي لا يفهمها الطرف الآخر، وعن التحدث بسرعة كبيرة، أو بصوت مرتفع أو منخفض بشكل مبالغ فيه.

08 التهذيب

لكي يكون حوار الداعية ناجحًا عليه أن يكون مهذبًا، أي يبتعد عن استخدام الألفاظ السيئة مع الطرف الآخر، وأن يستخدم الألفاظ الجيدة التي تعبر عن أخلاق الإسلام.

هدف الكفاية

إكساب المتدربين المعلومات
والمهارات اللازمة لصناعة
المحتوى الدعوي



- 01 مفاهيم صناعة المحتوى الدعوي
- 02 إستراتيجيات صناعة المحتوى الدعوي
- 03 أولويات المحتوى الدعوي
- 04 تصنيف موضوعات المحتوى الدعوي
- 05 قوالب المحتوى الدعوي
- 06 خطوات إجرائية في صناعة المحتوى الدعوي
- 07 قواعد في بناء المحتوى الدعوي
- 08 التقنية في المحتوى الدعوي



01 مفاهيم صناعة المحتوى الدعوي

تداول الأوساط المختلفة مصطلح «صناعة المحتوى» للدلالة على إيجاد الأفكار، وانتقاء المفردات والجمال والرسائل الفكرية والنصيّة، لإيصالها للمتلقي بشكل مميز ومختلف، عبر قوالب مرئية أو مقروءة أو مسموعة.

ومصطلح «صناعة المحتوى الدعوي» مكون من ثلاث كلمات: صناعة، محتوى، دعوي.

فالمقصود بالصناعة: إيجاد أو تحويل المواد من كونها مواد أولية إلى منتج أو عدة منتجات وقوالب مختلفة، تحقق رغبة الصانع وتلبي احتياجات المستهدف، حتى لو كان مصنوعاً سابقاً، إذ إن تطويره، واختيار موضعه، وبيان كيفية استعماله، والإبداع في تحويله إلى قوالب مختلفة نوع من الصناعة.

والمقصود بالمحتوى: المواد المقروءة أو المرئية أو المسموعة أو ما يقوم مقامها، والتي تتضمن المعلومات والخبرات والجماليات والمشاعر، فهي المضامين والرسائل التي يرغب المرسل في مشاركتها مع المستقبل.

فالقصة محتوى، وما يُعرض في الفيلم محتوى، وما يُكتب في الكتاب محتوى، والمسابقات والألعاب مبنية على محتوى، ومادة الخطب والأشعار، وما يُعرض في المعارض والحفلات واللوحات والمواقع الشبكية، كلها أنواع من المحتوى.

والمقصود بالدعوي: أن يكون غرض المحتوى تبليغ الإسلام للناس، وتعليمهم إياه، وتطبيقه في

واقع الحياة. والإسلام هنا بمعناه الشامل؛ المتضمن الدعوة إلى الشهادتين وإقام الصلاة وإيتاء الزكاة وصوم رمضان وحج البيت، والإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله والبعث بعد الموت والإيمان بالقدر خيره وشره، والدعوة إلى أن يعبد العبد ربّه كأنه يراه، وما يتفرع عن ذلك من العبادات والمعاملات والأخلاق.

تعريف صناعة المحتوى الدعوي: العملية التي يتم عبرها تقديم رسائل موجّهة، لفئة محددة، عبر وسائط ملائمة، لغاية دعوتهم إلى الخير وفق منهج محكم.



01 دورة الرسالة في صناعة المحتوى

هناك دورة معتادة لأي رسالة في عملية صناعة المحتوى، ورغم اختلاف وجهات النظر في تقسيمها، إلا أنها تعود غالباً إلى:

هدف، ومرسل، ورسالة، ووسيلة، ومُستقبل.

وتهتم «صناعة المحتوى» أساساً بالرسالة، أي المحتوى، لكنها مع ذلك تراعي جميع مراحل دورة المحتوى؛ فكلها مؤثرة في صناعتها.

وتقوم صناعة المحتوى على خيارات ثلاثة للمحتوى:

|| وجود محتوى جاهز واف بالمقصود.

|| وجود محتوى غير واف بالمقصود.

|| عدم وجود محتوى.

02 أهمية صناعة المحتوى الدعوي

تظهر أهمية صناعة المحتوى الدعوي من خلال عدة أمور، من أهمها:

|| أنه المعبر عن مضامين الدعوة.

|| أنه الركن الأهم في التأثير الإعلامي والتّقني وغيره.

- || تعظيم الأثر باستثمار المحتوى الواحد في منتجات متعددة.
- || تجدد الأساليب والوسائل والأذواق والحاجة لمواكبتها.
- || قلة المراكز المتخصصة في صناعة المحتوى الدعوي.
- || انشغال الدعاة في الميدان عن صناعة المحتوى.
- || نقص المحتوى الاحترافي الموثوق، ومن صورته: عدم مناسبة المحتوى للمدعويين، أو ضعف الترجمة، أو الضعف الفني، أو ضعف النشر والتسويق، أو ضعف الكفاءات.
- || وجود حقوق ملكية لأغلب المحتويات المميزة.
- || مواجهة المحتويات الهادفة إلى الباطل والفساد، والتي يتميز كثير منها بالاحترافية والجاذبية.
- || فمن هنا ظهر الاحتياج الشديد لمشروعات نوعية تثري الساحة الدعوية في جانب تجويد المحتوى الدعوي بصوره المختلفة (المقروءة، والمسموعة، والمرئية، وغيرها).

03 الاهتمام العالمي بالمحتوى

«المحتوى هو الملك» كما يقول أحد أبرز صانعي التّقنية المعاصرة، وهناك توجه عالمي للاستثمار في صناعة المحتوى، ولهذا تضخ فيها مليارات الدولارات؛ لأهداف دينية، أو سياسية، أو اقتصادية أو غيرها. وكما أن الإعلام مبناه على المحتوى، والحراك الثقافي مبناه على المحتوى، فالدعوة مبناها على المحتوى أيضاً، حيث يرى عدد من الباحثين في الدعوة أن الدعوة تعتمد على المحتوى بما يقارب ٧٠% من عملها.

04 أصناف المحتوى وتأثيراتها

- المحتوى التوجيهي: يساعد الفرد على التمسك بتوجهاته أو تعديلها أو تغييرها.
- المحتوى التعليمي: يساعد في تنمية المعارف واكتساب المهارات.
- المحتوى الترفيهي: يساهم في تحقيق السرور النفسي وتجديد النشاط.
- المحتوى الاجتماعي: يساعد على إنشاء العلاقات الاجتماعية وتقويتها.
- والمحتوى سواء كان توجيهياً أو تعليمياً أو ترفيهياً أو اجتماعياً؛ فهو فعال في التأثير فيما وضع له متى ما أحسنت صناعته.



إستراتيجيات صناعة المحتوى الدعوي

02

إن إصلاح أي مجتمع -كما تشير الدراسات- يكون بإصلاح خمسة أمور: القناعات، والاهتمامات، والقدوات، والمهارات، والعلاقات، والمحتوى هو الأداة الأقوى للتأثير الإيجابي فيها جميعاً. وحيث إن الدعوة تهدف إلى إصلاح الفرد والمجتمع وفق مبادئ وتعاليم الإسلام، فقد كان من المهم وضع إستراتيجيات مُحكّمة لصناعة المحتوى الدعوي، ومن أهم هذه الإستراتيجيات:

01 الإستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي باعتبارها مسؤولية الجميع

- إشاعة ثقافة الاهتمام بالمحتوى وصناعته.
- إجراء الدراسات المختلفة لتأصيل صناعة المحتوى وتطويرها.
- إنشاء الكيانات الخاصة (مركز أصول نموذجاً).
- تخصص المؤهلين وتدريبهم.
- الدعم بمختلف أشكاله لصناعة محتوى دعوي احترافي يخاطب كافة الشرائح.
- العمل على تسهيل وتيسير كتب التراث، حتى يتميز المحتوى الدعوي بالأصالة والسهولة.
- توفير منصات دعوية موثوقة تكون مرجعاً للجميع.

إنشاء وقف لدعم صانعي المحتوى الدعوي.

تقديم الدعم الكامل للدعاة، ونشر محتوهم، وجعله احترافياً، وإعادة تدويره ونشره وإيصاله للناس.

02 الإستراتيجيات المقترحة لصناعة المحتوى الدعوي باعتباره مستهدفاً لجهة دعوية

الخبرة التخصصية أو الشراكة مع ذوي الخبرة في مجال صناعة المحتوى والمجال التقني والرقمي.

العناية باختيار المحتوى الأكثر فاعلية في التقريب إلى الله تعالى ونيل مرضاته، وترتيب الأولويات لأجل ذلك.

الاتساق في اختيار المحتوى مع الشريحة والهدف وأسلوب العمل.

الريادة في صناعة المحتوى الاحترافي أو نماذج منه وإشهارها للاقتداء بها.

الاستفادة من الإستراتيجيات والأدوات الحديثة؛ كإدارة الحشود، وقواعد البيانات، وكافة الإستراتيجيات الإعلامية.

عدم الاكتفاء باختيار المحتوى الجيد أو تصميمه؛ بل القيام بجهد مواز لتسويقه ونشره وضمن فاعلية حضوره.

إستراتيجيات الكيانات العاملة في صناعة المحتوى الدعوي

01 الرؤية التكاملية

وهي مجموعة من المفاهيم الكلية في صناعة المحتوى، تساهم في تعظيم الأثر مع تقليل الجهد. وينطلق نجاح الرؤية التكاملية من أربعة مفاهيم:

حسن الاستهداف للشرائح: ويكون عبر اختيار أفضل الوسائل المناسبة لحمل المضمون المطلوب إيصاله للشريحة المستهدفة، وهذا يستدعي رسم خرائط استهداف كلية، تحدد بشكل واضح الشرائح التي ينبغي أن تستهدفها المشاريع المختلفة.

الإعلام الشامل أو التأثير بالمحاصرة: وهو من نظريات التأثير الإعلامي الفعالة، والتي يتم التخطيط فيها للتركيز على مفهوم أو قضية أو رسالة موضوعية محددة، ومن ثم التخطيط على أصعدة الوحدات المختلفة لإنتاج منتجات متنوعة تناسبها.

|| **تعظيم الاستفادة من الموارد:** والهدف من ذلك هو عدم تكرار الجهود، بحيث يتم تطوير آليات إستراتيجية لتعميم الاستفادة من أي أنشطة أو أعمال يقوم بها أي مركز دعوي (أو وحدة داخل المركز)، وتوظيفها لخدمة مركز آخر (أو الوحدات الأخرى)، وتركيز المدخلات والموارد في هذه الأطر وتوزيع مخرجاتها على الوحدات المتنوعة بحسب حاجة كل وحدة.

|| **الإنتاج مرة والنشر مرات عديدة:** فبعد إنتاج المنتجات يجري تطويرها وتدويرها، بحيث ينشأ عنها منتجات أخرى ملائمة لوحدة أخرى.

02 إستراتيجية الأسس الحاكمة للمشروع

وهي مجموعة من المحددات والقواعد التي ينبغي لكل صانع محتوى دعوي بناؤها قبل وأثناء تأسيس مشروعه.

عند إقامة مشروع في المحتوى الدعوي تكون هناك مجموعة من المحددات الإستراتيجية الثابتة التي يضعها أصحاب المشروع حسب رؤيتهم؛ لتوضيح الأهداف والمقاصد التي سيعمل المحتوى الدعوي على تحقيقها عند الجمهور المستهدف، وبأسلوب المتفق عليه، والخروج عن هذه المحددات الإستراتيجية يشير لخطأ في التخطيط أو التنفيذ، إلا إن كان بمراجعات إستراتيجية وتوافق كلي عند أصحاب المشروع، ومن أبرز هذه المحددات:

|| **تعريف المشروع:** وهي جمل تعريفية بالمشروع وماهيته، وأبرز غاية له، وتشمل أيضًا بيان مقره ومالكه ونحو ذلك.

|| **رسالة المشروع:** جملة مختصرة تبين مجال عمل المشروع وأهم غاياته وقيمه وميزاته.

|| **الغاية الإستراتيجية للمشروع:** تبين الهدف الأساسي من المشروع ورؤيته التي يسعى لتحقيقها.

|| **الأهداف الإعلامية الإستراتيجية للمشروع (المقاصد العامة):** وهي مجموعة من الأهداف الجزئية المنبثقة من الغاية.

|| **القيم العامة للمشروع:** هي مجموعة القواعد والموجّهات التي يؤمن بها المشروع، وتجسّد نظرتة لبيئة العمل والإنتاج والجمهور المستهدف، انطلاقًا من رسالته ورؤيته وأهدافه الإستراتيجية، وتعكس أداءه.

