



تحديات مؤسسات العمل الدعوي - تحدي التخطيط أنموذجاً -

د. فehmeة بن عثمان

كلية العلوم الإسلامية - جامعة الوادي الجزائر

benatmane-fahima@univ-eloued.dz

ط د. مصطفى شبح

كلية العلوم الإسلامية - جامعة الوادي الجزائر

chebbah-moustafa@univ-eloued.dz

مقدمة

التعريف بالموضوع وبيان أهميته:

العمل الدعوي لا يقوم على الجهود الفردية للدعاة فقط، بل اعتماد العمل الجماعي في إطار مؤسسات منظمة كجزء حيوي، تتوحد من خلاله الجهود، لإيجاد وبحث الطرق الفعالة لمواجهة ومجابهة التحديات المتنوعة التي تواجه الدعوة الإسلامية.

تتنوع مؤسسات العمل الدعوي لتشمل: وزارات الشؤون الدينية، الزوايا، المجالس الإسلامية العليا، المجمعات الفقهية، الجامعات، الجمعيات الدينية، وغيرها. تعمل هذه المؤسسات على مستويات مختلفة، سواء محلياً أو إقليمياً أو دولياً، لضمان استمرار مشاريع العمل الدعوي.

يحظى التخطيط بأهمية كبيرة في حياة البشر، والدعوة الإسلامية كان لها نصيب وافر من التخطيط منذ بدء نزول الوحي من خلال أهداف واضحة، وخطوات مرتبة، وتنوع الأساليب والوسائل. فالتخطيط يعتبر أحد العوامل الأساسية التي تؤثر بشكل كبير في نجاح عمل المؤسسات الدعوية على مختلف الأصعدة، فهو يمثل الخطوة الأولى نحو تحقيق مقاصدها وأهدافها المرسومة.

ومن هنا جاء الملتقى الدولي الثاني عشر الموسوم بـ: "العمل الدعوي المؤسسي واقعه وآفاقه"، الذي تنظمه كلية العلوم الإسلامية بجامعة الوادي.

وقد ارتأيت أن أشارك في فعالياته، وذلك ضمن المحور الخامس بعنوان: "تحديات مؤسسات العمل الدعوي"، ببحثٍ مختصرٍ بعنوان: "تحديات مؤسسات العمل الدعوي - تحدي التخطيط أنموذجاً". تكمن أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوعها الذي يبحث تحدي التخطيط في العمل الدعوي المؤسسي الذي يُعتبر أداة أساسية لتحقيق مقاصد الدعوة الإسلامية وأهدافها، وضمان النجاح المستدام.

الإشكالية:

تدور هذه الدراسة في فلك البحث عن إجابة شافية للإشكالية الرئيسة الآتية: كيف أثرت قلة التخطيط على العمل الدعوي المؤسسي؟، ويثير هذا الإشكال تساؤلات فرعية أهمها:

- ما مشروعية التخطيط في العمل الدعوي المؤسسي؟
- ماهي المراحل الأساسية لإعداد الخطط في العمل الدعوي؟
- ما أبرز التحديات التي تواجه التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي؟

منهجية المعالجة والتقسيم:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي؛ المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة معينة بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل الوصول لنتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره.

تتكون هذه الدراسة من: مقدمة، وفرعين، وخاتمة، كالآتي:

مقدمة: تضمّنت: التعريف بالموضوع وأهميته، والإشكالية، وأخيراً منهجية المعالجة والتقسيم.

الفرع الأول: توضيح مفاتيح البحث (التحديات، التخطيط، العمل الدعوي)، فتضمّن:

أولاً: تعريف التحديات

ثانياً: تعريف التخطيط

ثالثاً: تعريف العمل الدعوي

الفرع الثاني: التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي، فتضمن:

أولاً: مشروعية التخطيط وأهميته

ثانياً: مراحل إعداد الخطط في العمل الدعوي المؤسسي وعوامل نجاحها

ثالثاً: تحديات التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي وسبل علاجها

خاتمة: تضمنت أهم نتائج البحث.

الفرع الأول: توضيح مفاتيح البحث (التحديات، التخطيط، العمل الدعوي)

قبل الشروع في موضوع الدراسة يحسن للباحث التعريف بالمصطلحات المهمة لعنوان الدراسة في اللغة والاصطلاح، وعلى ضوء تلك المعرفة ستتحدد لنا المنطلقات التي سنمضي بها في الموضوع.

أولاً: تعريف التحديات

1. التحديات لغة: ومما جاء فيها وفي مشتقاتها في المعاجم والقواميس اللغوية: تحدى يتحدى، تحدّ، تحدّياً، فهو مُتحدّ، والمفعول مُتحدّى. تحدّ "مفرد"، ج: "تحديات". تحدّى فلان فلاناً: غالبه وباراه، تحدّى فلان الشيء: جابهه دون خوف¹.