- || **هُويّة المشروع:** محددات فكرية وبصرية وسمعية للتعبير عن المشروع وتمييز إنتاجه وما يصدر عنه من محتوى؛ انسجاماً مع تعريفه ورسالته ورؤيته وأهدافه الإستراتيجية.
- || **تمويل المشروع:** لا بُدَّ من تحديد مصادر تمويل المشروع ومعرفة ميزانيته، والموازنة بين حجم المشروع، وما يتطلبه من مصروفات، وما يتوفر له من دخل مادي لتنفيذه.

03 إستراتيجية الأسس الإنتاجية للمشروع

وهي مجموعة المحددات التصنيفية التي يضعها الكيان الدعوي لإنتاج الوحدات الإنتاجية المطلوبة، وبدونها يكون الإنتاج عشوائياً وارتجالياً، يصعب ربطه بالأهداف الإستراتيجية والمقاصد العامة للمشروع.

فالأسس الحاكمة تحدد الرسالة والأهداف والهوية التي تشتمل عليها البرامج والوحدات الإنتاجية، بينما تحدد الأسس الإنتاجية الاختيارات المناسبة لهذه الوحدات وَفَقاً لمنهجية علمية واضحة.

ومن أبرز هذه الأسس:

- || الوظائف.
- || جمهور المشروع.
- || المجالات الموضوعية.
- || النطاقات الجغرافية.
- || القوالب الفنية وخطوط الإنتاج.
- || أطر تحقيق الوظائف وإيصال المضامين.
- || السياسات التحريرية العامة.

04 إستراتيجية المراحل الرئيسة للتأثير بالمحتوى الدعوي

وهي المنظومة المتكاملة التي تتوزع عليها الجهود في مشروع صناعة المحتوى ولو بنسب مختلفة، بحسب رؤية كل جهة، وحسب كل مشروع.

تُعنى كثير من الجهات الدعوية وكثير من صانعي المحتوى الدعوي بصناعة المنتج، وربما في مستوى ما بعد الإنتاج بوضعه في أقرب منصة نشر، منهنين بذلك مشروعًا أخذ من جهدهم ووقتهم ومالهم الكثير، غير أن النجاح الإعلامي لا يقتصر على الإنتاج ولا على النشر؛ بل هي منظومة متكاملة تتوزع عليها الجهود ولو بنسب مختلفة، وما لم تستكملها دورة العمل فسيظهر الخلل.

ويمكن تلخيص المراحل الرئيسية للعمل فيما يلي:

- || التخطيط العام.
- || التخطيط السنوي.
- || الإنتاج.
- || التعريف والترويج.
- || البث والانتشار.
- || التفاعل والتأثير.
- || التقويم والتطوير.

إستراتيجية الرشاقة والمحتوى الذكي

يتخذ مركز أصول من لفظة «الرشاقة» مصطلحًا له لتعزيز مفهوم إستراتيجي عملي، وهو: تعظيم الأولويات، والرشاقة في الوصول إليها.

تنطلق أولوياتنا من ديننا وقيمنا والتزامنا بالشرعية، وتنبنى إستراتيجية الرشاقة على التنقل بين الوسائل المباحة لخدمة هذه الأولويات، وتحقيق الأهداف المنبثقة عنها.

فلسنا محصورين بقالب أو أسلوب، ليس فقط في اختيار المفردات؛ بل في كل ما يتعلق بالمحتوى، من اختيار الموضوعات وتصنيفها، وفي القوالب، وفي الوسائط، وفي أشكال التسويق للمحتوى.

وعلى هذا فالرشاقة قيمة و«أسلوب حياة» في التعامل مع مقتضيات الواقع؛ وهي ترى أن «المحتوى الذكي» ليس له قيود شكلية، ما دام يستعمل الوسائل المباحة في الوصول لهدفه، مع ضبط المحتوى الشرعي ومعانيه.

03 أولويات المحتوى الدعوي

هناك نوعان من الأولويات المتعلقة بالمحتوى الدعوي:

|| **أولويات شرعية مجردة:** وهي الأولويات المقدّمة على غيرها بغض النظر عن الحال المخصوصة، فمثلاً: الأصل هو تقديم الدعوة إلى التوحيد، ثم الصلاة، ثم الزكاة، وهكذا.

|| **أولويات مقيّدة بالحال:** وهي الأولويات الطارئة بحسب ظروف الزمان والمكان والحال واختلاف الأشخاص.

فمثلاً: قد يُعتنى بالكلام عن قراءة القرآن في رمضان، ويُعتنى بالحديث عن الصدقة وقت المجاعة، ويُعتنى في حادثة معينة بما يناسب تلك الحادثة، وهكذا، وفي أسباب النزول وتطبيقات السنة النبوية نماذج وأدلة على ذلك.

وبناء على ما سبق، فمصادر تحديد أولوية المحتوى الدعوي هي:

|| **المصادر الشرعية:** وأصلها القرآن والسنة، ومنهما تأتي باقي الأدلة الأصولية؛ كالإجماع، والقياس، والمصالح المرسلة، وغيرها.

|| **المصادر الواقعية:** وهي محل اجتهاد يصدر عن العلم بالواقع، من خلال المشاهدات، والدراسات، والاستبيانات، وغيرها.

04 تصنيف موضوعات المحتوى الدعوي

هناك العديد من نماذج تصنيف الموضوعات، فمنها:

- || التصنيف بحسب موضوعات القرآن.
- || تصنيف الموضوعات حسب الآيات.
- || التصنيف بحسب مقاصد الشريعة.
- || تصنيفات كتب المحدثين.
- || تصنيفات الفقهاء.
- || التصنيف بحسب مكان العبادة.
- || تصنيفات مواقع إلكترونية مهتمة بالمحتوى الدعوي.
- || تصنيف ديوي العشري.
- || تصنيف ويكيبيديا.

المصفوفة المختارة لموضوعات المحتوى الدعوي

ينبغي أن يكون المبدأ الرئيس المستخدم في تصنيف المعلومات هو الاحتفاظ بمجموعة المعلومات معاً، ومن ثم الاستفادة من ذلك في تحقيق جملة أهداف منها:

- || سرعة الوصول إلى المعلومة المطلوبة.
 - || الترتيب الذهني للمعلومات.
 - || استكمال أي موضوع بالموضوعات ذات العلاقة المكتملة لمحتواه، والمقارنة بينها.
 - || التأكد من استيفاء الموضوعات أو نقصها أو تناسبها من حيث الحجم والتفصيل وغيره.
 - || مقارنة الموضوعات في مصدر ما بمصدر آخر.
- وغير ذلك.

المستفيدون من مصفوفة الموضوعات

01 الراغبون في تأسيس موسوعات للمحتوى الدعوي

سواء كانت مغلقة (كأغلب الموسوعات العلمية القديمة)، أو تفاعلية (على غرار الويكيبيديا).

02 مخزنو المحتوى الدعوي وناشره

كأصحاب المواقع والجهات الدعوية الراغبون في تقسيم محتواهم أو فهرسته، لا سيما الجهات المهتمة بنشر المحتوى الدعوي باللغات.

03 الراغبون في الدعوة إلى الله تعالى

كمعلمي الشريعة، وأئمة المساجد، ومشرفي المراكز الإسلامية، والمربّين، فهم يحتاجون إلى مصفوفة تقرب لهم الصورة الشمولية للموضوعات الدعوية، بعناوينها الكبار وكُتلها الرئيسية، فالمصفوفة تعطيهم تصوراً، ويحتاجون بعد ذلك إلى مراجع أخرى للحصول على تفاصيل تلك الموضوعات.

التصنيف المزدوج:

يمكن أن ينظر للتصنيف بنظرين:

01 الشكل الظاهر:

وهو الذي يظهر للمستخدم، فهذا يمكن أن يصنّف موضوعياً بأحد التقسيمات السابقة، بحسب توجه كل جهة، لتسهيل الوصول للمعلومة، وترتيبها منطقيًا، وترابطها معرفيًا. كما يمكن -خصوصًا في الخدمات الرقمية- أن تصنف الموضوعات بأكثر من تصنيف، ويكون هناك تصنيف أساسي -هو الأهم أو الأكثر استخدامًا- وتصنيفات فرعية تخدم الراغبين في تصنيفات محددة.

فمثلًا: في الكتب أو الشخصيات الفقهية يمكن أن تصنف مذهبياً، وتاريخياً، وجغرافياً.

02 الشكل الباطن:

وهي البنية الخفية للموضوعات المطلوبة، فتهتم بالموضوعات التي تهتم الناس، ويجري عليها بحثهم، وهناك مواقع كثيرة تهتم بهذا الأمر، ويمكن بعد ذلك أن تستخدم الكلمات المفتاحية Keywords أو الدلالات الموضوعية Descriptors، والتقنية الحديثة تخدم ذلك.



05 قوالب المحتوى الدعوي

يخاطب المحتوى الحواس المختلفة بقوالب متعددة، كما يلي:

- || حاسة البصر: بمواد مقروءة أو مرئية، وأوضح مثال لذلك الكتب المطبوعة، واللوحات، والأفلام.
 - || حاسة السمع: بمواد ومؤثرات صوتية، وأوضح مثال لذلك الإذاعات، والمقاطع الصوتية المنشورة في «ساوند كلاود Soundcloud» أو في مدونات السلاسل الصوتية «Podcast» مثلاً.
 - || حاسة اللمس ونحوه: بلغة برايل، وبعض الأدوات الحسية والمؤثرات في المعارض وغيرها.
 - || والمختلطة بين ذلك: بالمواد الجامعة بين الصوتي والمرئي، وأوضح مثال لذلك القنوات والمعارض واليوتيوب.
- ترى بعض الأبحاث أن الإنسان يحصل على 90% من المعلومات عبر البصر، و8% عبر السمع، و2% عبر الحواس الأخرى، ومن هذه المنافذ كلها يمكن مخاطبة العقل والوجدان، ولما كان السمع والبصر أبلغ المنافذ للمحتوى، كانا الأصل في تلقي المحتوى الدعوي.

وقوالب المحتوى الدعوي التي تخاطب هذه الحواس متنوعة، ومنها:

- || الكتب والكتيبات والمنشورات واللوحات.
- || القنوات والإذاعات الفضائية أو عبر الإنترنت.

|| الأفلام والمقاطع المرئية، والمقاطع الصوتية عبر الوسائط المختلفة.

|| الخطب والكلمات والحوارات والحفلات والمؤتمرات والمسارح.

|| الحديث المباشر.

أنواع المحتوى

عندما يقرأ بعض الناس كلمة «المحتوى» يتبادر إلى الذهن النصوص المكتوبة (Articles)، لكن هذه نظرة قاصرة بعض الشيء، فالمحتوى أعم وأشمل من ذلك، وأنواعه وأشكاله مختلفة، فهو يشمل الخطبة والمحاضرة والمقطع الصوتي والمقطع المرئي والمسرحية والمعرض وغيرها، إلى جانب الكلمة وبيت الشعر والتغريدة والمقالة والكتاب وما أشبه ذلك، وبيان ذلك فيما يلي:

|| **المحتوى النصي Articles:** ومثاله ما تقرأه الآن، فهو يعتمد في طريقة توصيل الفكرة أو المعلومة على النصوص المكتوبة، وهذا نمط قديم من أنماط المحتوى.

|| **المحتوى البصري Visual Content:** يعتمد المحتوى البصري أساساً على التفاعل البصري، وطريقة النظر للصورة وقراءة وفهم ما ترمز إليه، وهذا النوع من المحتوى ينتشر كثيراً على شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن الأمثلة عليه: الفيديو الصامت، والصور المتحركة GIF، فهي منتشرة كثيراً وذات فعالية وتأثير عالٍ.

|| **المحتوى الصوتي Audio Content:** المحتوى الذي يُلقى شفاهة ويتناقله الناس هو أقدم أنواع المحتويات وأوسعها، وتبقى الخطب وبرامج الإذاعة نموذجاً تاريخياً لهذا المحتوى.

يعتمد المحتوى الصوتي أساساً على التفاعل مع حاسة السمع، وللمسمع خاصية تأثير في القلب لا تضاهيها المحتويات السابقة، ولهذا أمر الله تعالى بالاستماع للقرآن كما أمر بقراءته، وقد توجه الكثير من محترفي صناعة المحتوى في السنوات الماضية إلى صناعة المحتوى الصوتي.

|| **محتوى الوسائط المتعددة Multimedia Content:** إذا كان المحتوى الدعوي النصي أو البصري أو السمعي مؤثراً، فإن محتوى الوسائط المتعددة يشاركها في ذلك وربما زاد.

ويبقى الفيديو هو النوع المفضل والأكثر تفاعلاً بين كل أنواع المحتوى؛ وذلك لأنه يخاطب السمع والبصر في الوقت نفسه، ويمكن عن طريق الفيديو الشرح التفصيلي والتفاعلي للكثير من الأمور التي يصعب شرحها بالطرق الأخرى، وهناك أرقام هائلة للمشاهدات تبينها الإحصاءات المتجددة.



خطوات إجرائية في صناعة المحتوى الدعوي

06

فيما يلي 20 خطوة إجرائية متسلسلة منطقيًا في صناعة المحتوى، ومن الممكن في كثير من الأحوال تبديل الخطوات وتقديم بعضها على بعض، كما يمكن دمجها وتجاوزها، وذلك بحسب حال المحتوى وظروفه وظروف صانعيه من أفراد أو مؤسسات:

01 الإخلاص:

الإخلاص أصل العمل؛ لأنك مأجور إن أخلصت ولو لم ينجح محتواك الدعوي، ومأزور إن لم تخلص وإن نجح محتواك.

02 ضع خطة واجمع فريق عمل:

ما يستوي الأعمى والبصير، والخطة رؤية -بالبصيرة- لطريقك في صناعة المحتوى، وهي حصيلة ثلاثة أمور:

|| أين أنا، وما الذي أملكه؟

|| ماذا أريد، وما أهداني؟

|| كيف أصل، وما الأدوات؟

ثم تأتي مرحلة إعداد فريق العمل امتثالاً لقوله تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ﴾ [المائدة: ٢].

فأكثر أعمال صناعة المحتوى تحتاج لقدرات متعددة لا يتقنها أي شخص بمفرده، ولو أتقن جزءاً ففي الفريق عقول وأياد إضافية تعينه، وصفات الفريق تختلف باختلاف كل مشروع.

03 حدّد الشريحة المستهدفة:

المستهدف هو الرقم الصعب في صناعة المحتوى الدعوي، وكلما عرفنا خصائصه، واحتياجاته، ورغباته كانت إمكانية التأثير أقوى، ويشمل 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 له.

04 حدّد الآثار والأهداف:

التخطيط 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 عندهم رؤية كافية لما يريدون الحصول عليه؛ وقد يكون المحتوى مبهرًا لكنه بلا أثر؛ مع أن صناعة الأثر هي الوجه الثاني لعملية صناعة المحتوى.

05 حدّد نوع المحتوى ومنصة النشر:

اختر نوع محتواك (نصوص، فيديو..)، ومنصة النشر (إكس، يوتيوب..)، مع ملاحظة أن الاختيار يتأثر بالهدف والإمكانات (مثلاً: الفيلم أصعب..)، وطبيعة المحتوى (القرآن بالصوت مؤثر)، والشريحة المستهدفة (الطفل يتأثر بالصورة).

على أن الفيديو اليوم أصبح من أقوى أنواع المحتوى، ومنصة النشر تتأثر بالفكرة ونوع المحتوى والجمهور من حيث عاداته الاتصالية وقابلية تأثره، والتكلفة، والوقت.

06 حدد الإستراتيجية:

على صانع المحتوى أن يختار إستراتيجيته، والتي تتأثر بعوامل مختلفة؛ فقد يختار خطاباً مباشراً واضحاً يصل إلى الهدف مباشرة، وقد يختار خطاباً غير مباشر؛ كما يقول صاحب مصطلح القوة الناعمة: «أفضل الدعايات ليست دعائية»، وكذلك قد يختار الخطاب العقلي وقد يختار العاطفي،

وقد يستهدف ربطه بواقع معين أو يجعله مفتوحًا.

07 اختر الموضوع العام والأفكار الرئيسة:

بحسب أولويات الموضوعات وبحسب أهدافك وشريحتك ومنصتك ستختار الموضوع الأنسب، وأبرز الأفكار الرئيسة التي تحدد الإطار العام له.

08 اجمع المضامين والمعلومات:

المحتوى الدعوي واسع، ومصادره التي يمكن جمع المعلومات منها واسعة كذلك، ويمكن أن تقسم بطريقتين؛ باعتبار جاهزية النشر، وباعتبار نوع المحتوى.

09 ضع عنوانًا:

ومن سمات العنوان: الجاذبية التي تحفّز المستهدف على اكتشاف الموضوع وقراءته أو سماعه ورؤيته، وإثارة الاهتمام بالتنبيه على ميزة المحتوى، وتوليد حس الحاجة إليه، والعفوية، والعملية، والإيجاز بحيث يُحفظ ويَعْلَق في الذهن.

10 صياغة المحتوى:

النفس تملّ النمط الواحد، ويجذبها التنوع في مادة المحتوى؛ بين معلومة، وقصة، ومثال واقعي، ومقاطع أدبية، وحوار، وطرفة، وموعظة، وفي عرضه؛ بين صورة، وحركة، وأصوات متنوعة، وقد يحتاج التنوع كما يرى مختصون إلى: خصوبة خيال، وسعة إدراك، وإنسانية، وروح دعابة.

11 قم بالتدقيق الإملائي واللفوي:

اللغة السليمة تُكسب المحتوى قوة في التأثير -حتى مع غير المتخصص- فيراعى في المحتوى: صحة الكلمات وفهم الجمهور المستهدف لها وجذبها لهم؛ أو على الأقل عدم نفورهم منها، مع صحة الإملاء في المواد النصية.

أما اللغة الشعبية في الكلام فقد تُطلب أحيانًا لزيادة التأثير في موضوعات، أو قوالب، أو مع فئات بعينها.

12 المحتوى بشكله النهائي:

يختلف الشكل النهائي للمحتوى بحسب كل محتوى، وتُستخدَم هنا الإستراتيجيات الإعلامية والفنية المختلفة، كاختيار الألوان والأصوات والحركات الملائمة للمقطع المرئي مثلاً، أو مراعاة حركات الجسم والنبرة في أداء التواصل البشري مع الجمهور، وغير ذلك.

13 حدّد عملاً (نداء الإجراء):

اطلاع المستهدف على المحتوى لا يحوِّله إلى مستفيد كامل، فمن المهم أن تظهر له ما يحتاج إلى القيام به ضمن إستراتيجيتك؛ كأن يُطلب منه الاشتراك أو التحميل أو النشر، وذلك بصيغة دافعة ومنبّهة للحاجة لفعل ذلك.

14 استعمل الذوق والخيال وعدّل:

ضع نفسك مكان المستفيد، واستعمل الذوق والخيال للتأكد من فاعلية محتواك الدعوي وجاذبيته، ومن ترابط الموضوع باعتباره كتلة كاملة من الموضوعات والصورة أو الصوت، ويمكن أن تستفيد من مقوّم خارجي لا يملك خلفية مسبقة.

15 استعن بالله وانشر:

المراجعة والتصحيح ينبغي أن تكون بقدر، لأنها لا تنتهي، والكمال محال، وقد يقف بعضهم عن العمل لاستغراقه في التدقيق، ولهذا فبعد التحسين الممكن استعن بالله توكلاً ودعاءً واستخارةً وانشر حسب المنصة المختارة، وكما اعتنيت بالمحتوى فاعتن بنشره وتسويقه للوصول إلى أكبر قدر من الشريحة المستهدفة وإلى أعرق أثر، واستفد من النشر الإلكتروني.

16 النشر والملكية الفكرية:

الملكية الفكرية هي حقوق امتلاك جهة ما لأعمال الفكر الإبداعية، وهنا أمران مهمان؛ الأول: الاستفادة من محتوى الغير، والثاني: منح الغير حق الاستفادة من المحتوى أو عدمه، وكلاهما يخضعان إلى الضوابط الشرعية، والقوانين والأنظمة المرعية في كل بلد.

17 راقب ردود الأفعال:

بعد النشر ينبغي أن تفتح عينيك وأذنيك على ردود الأفعال أيًا كانت، ولكن دون أن تعتبرها تقويمًا كاملًا فتنحطم لنقد أو تغتر بمدح، بل اعتبرها موجّهات وتجربة، واكتشف بذلك مواقع التأثير، وجوانب قوتك وضعفك، واهتم بردود النخب والمخلصين والعقلاء. ويمكن اكتشاف هذه الردود عبر: الاستفتاءات، والمقابلات، والقياسات، والتعليقات على المواد المنشورة عبر منصات النشر المختلفة، وتوفير إمكانية التقويم من المدعويين للمحتوى ولصانعي المحتوى الدعوي.

18 استثمر جمهورك:

بنشر محتواك ستكتشف جمهورًا خاصًا بك، يناسبهم أسلوبك في المحتوى والعرض، فأقم علاقة معهم عبر وسائل التواصل المختلفة، أو كلّف من يتواصل معهم، ففي النهاية لن تكون رابحًا لكل الجمهور، ومن الخطأ أن تهمل الجمهور الذي وافق طلبًا لجمهور لم يوافقك. استثمر جمهورك في تحسين محتواك ونشره، ويمكنك الاستفادة من علم إدارة الحشود.

19 التغذية الراجعة:

في كل مرحلة وبعد كل منتج ستحتاج إلى وقفة محاسبة تطابق فيها الأهداف بالنتائج. استفد من نمط التحسين المستمر: (خطّط، نفّذ، قوّم، حسّن)، واستفد من الآخرين، وكن مرناً، وفي حال التكرار تأكد من العوامل التي تغيرت زمنياً أو بسبب التكرار، واستفد من كل المعلومات للرجوع بمحتوى دعوي أفضل بإذن الله تعالى.

20 التحسين المستمر:

لا يمكن أن يوجد منتج بشري كامل، فلماذا لا بد من الجمع بين الاجتهاد في تلافي الأخطاء -دون تكلف- وبين البدء بالعمل -دون إهمال- والاستفادة من فكرة التحسين المستمر.



قواعد في بناء المحتوى الدعوي

07

01 مبادئ أساسية

- || الإخلاص لله تعالى.
- || الاستعانة بالله تعالى.
- || الالتزام بالشريعة في الأهداف والوسائل.
- || الصبر على لوازم النجاح.

02 قواعد في المعنى

- || التأكد من كون المعنى صادقاً ومقبولاً شرعاً.
- || الربط ما أمكن بالكتاب والسنة.
- || مناسبة المعنى للسياق.
- || البيان والبناء هو الأصل، والرد والهدم عارض.
- || الأصل العناية بالفكرة قبل الأشخاص.
- || الحرص على الوضوح وتقريب المعنى للمتلقّي.

|| التأكيد من سلامة الترجمة ومراعاة القواعد والمناهج الخاصة بذلك [ويمكن هنا الاستفادة من كتاب مركز أصول: أصول الترجمة].

03 قواعد في المبنى

- || حُسن العرض (صوتًا وصورة...).
- || العناية بالأسئلة والتشبيه وضرب الأمثال والترغيب والترهيب، وبالقصص؛ وهي من أهم الأساليب.
- || العناية بتسلسل المادة.
- || تغليب التوجيه غير المباشر.
- || الإيجاز أو البسط على حسب المقام.

04 قواعد في المستهدفين

- || التركيز على الفئة الأهم (الأهم تأثيرًا، أو عددًا، أو حاجة وعدم كفاية...).
- || التدرج كأسلوب الحلزونة؛ بالاختصار في الأمور الأساسية، ثم الارتقاء في أمور أعمق مع شيء من التوسع (فمثلًا في مراحل المسلم الجديد: التركيز على المعنى القيمي، ثم الشمولي، ثم التخصصي).

05 ترجمة المحتوى الدعوي

من كمال دين الإسلام أنه دعوة عالمية ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا﴾ [سبأ: ٢٨]، وحيث إن أكثر الشعوب الإسلامية لا تتكلم باللغة العربية -فضلاً عن المدعوين من غير المسلمين- فالجمهور الأكبر المستهدف بالدعوة يحتاج لمحتوى بلغاته وثقافته وطبائه المتنوعة، وحيث إن كثيراً من المحتوى الدعوي باللغة العربية، فهذا يستدعي ترجمته للغات أخرى، وحيث إن كثيراً من المحتوى الدعوي المتميز صُنِعَ بلغات أخرى، خصوصاً اللغة الإنجليزية -نظراً للتقدم التقني في عدد من الدول الناطقة بها- فهذا يستدعي ترجمته أيضاً.

وقد اهتم مركز أصول بترجمة المحتوى، وأقام لذلك عدة مشاريع، ولأهمية الموضوع فقد أفرد المركز لترجمة المحتوى وثيقة خاصة يمكن الاستفادة منها، كما يمكن أن يستفاد في هذا الباب من جهود مركز رواد الترجمة وغيره من الجهات الموثوقة.

أنواع الترجمة

|| **التكافؤ الشكلي:** وهو يتوجه إلى الرسالة نفسها في الشكل والمحتوى معاً، ومثاله نقل الكلمة حسب طريقة نطقها، مثلاً: حج Hajj، وهو يناسب العبارات الدقيقة والمصطلحات، ويبيدي اهتماماً بموازنة الرسالة المنقولة إلى اللغة المنقول إليها بنفس العناصر المختلفة الموجودة في اللغة المصدر، وبأدق درجة ممكنة.

|| **التكافؤ المعنوي:** يتوجه إلى المستوى الكامل من «طبيعية» التعبير، فلا يشترط الترجمة الحرفية، فالترجم يستوعب النص الذي كُتب بلغة أخرى استيعاباً يتعدى الشكل والأسلوب إلى المضامين والأفكار فيعبر عنها.

وبين هذين التوجهين هناك درجات مختلفة من الترجمة، ولكل ما يناسبه.

مقومات الترجمة

|| إتقان اللغة المصدر، أي اللغة المنقول منها.

|| إتقان اللغة الهدف، أي المنقول إليها، إلى حد يسمح بنقل النص المراد ترجمته دون إخلال بالمعنى.

|| ويشدد الأمر إذا كانت الترجمة لمعاني القرآن الكريم، وذلك لأنه كلام الله تعالى، ولابتناء الدين عليه، ولكون القرآن الكريم من أعلى الكلام، وهو الذي أعجز البلغاء أن يأتوا بمثله، وإذا كان تفسير القرآن العربي باللغة العربية تتفاوت فيه قدرات الناس، فكيف يكون تفسيره بلغة أخرى؟!|

مسؤوليات المترجم تجاه النصوص الشرعية

|| التأكد من ثبوت النص المراد ترجمته حين يكون الاستدلال مبنياً عليه.

|| التأكد من الفهم الصحيح للنص حسب الأصول الشرعية واللغوية، وليس حسب بيئة المترجم، ومما يعين على ذلك وجود تأصيل عقدي وشرعي عنده.

|| امتلاك الأدوات والمقومات الخاصة بالترجمة.

|| مراقبة الله تعالى والأمانة، ونقل الكلام المترجم كما قاله قائله، وليس كما يريد المترجم.

دورة عمل مقترحة لترجمة المحتوى الدعوي

- || اختيار الهدف من الترجمة.
- || اختيار الشريحة المستهدفة بالمحتوى.
- || اختيار اللغة الخاصة الملائمة للشريحة المستهدفة.
- || اختيار المحتوى.
- || اختيار المترجم المستوعب للغة الأولى والمتمكّن في اللغة الثانية.
- || إفادة المترجم بالضوابط والتنبيهات اللازمة، ومساعدته بمراجع إن احتاج العمل إلى ذلك.
- || هيكلة النص بعمود للنص الأصلي وعمود للنص المترجم.
- || البدء في الترجمة.
- || صياغة كامل الترجمة بأسلوب واحد (خصوصاً عند تعدد المترجمين).
- || تحكيم الترجمة عند من يستوعب اللغتين (ويمكن العمل في ذلك بالتوازي مع الترجمة).
- || مراجعة النص المترجم من قبل متخصص بلاغي يتقن اللغتين.
- || التصحيح أو استكمال الإجراءات الفنية والإدارية.



08 التقنية في المحتوى الدعوي



لماذا الحديث عن التقنية في المحتوى الدعوي؟

- || ميزات التقنية المهمة جداً؛ كالانتشار، والتفاعلية، والسهولة، والسرعة، والرخص، والديمومة.
- || الحاجة لإدارة الكم الضخم من المعلومات الدعوية.
- || التسارع غير المسبوق في التقنية؛ مع ما يقابله من قصور دعوي في مواكبة جديد التقنية، ونقص التحديث.
- || احتياج الاحترافية لشروط وتكاليف تقصر عنها -أو لم تلتفت لها- أكثر الجهات الدعوية.
- || الفرصة الدعوية في التأثير في جمهور التقنية، وهو ما يقتضيه الواقع اليوم.
- || افتقاد الجهات التنسيقية، والمرجعية الدعوية المتخصصة، للاستفادة من التقنية.

01 مجالات استخدام التقنية في المحتوى الدعوي

- || الأجهزة الحديثة لصناعة المحتوى أو عرضه.
- || التوسع في الفضاء الافتراضي.
- || إنشاء قاعدة بيانات متكاملة بخدماتها، وتهيئة الدعاة لها.
- || الاستهداف الموجّه.
- || تنويع شكل المحتوى الدعوي.
- || الاستفادة من نظم دعم اتخاذ القرار.
- || التواصل الاجتماعي المباشر.
- || إعادة الاستخدام والتدوير.
- || تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- || إدارة الحشود بالتقنية.
- || خدمات محركات البحث.
- || التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

02 أتمتة عملية إدارة الأداء في المحتوى الدعوي

أتمتة عملية إدارة الأداء في محتواك الدعوي ستعود عليك -بإذن الله- بفوائد عديدة، وستجعلك قادرًا على الاستفادة إلى أقصى حد من أنظمة القياس والإدارة الإستراتيجية والتواصل، فالتحليل المتقدمة، وصنع القرارات التي توفرها حتى أبسط البرامج، تتيح للشركات تنفيذ التقويمات المعقدة للأداء وإجراء فحص دقيق للعلاقات القائمة بين مقاييس الأداء لديها.

03 النشر الإلكتروني

للنشر الإلكتروني خصائص عدة تجعله الوسيلة الأكثر حيوية وتأثيراً، وجاء الإنترنت والتواصل الاجتماعي ليتقدم التأثير؛ فالموقع الشبكي الواحد اليوم فيه اندماج بين وسائل إعلامية مختلفة في وسيلة واحدة تمكن من النشر الأوسع والأسرع والأكثر احترافية.

يتميز النشر الإلكتروني بالانتشار الواسع المتجاوز للزمان والمكان، وبتداوله من كافة شرائح المجتمع، وبالتفاعلية والسهولة والسرعة والرخص والديمومة النسبية، وإمكانية الوصول للمعلومة، وسهولة استرجاعها واستحضارها، وسهولة تصحيحها وتحديثها وإمكانية تحديد الشرائح، وغيرها.

مزايا النشر الإلكتروني

- || خفض نفقات التكلفة في صناعته وفي استقباله.
- || اختصار الوقت في صناعته ونشره والوصول إليه.
- || الوصول إلى الشرائح المختلفة باختلاف البلدان والمستويات والأعمار.
- || وجوده في أي وقت يرغبه المستخدم.
- || زيادة الكفاءة والفعالية في استخدام المعلومات.
- || التماشي مع النمط الحياتي في المجتمع.
- || تجاوز مركزية وسائل الإعلام.
- || تكوين واقع جديد وهو الواقع الافتراضي.

04 أهم التوصيات للمهتمين بصناعة المحتوى الدعوي

- || التركيز على الأعمال النوعية في استثمار الجهود القائمة، وليس الاقتصار على مجرد الوجود بأعمال تنفيذية جديدة غير مدروسة، ومن ذلك:

- الاستفادة من الموروث الضخم للمحتوى الدعوي، بانتقاء التجارب المميزة وإعادة إنتاجها أو تدويرها وتعميمها، حيث إن كثيراً من التجارب المميزة لا ينقصها الاحتراف بقدر ما ينقصها التسويق المميز (كثير من المحترفين ينعفس في تجويد المنتج، ولا يملك مهارة تسويقه).
- الاستفادة من الموروث الضخم للمحتوى الدعوي بإيجاد أدوات البحث الذكية، حيث تملك الدعوة بحرًا من المحتوى الدعوي، وتحتاج إلى تسهيل الوصول إليه.
- إيجاد جهات خادمة لصناعة المحتوى الدعوي؛ كبناء الرؤى والإستراتيجيات، وتقديم الخدمات التقنية المتخصصة التي تخفى على عامة ناشري الخير (صانعي المحتوى الدعوي).
- التركيز على الدراسات الواسعة لمعرفة السوق الدعوي وغير الدعوي، وإيجاد قاعدة بيانات للجهود والمنتجات -غير الجهات والأشخاص- مع تقويمها، وتجنب البدء من الصفر.
- التركيز على العمل التنسيقي بين المهتمين بالمحتوى الدعوي، سواء كانوا جهاتٍ أو أشخاصًا أو منتجات، للاستفادة من الجهود المبعثرة.
- الاهتمام بعملية تدوير المنتج، فالمادة الواحدة يمكن أن تخرج بما لا يُحصى من الصور (فالكتاب مثلاً يمكن: تجزئته، وتحويله لتغريدات في إكس وسائر برامج التواصل، أو لمحاضرة، أو خطبة جمعة، وتقديمه في عرض بوربوينت، ودمج كثير من موادهِ في مادة جديدة، وغير ذلك).



|| التركيز على العمل بطريقتين:

الأولى- سياسة الإغراق الإعلامي: بصناعة أو انتقاء مواد دعوية صغيرة الحجم والتكاليف؛ ومنتقنة نسبيًا، والسعي في تسويقها ونشرها لأبعد مدى، وإغراق السوق بها (الامتداد الأفقي والتركيز على الانتشار)، ومن أمثلة ذلك: حصن المسلم وتفسير العشر الأخير.

الثانية- صناعة مواد احترافية: والعمل بأعلى المعايير ولو كلفت كثيرًا وكان عددها أقل، واستغني بها عن مواد أخرى، حيث تكون ذات ثقل وجاذبية عالية (الامتداد العمودي والتركيز على الاحترافية).

|| تجنب العمل بطريقة التكاليف الضخمة والمردود الضعيف، مثل إنفاق الأموال الضخمة على مواد ليست باحترافية مغرية باحترافها، ولا رخيصة قابلة لصنع أعداد كثيرة مثلها، والأشد من ذلك حين لا تُسوّق تسويقًا حقيقيًا.

|| التركيز على البث عبر منصات البث الخاصة بالمشروع والممولة منه على الإنترنت وعلى مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، دون إغفال الأقمار الاصطناعية، وذلك لمواكبة التطورات التقنية المتتابة لعملية الاتصال، في ظل الانحسار التدريجي النسبي لمشاهدي التلفزيون، وتغير عادات المشاهدة لدى الشرائح الرئيسة المستهدفة، ولتسهيل أعمال قياس التفاعل والتأثير.

|| إسناد تخطيط أعمال المواقع، ومنصات البث، وصفحات التواصل الاجتماعي، والتعريف والترويج والتفاعل والتأثير، لجهة استشارية محترفة.

|| توثيق آليات ومراحل العمل المختلفة، واعتماد نماذج موحدة لمختلف مراحل العمل؛ كنماذج التقويم للبرامج والأنشطة المختلفة، ونماذج بطاقات البرامج، ونماذج مصفوفات الإنتاج، وخرائط الاستهداف..إلخ، حيث تعد ثروة فكرية، ويمكن الاستفادة منها في أعمال لاحقة ولو بنوع تحوير، أو يمكن أن تفيد جهات أخرى.

|| السعي دومًا للوصول لمنصات البث المتميزة قبل الإنتاج، ورفع نسبة التنسيق معها، بحيث يتم إنتاج بعض المنتجات بما يتناسب مع سياسات وأهداف الجهة الدعوية، وبما يتناسب مع احتياجات وضوابط وشروط هذه المنصات، وكذلك الاستفادة من المشاهير أو صناعاتهم.

05 أبرز أخطاء صانعي المحتوى الدعوي

- || الانغماس في العمل والإنتاج دون إعطاء اهتمام للفكر الإستراتيجي الذي يُنضج العمل، ويُعمِّق الأثر، ويوفّر التكلفة.
- || الإغراق في تجويد الرؤى والخطط والدوران حولها وافتراس الكمال -خصوصًا في البدايات- دون اقتحام عقبة العمل وتجربة الواقع.
- || الظن بأن التكلفة أو الجهد هي الجودة.
- || إسناد أعمال المحتوى الدعوي إلى الأشخاص الفاعلين الصابرين على الحركة ومواصلة المشروع، ولكنهم غير محترفين ولا معتمدين على محترفين، أو إسناده إلى محترفين عندهم ملل، أو ليست لديهم حماسة للعمل، أو مغرقين في التفاصيل بطريقة توقف العمل.
- || الاكتفاء بإخراج المادة -ولو كانت احترافية- مرة واحدة، ثم الانشغال بصناعة مادة أخرى، دون وجود جهة أخرى تهتم بتسويق تلك المادة، والدعاية لها، وكثرة الطُّرق عليها.



التعامل مع المسلم
الجديد واحتياجاته

الكفاية
التاسعة

هدف الكفاية

تمكين الدعاة من الأساليب
النموذجية للتعامل مع المسلم
الجديد



- 01 أسس دعوة المسلم الجديد
- 02 احتياجات المسلم الجديد
- 03 حلول متابعة المسلم الجديد
- 04 مشكلات المسلم الجديد
- 05 مشكلات المراكز الإسلامية
- 06 الحوار الإلكتروني الدعوي
- 07 المحتوى الدعوي والتعليمي الموجه للمسلم الجديد
- 08 أساليب تعليم المحتوى

01 أسس دعوة المسلم الجديد

01 المسلم الجديد

هو المنتقل من ديانة أخرى -أو من لا دين- إلى دين الإسلام، ويبقى هذا الوصف ملازمًا له من إعلان إسلامه، إلى حين رسوخ قدمه في الإسلام وتكيفه مع بيئته، أي حتى يحسُن إسلامه. وتكون حاجة المسلم الجديد ومن يقوم عليه بحسب حداثة إسلامه وقوته ضعفه، حيث تقل بزيادة رسوخه في الإسلام وتكيفه مع البيئات الإسلامية، والعكس صحيح.

02 تفاوت استمرار التدين عند المسلمين الجدد

هناك عدة عوامل تؤثر في استمرار تدين المسلمين الجدد، منها:

- || تفاوت قوة سبب الدخول في الإسلام؛ فالدخول عن قناعة عقلية ورضًا نفسيًا عالٍ، مع وجود بيئة مساعدة يرفع من نسبة الانطلاق، والعكس في كل ذلك يخفضها.
- || استمرار العوامل الرافعة أو الخافضة؛ فازدياد التعلم مثلًا قد يرفع النسبة، وورود الشبهات قد يخفضها.
- || الطبيعة النفسية للمسلم الجديد، والتي تؤثر أحيانًا في سرعة اتخاذ القرارات أو بطئها، أو سهولة الاستجابة للضغوطات وصعوبتها.

03 أسباب الاهتمام بالمسلم الجديد

- || العناية بالمسلم الجديد تسهم في بقاءه على الإسلام.
- || الحفاظ على إسلام المسلم الجديد أولى من دعوة غير المسلم من حيث الأصل.
- || وجود كثير من المشكلات المتعلقة بفتة المسلمين الجدد، والتي تحتاج لحلول.

04 أسس دعوة المسلم الجديد

- المسلم الجديد مشترك مع سائر المسلمين في أصل التكليف، وفي وجوب شرائع الإسلام عليه، وإنما تراعى فيه بعض القواعد الشرعية من مراعاة الأحوال والتدرج.
- ويمكن الإشارة هنا إلى عدة أسس دلت عليها الشريعة والمعطيات الحديثة في دعوة المسلم الجديد:
- || دعوة المسلم الجديد ليست مسألة حادثة - وإن استجدت بعض الحوادث على أصحابها - بل قديمة منذ بعثة رسول الله ﷺ - بل من زمن الرسل قبله - فجميع من أسلم مع رسول الله ﷺ كانوا في أول أمرهم مسلمين جدداً.
- || الشريعة جاءت تبيانا لكل شيء؛ فمن المهم في التعامل مع المسلمين الجدد النظر في أصول الشريعة ومقاصدها وتفصيلاتها في هذا الأمر، دون الاقتصار على الانطباعات والخبرات الذاتية، ولو من أناس مسلمين وعقلاء ومحبين للخير.
- || ضرورة مراعاة مقاصد الشريعة ووسائلها في التعامل مع هذه المسألة.
- || «المسلم الجديد» وصف باقٍ إلى آخر الزمان، فالعناية بالمسلم الجديد مشروع مستمر إلى آخر الزمان.
- || قرار الإسلام قرار جوهري، ينبغي أن يقدر ظرف الداخل فيه، حيث يرتبط هذا القرار بالمعتقد والمجتمع.
- || تشير الدراسات الحديثة إلى أن الإسلام هو أكثر الأديان نمواً في عدد المنتمين إليه، سواء من ناحية الولادة، أو من ناحية المتحولين إليه، وهذا أمر ينبغي أخذه في الحسبان.



02 احتياجات المسلم الجديد

يمكن تقسيم احتياجات المسلم الجديد إلى ثلاث مجموعات رئيسة كالتالي:

|| مجموعة احتياجات ما قبل الإسلام.

|| مجموعة احتياجات أول الإسلام.

|| مجموعة احتياجات الأيام التالية للإسلام.

أولاً: مجموعة احتياجات ما قبل الإسلام

01 بناء الصورة الانطباعية الإيجابية عن المسلمين

مهما قيل عن أهمية الفصل بين الأفكار والأشخاص، فإن أغلب الناس يصعب عليهم الحكم على الإسلام معزولاً عن تصورهم لأفراده.

وبناء صورة إيجابية عن المسلمين مهمة؛ لأنه سيبقى جزء منها في مخيلة المسلم الجديد بعد إسلامه، وستساهم في قوة القناعة والثبات، وسواء كانت الصورة الانطباعية عبر الداعية المباشر أو عبر صناعة صورة إعلامية؛ فكلهما مؤثر.

02 أن يُدعى للإسلام بما يتضمن تمكن الإسلام

مما يفيد المسلم الجديد أن يدخل الإسلام في قلبه دخولاً صحيحاً؛ فيكون عن قناعة ورضا تامين، عبر دلائل الآيات والحجج؛ لأنها تساعد على بقاء أديم لإسلامه، والمقصود أن يكون هذا الأمر هو السمة الغالبة والمنهج العام للدعوة.

03 أن يُدعى للإسلام عبر عقيدة صحيحة ودعاة سنة

ذلك أن للدعوة الأولى انطباعها في النفس، وللداعية الذي أسلم المرء بسببه فضل ومكانة بل سطوة في كثير من الأحيان، فإن كان فاسد العقيدة أو مبتدعاً فقد يعسر على المسلم الجديد مخالفته إن ظهر له الحق لاحقاً، أو قد تبقى في النفس من دعوته المنحرفة بقية.

04 أن يكون أول ما يُدعى إليه شهادة التوحيد (الدخول المعتبر للإسلام)

عند رغبة المرء الدخول في الإسلام، فالمطلوب الأول منه هو الشهادة التي يدخل بها الإسلام. وتكون الشهادة بالنطق باللسان مع فهم لمعنى دخوله الإسلام ولو بحده الأدنى، كالفهم أنه يعتنق الإسلام، الذي هو دين يُعبد الله فيه وحده، ويمكن أن يكون ذلك مباشرة أو عبر الهاتف أو أي وسيلة أخرى.

05 قبول الإسلام منه ابتداءً

قد يريد المرء أن يسلم، أو لا يمانع في ذلك، ولكنه لا يريد الالتزام ببعض شرائع الإسلام؛ كترك الخمر، أو صديق من الجنس الآخر، أو لا يريد الصوم، أو لا تريد امرأة لبس الحجاب، فينبغي قبول الإسلام من الشخص ابتداءً، ثم يؤمر لاحقاً بتلك الشرائع؛ لأن قبوله الإسلام مع تلك المعاصي والكبائر أخف من بقاءه على الكفر، ثم إنه يُرجى أن يستقيم بعد دخوله الإسلام وذوق حلوته، ولو بعد مدة.

ويشهد لهذا آثار على تفاوت في صحتها؛ منها حديث نصر بن عاصم الليثي عن رجل منهم أنه أتى النبي ﷺ فأسلم على أن يصلي صلاتين فقبل منه، رواه أحمد، وفي لفظ آخر له على ألا يصلي إلا صلاة فقبل منه.

ثانياً: مجموعة احتياجات أول الإسلام

01 السرور بإسلامه وإظهار ذلك له

وهذا السرور سببه أن المسلم يسر بالخير لأخيه المسلم، بل بأعظم خير يتصور له في حياته، ويُسرُّ بعلو كلمة التوحيد وزوال كلمة شرك، وفي إظهار ذلك للمسلم الجديد نوع تقدير، ومشاركة لأعظم حدث في حياته، وفيه تثبتت له على الإسلام، وفتح باب لتقبل الدعوة، وتقوية إسلام غيره.

02 تبشيره بغفران الذنوب

فالإسلام يَجِبُ ما قبله، فمهما أتى الإنسان قبل إسلامه من منكرات فإن الله يمحوه بالإسلام، وتبشير المسلم الجديد بهذا يشرح صدره، ويعطيه مساحة كبيرة من الأمل والسكينة، ومحبة الله التواب الرحيم.

03 تبشيره بثبوت أجر الأعمال الصالحة التي عملها قبل إسلامه

وهذا مكمل لما قبله، وفيه الفوائد السابقة مع الإقبال على الإسلام، وانسراح الصدر للعمل، وهو يفتح الباب لدعوة المسلم الجديد للمداومة على تلك الأعمال وطلب عظيم الأجر.

04 المعاملة الحسنة والتألف بالمال

فالمسلم الجديد - أيًا كان موقعه من مجتمعه الذي كان يعيش فيه - بحاجة إلى تقدير مشاعره، وتقدير شخصه؛ فقبوله للإسلام والدخول فيه ليس حدثًا صغيرًا في حياته؛ بل هو تغيير شامل يتأثر به ويؤثر على من حوله.

ويمكن في حالات معينة تألفه بالمال لتثبيته على الدين.

05 أول برامج الدعوة لتحقيق الإسلام

جاء الإسلام بشرائع حسنة كثيرة، والأصل هو الدعوة إلى التوحيد وتحقيق الشهادة، فإذا تمت الاستجابة لها تأتي الدعوة لما بعدها من الشرائع.

06 إرشاده للاغتسال بعد الإسلام إن أمكن

لا يشترط لمن أراد الدخول في الإسلام أن يغتسل، بل من أتى بالشهادتين فقد أسلم، ويحكم له بأحكام المسلمين، لكن بعد ذلك من المشروع له أن يغتسل.

07 تهيئة عودته لبيئته الخاصة (أهل، عمل، صحة خاصة)

لا يبقى المسلم الجديد غالبًا في المكان الذي دُعي فيه وأسلم فيه؛ بل سيعود إلى بيئته، سواء كانت مسلمة أو غير مسلمة، وطريقة عودة المسلم الجديد إلى بيئته السابقة، والعيش معها، بل ودعوتها لا يمكن إعطاء حكم شامل فيها، بل ينظر للمتغيرات المؤثرة، فإن كان قويًا في إيمانه وبيانه متحمسًا للدعوة فعودته مستحسنة، أما إن كان ضعيفًا في إيمانه أو من النوع الذي يتأثر بالضغط ويخشى عليه من الردة، فتؤخر عودته حتى يستقر الإيمان في قلبه، وقد تكون المصلحة في عدم عودته أبدًا، ولكل حال حكمها.

ثالثًا: مجموعة احتياجات الأيام التالية للإسلام

01 التدرج في دعوة المسلم الجديد

يكون فهم المسلم الجديد للإسلام مجملًا في أول إسلامه غالبًا، ويكون التزامه به كذلك، فينبغي عرض شرائع الإسلام عليه بالتدرج، الأولى فالأولى.

02 العناية بتثبيت الإيمان

فهذا أمر في غاية الأهمية لضمان استمرار إسلامه، يقول أحد الدعاة وكان مسلمًا جديدًا: «دائمًا ما أقول: إن المسلم الجديد ضعيف للغاية، ومعرض للانتكاسة في أي وقت».

03 العناية بالصلاة

الصلاة مشروع كبير في تربية المسلم الجديد، ففيها كثير من معاني الإيمان بالله، وتساوي الناس أمامه جل وعلا - خصوصًا صلاة الجماعة - وفيها التربية على العدل والتواضع والانضباط، وغير ذلك.

04 عذر المسلم الجديد في كثير من أخطائه

دخول المسلم الجديد في الإسلام انتقال من عالم لعالم مختلف تمامًا، في العقائد والقيم والأفكار والعادات، فمن المهم جدًا تفهم أن المسلم الجديد سيقع في أخطاء ومخالفات، واحتمال ما يمكن منها والصبر عليه حتى يستقيم على شرائع الإسلام.

05 بناء بيئة إسلامية جديدة

غالب المسلمين الجدد كانت لهم بيئاتهم الخاصة التي لم تكن تنضبط بالإسلام، فمن المهم السعي لبناء بيئة جديدة متمسكة بالإسلام؛ لتكون عوناً لهم على الثبات عليه، وعلى أداء الواجبات وترك المحرمات.

06 مواسة المسلم الجديد والسعي لقضاء حوائجه

فالظروف الشخصية قد تعود بالتأثير سلبيًا على إسلام المسلم الجديد بوجه أو بآخر، فمن الحكمة الالتفات إليها ومحاولة علاجها.

07 توصيته وإعانتته على تعلم الإسلام

شريعة الإسلام بحر واسع؛ لكونه هداية لجميع تفاصيل الحياة، ولهذا سيبقى المسلم الجديد -بل كل مسلم- في حاجة دائمة لمزيد من التعلم، كما قال تعالى لنبيه ﷺ: ﴿فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا﴾ [طه: ١١٤].

08 غرس معاني الإيمان في قلبه

الإسلام ليس معلومات معرفية فحسب، بل هو علم وقول وعمل، بالقلب واللسان والجوارح، والمسلم عمومًا يحتاج إلى ما يقوي إيمانه في قلبه، والمسلم الجديد بحاجة أمس إلى ذلك.

09 رفع الشعور بالانتماء للمجتمع المسلم والارتباط به

من المهم أن يشعر المسلم الجديد بالحاجة إلى مجتمعه المسلم، ويدرك أن بقاءه وقيمه في ارتباطه بهذا المجتمع، وهذا الشعور لا يمكن أن ينشأ إلا من خلال عوامل وأدوات يجب أن يهتم بها ويعنى بها، ومنها:

- حضور العبادات الجماعية؛ مثل صلاة الجماعة في المساجد والمصليات.
- العناية بالمناسبات الدينية ذات الطابع الاجتماعي كالعيدين.
- توثيق العلاقات الاجتماعية، وإشاعة الروابط الأسرية من خلال الاهتمام بالمناسبات الاجتماعية.

03 حلول متابعة المسلم الجديد

من أكبر المشكلات في دعوة المسلم الجديد صعوبة المتابعة المستمرة له بعد إسلامه في احتياجاته المختلفة؛ فدعوته قبل إسلامه تكون أسهل غالباً- عبر البرامج العامة أو الخاصة- لكنه بعد الإسلام يصبح أكثر انتماءً وارتباطاً بالدعاة، وتصبح لديه الكثير من الأسئلة والاحتياجات، وقد يتردد بعض المسلمين الجدد عن الإسلام بسبب عدم المتابعة؛ وهذا يستدعي وضع حلول عملية وواقعية لمتابعة المسلمين الجدد، وفيما يلي نستعرض بعض أهم الوسائل لتحقيق ذلك.

01 الاستفادة من المساجد وما يلحق بها

فالمساجد أحب البقاع إلى الله، وهي أجملُ أماكن العبادة والقرب من الله تعالى، وقد كانت في عهد النبي ﷺ محور حياة المسلمين، وفيها تُقضى كثير من حوائجهم الدينية والدينية، فينبغي تفعيل دورها في تلبية حاجات المسلم الجديد ومتابعته.

02 نظام الصديق

تعتمد بعض المراكز الإسلامية إلى متابعة المسلم الجديد عن طريق نظام الصديق؛ فيُجعل لكل مسلم جديد صديق من المسلمين السابقين، يتابع شؤونه ويتفقد أحواله، ويعينه في رحلته الإيمانية. ومن الخطوات المتبعة في هذا المجال:

- || إنشاء قاعدة بيانات بالأصدقاء المستعدين لرعاية المسلمين والمسلمات الجدد.
- || تحديد أماكن وجود الرعاة والجهات الراعية.
- || تحديد نصاب كل راعٍ ورعاية بعدد محدد من المسلمين والمسلمات الجدد.
- || وضع برنامج تدريبي محدد لرعاية من أسلم حديثاً.
- || متابعة أحوال الرعاة والراعيات وأحوال المسلمين والمسلمات الجدد، وحل جميع الإشكالات التي تطرأ.
- || تحديد المهام الأولى الواجب القيام بها بالحد الأدنى من الراعي والراعية.

03 نظام مجموعات التواصل

هناك العديد من المميزات للمتابعة من خلال مجموعات التواصل، حيث إنها لا تتأثر بالعدد أو الموقع الجغرافي، ومتاحة في أغلب الأوقات، وتعطي مرونة في التواصل، وتبادلاً في الخبرات، بين المسلمين الجديد أنفسهم، وبين الدعاة المتواصلين معهم أيضاً.

04 نظام أنشطة المراكز الإسلامية والشراكات

المراكز الإسلامية -سواء كانت مستقلة أو ضمن مساجد أو غيرها- يمكن أن تقوم بالمتابعة المستمرة للمسلم الجديد عن طريق أنشطتها المستمرة والمتنوعة، ويمكن لها أن تتعاون مع الجهات المتخصصة؛ وتعد شراكات مع جهات لتعليم قراءة القرآن الكريم، أو تعليم علوم الشريعة واللغة العربية، وغير ذلك.

05 نظام المتابعة عن بعد

ينبغي وجود حد أدنى من التواصل بين الداعية والمسلم الجديد -عبر الهاتف أو برامج التواصل وغيرها- ولو لتقوية المشاعر، والتثبيت العام، فالمشاعر لا تكلف شيئاً، وهي تسهم كثيراً في تثبيت المسلم الجديد.

06 نظام الدمج في التعليم

وتتم المتابعة فيه عبر إشراك المسلم الجديد في معاهد تعليمية؛ إما شرعية، أو للغة العربية (خصوصًا مع الأشخاص الذين لا يناسبهم التعليم الشرعي الصرف)، أو لعلوم أخرى.

07 نظام البيئات المختلفة

تتعدد أشكال البيئات، وتكون أكثر استيعابًا لشخصيات مختلفة، ومن ثمَّ أكثر تأثيرًا في جوانب مختلفة؛ فقد تكون العناية بالمسلم الجديد عبر محضن تربوي أو ترفيهي أو اجتماعي أو عقلي أو عاطفي، ويمكن أن تتشكل البيئة في نادٍ رياضي أو مجموعة طلابية أو مجموعة هواية من الهوايات.



مشكلات المسلم الجديد

04

أجرى مركز أصول عام 2015م دراسة للتعرف على المشكلات التي تواجه المسلم الجديد، وقام بتوزيع استبيان شمل 114 من المسلمين الجدد -رجالاً ونساءً- في (بريطانيا، وأمريكا، وكندا)، وتبين من نتائج هذه الدراسة أن أهم المشكلات التي واجهت المتحولين للإسلام هي ما يلي:

01 مشكلات متعلقة بممارسة الدين

ومن أبرز المشكلات التي واجهتهم في هذا المجال أنهم:

- || يجدون صعوبة في إلزام أنفسهم بممارسة شعائر الدين.
- || تصلهم معلومات مغلوطة عن الدين من بعض المسلمين.
- || لا يجدون إجابات شافية للشبهات والشكوك التي تستجد لهم.
- || يجدون صعوبة في العثور على «مدرسي إسلام» موثوقين.
- || يجدون صعوبة في العثور على مساجد.
- || يجدون صعوبة في الحصول على مصادر إسلامية موثوقة.
- || يشعرون بالتشتت حول الطائفة التي ينبغي أن يتبعوها.

التوصيات:

العناية بالجانب الإيماني؛ لحث المسلم الجديد على الالتزام بالشعائر؛ ومراعاة التدرج في تعريفه بشعائر الإسلام، وتسهيل وصوله لإجابات شافية عن الشبهات المنتشرة، وتوفير قائمة بالمصادر الموثوقة، والبيان الواضح بأحقية مذهب أهل السنة والجماعة وإقامة البراهين اليسيرة على ذلك.

02 مشاكل متعلقة بالحياة السابقة

ومن أمثلتها:

- صعوبة التخلص من العادات السيئة السابقة.
- الخشية من فقدان بعض الأجزاء أو المهمين.
- وجود أصدقاء سابقين يؤثرون سلباً.
- صعوبة التعامل مع غير المسلمين الذين:
- قطعوا صلتهم بالمسلم الجديد، أو اتهموه بالتطرف وهددوه.
- يجد المسلم الجديد صعوبة في حضور تجمعاتهم.
- يجد صعوبة في التعامل الاجتماعي معهم، أو الاستمرار في العلاقات الوثيقة معهم، ومنها الزواج.

التوصيات:

- تكثيف البرامج الاجتماعية الداعمة للمسلمين الجدد، وعدم الاقتصار على جانب التعريف بمثل أحكام الوضوء والصلاة والحجاب وما أشبه -على أهميتها- ويمكن أن يأخذ الدعم الاجتماعي مظهرين:
- الجانب المعرفي الوعظي؛ بدءاً من تقوية الإيمان، والتعلق بالله تعالى، والتأسي بغرباء الحق من الأنبياء والصحابة وغيرهم.
- إقامة برامج اجتماعية واقعية أو افتراضية؛ كالمراكز الإسلامية الاجتماعية، وإنشاء صداقات مختلفة، وروابط مع مسلمين صالحين بصور مختلفة.

03 مشاكل متعلقة بالأسرة

ومن أمثلتها:

- وجود شريك الحياة يؤثر على أداء وممارسة الشعائر.

- || وجود ضغط من المسلمين على المسلم الجديد لكي يتزوج سريعًا.
- || ترك الشريك غير المسلم.
- || صعوبة إيجاد زوج أو زوجة مناسبة.
- || الأولاد من مرحلة ما قبل الإسلام يجدون صعوبة في التكيف مع الحياة الجديدة.
- || فقدان المنزل والعيش بلا مأوى.
- || مواجهة العنف المحلي.

التوصيات:

إيجاد بيئة اجتماعية حاضنة للمسلم الجديد، يمكن أن يجد فيها شريك حياته المناسب، ويتخطى إشكالية فراق الزوج السابق، وتوعية المجتمع المسلم بضرورة التأني في التعامل وعدم الضغط بسرعة الزواج، وما قد يترتب عليه من نفور أو تسرع يمنع من الاختيار الصحيح، وتوفير مساحات واسعة للأبناء بصحبة جيدة وأنشطة رياضية واجتماعية تجعلهم يحبون الحياة الجديدة، وتوفير بدائل لمن فقدوا مساكنهم، وتوفير الحماية القانونية من العنف المحتمل.

04 مشاكل مالية

- || يواجه بعض المسلمين الجدد مشكلات مالية في سبيل:
- || شراء الملابس الإسلامية أو الزي الشرعي.
- || شراء الطعام الحلال.
- || دفع أجرة السكن.
- || الذهاب لحلقات العلم الشرعي.
- || المشاركة في الأنشطة الرياضية في المساجد.
- || دفع تكاليف الأسرة.
- || دفع تكاليف التعليم الإسلامي للأطفال.

التوصيات:

توسيع مجال الرعاية؛ لما فيها من محبة المسلم الجديد للمسلمين والإسلام، ولكونها تؤثر على إسلامه أو تعلمه، مع الحذر من الانصراف عن الدعوة للإسلام وأصوله إلى دوامة معالجة المشكلات المعتادة، أو التي تعني غير الدعوة.

05 مشاكل سلوكية ونفسية

- || الشعور بالإحباط ومشاكل نفسية أخرى.
- || شرب الكحول.
- || تعاطي المخدرات.
- || التعرض للعنف.
- || إظهار سلوك عدائي.

التوصيات:

ينبغي إيجاد متخصصين نفسيين للتعرف التفصيلي على هذه المشكلات، ومحاولة علاج كل حالة على حدة، ويمكن إيجاد برامج ودورات تأهيلية وتدريبية في المجال النفسي، تعين المسلم الجديد على التعامل مع هذه المشكلات.

06 مشكلات في الاندماج مع المجتمع المسلم

ومن أهم هذه المشكلات:

- || الاختلاط ببعض المسلمين أثر سلباً على تدين المسلم الجديد.
- || الشعور بالخجل لدرجة تمنع من الاندماج في المجتمع المسلم.
- || عدم وجود مسلمين جدد آخرين ليختلط بهم المسلم الجديد.
- || الشعور بصعوبة الاندماج في المجتمع المسلم بسبب فرق اللغة، أو الضغوط التي يمارسها بعض أفراد المجتمع، أو الشعور بالغرابة وصعوبة إيجاد صداقات جديدة.

التوصيات:

العبء الأكبر في حل هذه المشكلات يقع على عاتق أفراد المجتمع المسلم، فلا بد من التحلي بالوعي، وإحسان التعامل مع المسلم الجديد، وتقدير صعوبة الانتقال الكبير الذي قام به، ومراعاة نفسيته، وإشعاره بأن المجتمع المسلم هو الحاضن الدافئ الذي يحتاج إليه، ويمكن في سبيل تحقيق ذلك إقامة دورات برامج تدريبية لأبناء المجتمع المسلم.

05 مشكلات المراكز الإسلامية

المراكز الإسلامية من أشهر البيئات للعناية بالمسلم الجديد ومتابعته وتعليمه، ومن خلال الدراسات المختلفة يمكن الإشارة إلى أهم المشكلات التي تواجه المراكز الإسلامية في هذا المجال.

01 أبرز المشكلات التي تعاني منها المراكز المعتنية بالمسلم الجديد في البلدان الإسلامية

- || قلة الدعاة وقلة المترجمين.
- || قلة البرامج الدعوية الموجهة للمسلمين الجدد.
- || ضعف تعاون الكفلاء وأصحاب العمل مع المسلم الجديد أو المراكز الإسلامية.
- || ضعف آليات التواصل مع المسلم الجديد من قبل المركز بعد إسلامه أو في حال انقطاعه.
- || نقص المحتويات الخاصة بلغات بعض المسلمين الجدد.
- || عدم وجود داعية في المركز من جنسية المسلم الجديد ليتفهم احتياجاته.
- || نقص الدعم المالي المساعد على البرامج الكثيرة، أو على الحوافز -ولو صغيرة- لجذب المسلم الجديد للبرامج والدورات العلمية.
- || وجود فجوة في تكامل المراكز الدعوية، أو سوء تنسيق وتكرار للجهود.

02 أبرز المشكلات التي تعاني منها المراكز المعتنية بالمسلم الجديد في البلدان غير الإسلامية

- مع وجود بعض المشكلات المشابهة لما ذُكر في الفقرة السابقة، تظهر في المراكز المعتنية بالمسلم الجديد في البلدان غير الإسلامية -خصوصًا الغربية- مشكلات أخرى، ومنها:
- || عدم وجود برامج متكاملة للمساعدة في تعليم وإدماج المسلمين الجدد.
- || عدم وجود أشخاص متفرغين ومتخصصين للتعامل مع احتياجات المسلمين الجدد.
- || عدم وجود عالم بالشريعة مؤهل للتعامل مع أوضاع المسلمين الجدد، أو صعوبة الوصول إليه.
- || اصطباغ كثير من المراكز الإسلامية بصبغة عرقية، بحيث يكون روادها من هذه العرقية، مما يجعل اقتراب المسلم الجديد منهم غير ممكن في كثير من الأحيان.
- || النقص المالي الذي يعيق التوسع في البرامج أو التفرغ.
- || انعكاس المشكلات المحلية على المركز؛ سواء كانت مشكلات سياسية أو فكرية أو اجتماعية.
- || ضعف التجانس بين العاملين في المركز الواحد؛ خصوصًا عند اختلاف بلدانهم، أو أعمارهم، أو جعل تولي رئاسة المركز أو المناصب المهمة فيه مبنية على العمر فقط، أو على أسس غير مهنية.
- || نقص الوثائق والرؤى والمواد العلمية والإدارية المساعدة في إدارة المركز بطرق احترافية.

03 دور المراكز الإسلامية في التعامل مع الراغبين في الإسلام والداخلين فيه

- بحسب نتائج الدراسة التي أجراها مركز أصول، يمكن تلخيص أفضل الطرق التي تساعد المراكز الإسلامية في دعوة غير المسلمين، فيما يلي:
- || الاهتمام بزيادة المسلمين الجدد، وأن يكون التعريف بالإسلام هدفًا للمراكز الإسلامية في البلاد الغربية؛ وعدم الاكتفاء بمتابعة المسلمين الأصليين.
- || وجود عالم أو داعية يجيد لغة البلد وثقافته في المركز الإسلامي، أو مساعد له يقوم بشرح الإسلام ومبادئه لمن يريد التعرف على الإسلام والدخول فيه، ومن المفيد أن يكون المُعرِّف بالإسلام

صاحب دراسة شرعية، وملماً بواقع وثقافة البلد الذي يعيش فيه، ومجيداً للغة، فكل ذلك سيساهم في أن يكون قريباً ممن يقوم بدعوتهم.

الاهتمام باهتمامات كل بلد؛ فمثلاً: يهتم الغربيون كثيراً بالثقافة الإسلامية؛ كالخطوط العربية، والتاريخ، ونظام العمارة، وصوت الأذان، وكل هذه مداخل طيبة لدعوتهم للدخول في الإسلام.

إكرام الزائرين، خصوصاً بما فيه بعد ديني يأنسون به؛ كتوزيع التمر في شهر رمضان، أو بعض الألبسة كالحجاب، أو هدايا رمزية للأطفال، وغير ذلك.

مظاهر الحفاوة مطلوبة حال اعتناق الإسلام، ومن الممكن أن يقوم إمام المسجد أو المركز بتسمية أحد رواد المسجد ليؤاخي بينه وبين المسلم الجديد؛ ليكون باستمرار إلى جواره بالنصيحة والتوجيه والمشاركة في أفراحه وأحزانه؛ لخطورة ترك المسلم الجديد دون توجيه، حيث سيكون لديه الكثير من التساؤلات، وفضاء التواصل العالمي مفتوح لأي انحراف فكري.

وضع البرامج وطرح البدائل التي تساعد المسلم الجديد على التكيف في البيئة المسلمة (بيئات عمل، مجموعات أصدقاء، إنشاء الأسر، المدارس، المشاركة في الأعياد... إلخ).

توفير دورة تعليم لمدة مختلفة لدراسة مبادئ الدين الإسلامي وأحكامه.

تنفيذ برامج مدروسة بعناية يشارك فيها متخصصون شرعيون ونفسيون؛ للمساهمة في حل كثير من مشاكل من يعتنقون الإسلام.

مساعدة المسلم الجديد بكل الوسائل على احتواء أية تداعيات أو مواقف سلبية قد تطرأ بسبب إسلامه.

الاستفادة من التجارب الأخرى في التعامل مع المسلم الجديد، مع مراعاة اختلاف الأمكنة والأزمنة والأشخاص والأحوال.

الحوار الإلكتروني الدعوي 06

تدور فكرة الحوار الإلكتروني الدعوي حول برنامج تفاعلي عبر منصة رقمية، يتيح هذا البرنامج للمستخدمين الدخول في حوار فردي ومباشر مع أحد الدعاة للتعريف بالإسلام، كما يمكن استخدامه في عملية متابعة المسلمين الجدد.

01 إيجابيات الحوار الإلكتروني (نقاط القوة، والفرص)

- || القدرة على الوصول لعدد كبير (هناك أكثر من 4 مليار مستخدم للشبكات).
- || القدرة على الوصول لمستهدفين يصعب الوصول لهم ميدانياً (لظروف المكان والزمان أو غيرها...).
- || سهولة التواصل مع أشخاص يصعب تواصلهم المباشر؛ لاختلاف الجنس، أو طبيعة الحياة، أو خوف الراغب في الإسلام من التواصل المباشر مع الداعية أمام أقاربه وأصدقائه؛ وغير ذلك. وقد أثبتت العديد من الأبحاث أن الزوار يفضلون الخصوصية وطرح أسئلتهم عبر الحوارات الخاصة أكثر من المنصات العامة.
- || إمكان إحالة السؤال لداعية آخر مباشرة، في حال ورود سؤال مُشكّل على الداعية، وهذا يفيد في تجنب الإفتاء بجهل، أو تأخير الجواب، أو الظهور بمظهر المحرّج.
- || مواكبة اتجاه العصر للتقنية، وانتقال الناس للعالم الرقمي، وإقبالهم على نمط معين من

الصفحات الاجتماعية وغيرها.

- || إمكانية إدارة فرق العمل عن بُعد، والعمل مع دعاة من عدة مناطق ودول.
- || إمكانية زيادة عدد الدعاة بالاستفادة من أوقاتهم الجزئية وغيرها.
- || إمكانية الاستفادة من الخدمات التكنولوجية؛ كسهولة وضع الروابط، والذكاء الاصطناعي الذي قد يفيد بأجوبة مقترحة للداعية حال ورود سؤال ما.
- || إمكانية حفظ جميع الحوارات داخل النظام، وتحليلها، والاستفادة منها.
- || سهولة المتابعة الإلكترونية مع الزوار، وبناء علاقات متواصلة برسائل إلكترونية دورية.

02 سلبيات الحوار الإلكتروني (نقاط الضعف، والمخاطر)

- || فقدان ميزة التواصل المباشر التي تكشف حال المستفيد بشكل أكبر (هل نطق الشهادة بشكل صحيح؟ هل نطقها مجاملة أو عن قناعة؟ هل يريد الإسلام أم التلاعب؟... إلخ)
- || ضعف الحميمية والعلاقة الشخصية التي تساعد على المتابعة بشكل أقوى.
- || عدم اقتناع مجالس الإدارات في بعض المراكز، حيث يرون أن الدعوة الإلكترونية ليست من اختصاصهم، وأن مسؤوليتهم دعوة غير المسلمين على الأرض فحسب.
- || ضعف كثير من المحاورين؛ من الناحية الشرعية والعلمية (فبعضهم يعرف الإسلام المجمل، ولا يملك القدرة على البيان الشرعي..)، أو من الناحية المهارية؛ في أساليب الحوار والإقناع ومعرفة طباع الناس.
- || صعوبة اختيار الدعاة المناسبين، فداعية الحوار الإلكتروني يختلف عن الداعية الميداني بأمر كثيرة؛ من أهمها القدرة على استخدام الإنترنت، والتعامل مع التكنولوجيا، وسرعة الاستجابة في الحوار السريع.
- || بعض الدعاة يصعب تعاملهم مع الإنترنت ويصعب تدريبهم عليه، خصوصًا إذا كانوا كبارًا في السن.
- || صعوبة التمويل؛ حيث يحتاج المشروع إلى دعاية ورواتب دعاة.
- || صعوبة التعاملات المالية في تحويل رواتب الدعاة العاملين في دول أخرى.
- || ضعف شبكة الإنترنت قد يؤدي لانقطاع الحوار، خاصة في الدول التي بها شبكات ضعيفة، كما أن بعض برامج التواصل لا تعمل في بعض الدول.



المحتوى الدعوي والتعليمي الموجه للمسلم الجديد

07

لا يمكن إعطاء نموذج واحد ثابت للمحتوى الدعوي أو العلمي الموجه للمسلم الجديد؛ لأن وصف المسلمين الجدد غير محصور، بل يتنوع حسب الزمان والمكان والأعمار والظروف، مما يستدعي تغير المحتوى والأولويات التعليمية والدعوية.

وبناء على دراسات وخبرات مركز أصول في مجال المحتوى الدعوي الموجه للمسلم الجديد، فإن العوامل التي تؤثر في هذا المحتوى متعددة، وأهمها ما يلي:

- || العامل الشرعي المجرد.
- || عامل الزمان.
- || عامل المكان.
- || العامل بحسب مرسل المحتوى.
- || العامل بحسب المستقبل.
- || عامل الشمول.
- || العامل بحسب الحال.

ويراعى في عامل المستقبلِ عدة أمور، منها:

- || الجنس
- || المستوى العلمي
- || العمر
- || اللغة
- || البلد
- || المنزلة الاجتماعية
- || الظرف الخاص

وتنقسم الفئات العمرية إلى ما يلي:

- || الطفولة
- || المراهقة
- || الشباب
- || الرجولة
- || الكهولة
- || غير محدد

01 أهم أهداف المحتوى الدعوي للمسلم الجديد:

بالاستقراء، تم الوصول إلى أهم عشرة أهداف دعوية أساسية لتحقيقها في المسلم الجديد، وهي:

- || الدخول في دين الإسلام دخولاً صحيحاً.
- || أن يعرف ربه ودينه ونبيه ﷺ معرفة صحيحة.
- || أن يحب الله تعالى ودينه ورسوله والمسلمين.
- || أن يشعر بعظمة الإسلام.

- || أن يحصل على جملة من الأدلة المعرفية تساعد على اليقين بالإسلام وتبليغه.
- || أن يحصل على جملة من التأثيرات القلبية تساعد على اليقين بالإسلام والعمل به.
- || أن يدرك شمولية الإسلام لجميع نواحي الحياة.
- || أن تظهر عليه جملة من آثار الإسلام الشعائرية والأخلاقية.
- || أن يتمكن من العيش في بيئة إسلامية.
- || أن تكون له مرجعية صحيحة في معرفة دين الإسلام.

02 الاتجاهات في بناء المحتوى الدعوي للمسلم الجديد

يمكن أن يتجه بناء المحتوى الدعوي للمسلم الجديد في ثلاث اتجاهات، يمثل كل واحد منها سمة غالبية لما يخاطب به المسلم الجديد في مرحلة معينة من حياته؛ إلا أن كل مرحلة تتداخل مع المرحلة التي تليها، وهي بالترتيب الزمني: الاتجاه القيمي، ثم الشمولي، ثم التخصصي.

الاتجاه القيمي (تركيز المسلم)

- ويقصد به العناية بما يُقَوِّي قِيمَ المسلم الجديد؛ من تعلقه بالله والإسلام والقرآن والأخلاق، خاصة في بدايات إسلامه؛ حيث لا يحتاج لكثير من الأحكام بقدر حاجته لتثبيت الإيمان.
- وباستقراء أهم الموضوعات في هذا الاتجاه، أمكن تحديد 10 موضوعات أساسية، وهي:
- || التعريف بالله تعالى وأسمائه وصفاته وأفعاله، خصوصاً ما يكون فيها ترغيب وترهيب؛ كالرحمن الرحيم والقريب المجيب، والقوي العزيز، وشديد العقاب.
- || ذكر محاسن الإسلام على جهة الإجمال، أو على جهة بعض الأحكام المرغبة فيه.
- || ذكر الجزاء العاجل والآجل للمؤمنين في الدنيا والآخرة، ومنه: انشراح الصدر، والطمأنينة في الدنيا، والجنة في الآخرة.
- || ذكر سيرة النبي ﷺ وشمائله.
- || التزويد بالأدعية والأذكار الميسرة، ذات الأجر العظيم والمعينة على الحفظ والتثبيت.
- || سماع القرآن الكريم وتدبر معانيه باللغة التي يفهمها، وتكرار ذلك، حيث إنه أعظم مثبت.

- || الإشارة إلى قصص الأنبياء مع أقوامهم، خصوصاً ما جاء في القرآن الكريم، وكذلك سرد بعض قصص الصحابة وثباتهم.
- || ذكر جملة من أخلاق الإسلام الكبرى؛ كتحريم الظلم والكذب، والحث على الصدق والصبر والعدل والإحسان وصلة الرحم والإحسان إلى الجار، وغيرها.
- || معاني تزكية القلب والسلوك.
- || تثبيت الإيمان والاعتزاز بالهوية.

الاتجاه الشمولي

ويقصد به العناية بما يعرف المسلم الجديد بدين الإسلام على وجه الإجمال وفي المسائل الكبرى، وباستقراء أهم الموضوعات، تم تحديد ١٠ موضوعات أساسية، وهي تمثل في الوقت نفسه الموضوعات الأساسية للمحتوى التعليمي، وهي:

- || التعريف بالله تعالى ومعنى دين الإسلام.
- || التعريف بأركان الإيمان وبمجملة الإسلام.
- || التعريف بكيفية أداء الصلاة المفروضة.
- || التعريف بكيفية أداء الزكاة المفروضة.
- || التعريف بكيفية أداء الصوم.
- || التعريف بفريضة الحج.
- || التعريف بأهم أحكام المعاملات المالية والاجتماعية.
- || التعريف بأهم أحكام الأسرة.
- || التعريف بأهم الواجبات وأهم المحرمات المعتادة.
- || التعريف بمنزلة العلم الشرعي وكيفية الاضدياد منه.

الاتجاه التخصصي

ويقصد به العناية بموضوعات محددة يُعنى بها المسلم الجديد أو المسلم بعامة، مثل محتوى مفصل عن الصلاة، ومحتوى مفصل عن الصوم، ومحتوى مفصل عن آداب التعامل، وقد تفرد موضوعات تهم شريحة في بيئة معينة؛ مثل أحكام تهم المرأة في بلاد الغرب.



أساليب تعليم المحتوى

08

باستقراء عدد من النماذج النظرية والتطبيقية للمحتوى الدعوي يمكن الخروج بـ 4 طرق أساسية تصلح لتعليم المسلم الجديد، وكل منها تتضمن نماذج عمل مختلفة:

- || الطريقة الأكاديمية.
- || الطريقة الجماهيرية.
- || الطريقة الثقافية.
- || طريقة الصحبة والبيئة.

01 الطريقة الأكاديمية

يقصد بها تعليم الموضوعات عبر النظام التعليمي المطبق في المدارس والجامعات، وذلك بتدريس مفرداتها ضمن سياقها الموضوعي، فـ«السجود» فرع درس «الصلاة»، وهي ضمن وحدة «العبادات»، ضمن مادة «الفقه»، وفي كل مرحلة تعليمية يتم تناول عدد من المفردات في كل مادة عبر ترتيب متسلسل.

يمكن أن يُجرى التعليم في الأكاديمية عبر نظامين:

نظام واقعي

يستخدم أدوات التعليم المقامة في الجامعات والكليات العلمية، والتي تشتمل على المناهج التعليمية، بما يدعمها من المحتوى، والوسائل، والتعليم التفاعلي، وإجراء التقويم الدوري ومتابعة الطلاب.

نظام افتراضي

يستخدم أدوات التعليم في الأكاديميات الشبكية، والتي تشتمل على المناهج التعليمية بما يدعمها من المحتوى النصي، والمقاطع المرئية وغيرها، وإجراء التقويم الدوري ومتابعة الطلاب، وإتمام عملية التواصل بين الدارسين وأعضاء هيئة التدريس.

تقويمها:

تساعد هذه الطريقة على ترتيب المعلومات، والتأكد من استيفائها بحسب المراحل، وتحفيز المشارك على الاستمرار.

لكنها قد لا تناسب من لا يستطيع أو لا يرغب في الاستمرار، أو المبتدئ الذي لم يقرر الدخول في التعلم بعد، أو الذي لا يملك إمكانية الدخول -لموانع مادية أو مكانية أو غيرها- كما أنها بحاجة لجهود أكبر لاستيعاب اختلاف الشرائح -عمرًا ولغةً ومكانًا ورغبات- أو لأنها تستهدف شرائح معينة.

02 الطريقة الجماهيرية

يقصد بها تعليم المسلم الجديد عبر المساجد وما يقوم مقامها في المجموعات الجماهيرية، ويدخل في ذلك خطب الجمعة، والمحاضرات العامة في البيوت والنوادي المفتوحة ونحوها.

ويمكن أن يتم تعليم المسلم الجديد في هذه الطريقة عبر نظامين:

نظام السلاسل:

ويقصد به أن تُستهدف في كل مرحلة زمنية مجموعة من الموضوعات التي تهتم المسلم الجديد ولها ارتباط موضوعي، بحيث يتناول كل موضوع الأسلوب الملائم للبيئة والمتلقي.

وتمتاز السلاسل بالترابط الموضوعي أمام الجمهور، مع عدم الإثقال الأكاديمي، كما تمتلك الرشاقة في تقصير أو مدّ كل مرحلة، إلا أنها تحتاج لإعداد أكثر لإيجاد رابط حقيقي فعال بين تلك المفردات،

بحيث تخدم كل مفردة الأخرى بطريقة ما، وتتكامل معها، مع عدم التكرار والتداخل، ثم إن قيمتها الكاملة تتبين بتلقي المجموعة كاملة لا بتلقي جزء منها.

نظام الموضوعات المفتوحة:

ويقصد بها أن يُستهدف تعليم المسلم الجديد الموضوعات التي تهمة، إما بطريقة مرتبة مسبقاً وغير ظاهرة، بحيث يعلم تلك الموضوعات في مدد زمنية متباعدة في أثناء برامج محددة مسبقاً، وإما بأن يعلم تلك الموضوعات بطريقة عفوية، بأن يستفيد الداعية والمعلم من المناسبات والظروف بحسب ما يتيسر له.

وفي كلا النظامين من المهم الاستفادة مما يلي:

- || الظرف المكاني والزمني.
- || الأحداث.
- || اهتمامات المتلقين وما يرتبط بهم.
- || تخصص الملقى وقدرته وما يرتبط به.
- || الأدوات التقنية المختلفة، وما تيسر أيضاً من صور وصوتيات وتواصل مع ملقين آخرين.

تقويمها:

هذه الطريقة أسير من حيث الإعداد، والمرونة في التقديم والتأخير والعرض، والتخلص من الاشتراطات الأكاديمية، وعدم اشتراط الحضور الكامل للبرامج، وتتميز بتأثر المسلم الجديد بالحضور المشارك، وإيجاد بيئة إسلامية رديفة.

لكنها تجنح لعموميات الخطاب، ويصعب أن تتخصص بدعوة المسلم الجديد، لكونها مفتوحة في الأصل لشرائح مختلفة، ولا تجتذب الراغبين في التعمق العلمي.

03 الطريقة الثقافية

ويقصد بها تعليم المسلم الجديد عبر وسائل التثقيف العامة؛ كالقنوات، والمواقع، ووسائل التواصل، والكتب، فمن خلال الكمية المعرفية المتراكمة التي تصل للمسلم الجديد عبر الوسائل المختلفة، يمكن تكوين حصيلة تعليمية ومعرفية بالمواضيع ذات العلاقة.

تقويمها:

هذه الطريقة أوسع الطرق؛ وهي نتيجة طبيعية لما يتلقاه المسلم الجديد من صناع المحتوى المختلفين؛ والذين هم شريحة أوسع بكثير من المعلمين وأساتذة الأكاديميات أو أئمة المساجد، كما أن هذه الطريقة أكثر الطرق مرونة، حيث تستطيع أن تخاطب الشرائح والأذواق المختلفة، وفي الأوقات والأمكنة المختلفة، وتتشكل بالقوالب المختلفة، ويختار منها المسلم الجديد ما يلائمه، فهي تستفيد من سعة جمهورها، وسهولة وصولها لهم ابتداءً.

ولكن لكونها طريقة واسعة، فهي تحتوي على كم هائل من النماذج الصحيحة والمغلوبة، سواء في طريقة التعلم أو المعلومات، وتفتقد غالباً لترتيب التعلم والموثوقية، وقد تكون خطرة لضعف الضبط والتحكم فيها.

04 طريقة الصحة والبيئة

هذه الطريقة من أقوى الطرق تأثيراً إذا اكتملت أركانها، وهي الطريقة التي تعلم بها أصحاب النبي ﷺ منه، فمن خلال صحبتهم لأعظم معلم ورؤيتهم وسماعهم منه والعيش معه -وسط بيئة أو صحبة مسلمة- تشكلت قيم ومعلومات معرفية عميقة وثرية.

ومع انقطاع النبوة؛ فإن لكل آخذ من الاقتداء بالنبي ﷺ علماً وعملاً نصيباً من التأثير أيضاً، فمن خلال وجود المسلم الجديد في صحبة مسلمة، ومن خلال صاحب مسلم، يمكن للمسلم الجديد أن يتعلم مع الوقت كمية معرفية متراكمة.

تقويمها:

هذه الطريقة مؤثرة؛ لجمعها بين المعلومة والمشاهدة والحدّث، وللتأثير النفسي للمعايشة في قوة المعلومة وقبولها، ولإجابتها السريعة على الأسئلة المتواردة.

لكنها تفترض كون البيئة متعلّمة -أو الصاحب متعلّماً- بقدر لا بأس به، وأنها في الوقت نفسه حسنة التعليم لتتم الاستفادة، وأن تكون بقدر من الألفة الاجتماعية (كالبيئة الأخلاقية السامية في عهد النبوة) ليتمكن استمرار التعلم والتأثير، وهذا لا يتوفر في كثير من البيئات، خصوصاً مع تعقد الحياة التي تدفع كثيراً من المسلمين الجدد للبقاء في بيئات أهلهم وأعمالهم.

وينبغي التنبه إلى أنه يمكن تعديل الطرق السابقة والإضافة عليها، وكذلك الجمع بين أكثر من طريقة -وهو المفترض- لا سيما مع تنوع حاجات المسلمين الجدد وأحوالهم.