2. التحديات اصطلاحاً: هناك عدّة تعريفات لمصطلح التحديات، ولكنّ التعريف الذي نراه مناسباً هو: "كلّ تغيير أو تحوّل -كميّ أو كيفيّ-، يفرض متطلباً أو متطلبات محدّدة، تفوق إمكانيات المجتمع فيه، بحيث يجب عليه مواجهتها واتخاذ الإجراءات الكفيلة بتحقيقها"².

ثانياً: تعريف التخطيط

1. التخطيط لغة: تشير كتب اللغة إلى أنّ التخطيط: هو رسم الطريق وكتابته، فقد جاء في لسان العرب: الخطّ: الطريقة المستطيلة في الشيء، والجمع خُطوطٌ؛ وقد جمعه العجاج على أخطاط...، والخطّ: الطريق، يقال: الرّم ذلك الخطّ ولا تظلم عنه شيئاً...، وخطّ القلم أي كتب. وخطّ الشيء يخطّه خطّاً: كتبه بقلم أو غيره...، والتخطيط: التسطير، التهذيب³.

ونخلص ممّا سبق إلى أنّ التخطيط يُقصد به: تحرير وتهذيب طريق العمل والعزم عليه بعد تحديده تحديداً دقيقاً.

2. التخطيط اصطلاحاً: عُرّف التخطيط بتعريفات متعدّدة بحسب طبيعة الموضوع الذي يتناوله، فعرفه عبد المولى المكي بقوله: "مرحلة التفكير والتنبؤ والتحليل التي تسبق القيام بأي عمل، وترتكز

¹ -أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، دار عالم الكتب، القاهرة، 2008م، ج1، ص461.

² -سالم محمد المصليحي، وعي الطالب الجامعي ببعض التحديات التي تواجه المجتمع المصري في الآونة الراهنة، مجلة التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد75، نوفمبر 1998م، ص177.

³ -محمد بن منظور، لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، 1993م، ج7، ص287.

أساساً في اتخاذ القرارات المناسبة على أساس من الاختيار السليم بين البدائل المختلفة على ضوء المعلومات والظروف والإمكانات¹.

ثالثاً: تعريف العمل الدعوي

مصطلح العمل الدعوي مركّب إضافي، ولتعريفه يتعيّن أولاً بيان مفهوم كلّ كلمة منه على حدة، ثمّ بيان المعنى الإجماليّ بعد ذلك.

1. تعريف العمل

أ. العمل لغة: المهنة والفعل (ج) أعمال وأعمال المركز ونحوه (في التّقسيم الإداري) ما يكون تحت حكمه ويضاف إليه. مجهود يبذله الإنسان لتّحصيل منفعة².

ب. العمل اصطلاحاً: تنوعت تعريفات الباحثين للعمل، واختلفت باختلاف المرجعية الفكرية، وباختلاف تخصّصاتهم العلمية، واهتماماتهم، ووجهات نظرهم، ونذكر منها: "كل جهد مشروع يبذله الإنسان، ويعود عليه أو على غيره بالخير والفائدة والمنفعة، سواء أكان هذا الجهد جسمياً كالحرف اليدوية، أم فكرياً كالتعليم والقضاء"³.

2. تعريف الدعوة

أ. الدعوة لغة: مصدر للفعل الثلاثي، "دعا" تقول: دعا، يدعو، دعوة، ودعاء، ومادة الكلمة تدور ما بين النداء والطلب والإلحاح والاستمالة، ودعوت فلانا، أي: صحت به واستدعيته، ودعوت الله له وعليه دعاءً، وجاء في مقاييس اللغة: "الدال والعين والحرف المعتل" أصل واحد، وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك، تقول: دعوت أدعو دعاءً، والدعوة إلى الطعام بالفتح، والدعوة في النسب بالكسر، ودعا إلى الشيء حثّه على قصده، ودعاه إلى القتال وإلى الدين وإلى المذهب حثّه على اعتقاده وساقه إليه⁴.

ومن خلال الاشتقاقات السابقة لكلمة الدعوة، وما تضمّنته من معاني ومرادفات كثيرة، فهي تطلق على عدّة معانٍ منها: الطلب والسؤال، الحث على فعل الشيء، العبادة، التسمية، الاستغاثة، الدعاء والمناداة، والتبليغ والنشر.

ب. الدعوة اصطلاحاً: كلمة الدعوة من الألفاظ المشتركة التي تطلق بمعنى الإسلام، وتطلق أيضاً بمعنى التبليغ والمنهج، ولكن السياق الذي وردت فيه هو الذي يحدّد معناها.

¹ - عبد المولى الطاهر المكي، التخطيط للدعوة الإسلامية دراسة تأصيلية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1995م، ص 7.

² - إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، ط4، دار الدعوة، القاهرة، 2004م، ص 628.

³ - فاخر عاقل، التربية قديمها وحديثها، ط1، دار العلم للملايين، بيروت، 1974م، ص 345.

⁴ - انظر: أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، ت: عبد السلام محمد هارون، د.ط، دار الفكر، دمشق، 1979م، ج2، ص 279. إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص 286.

وللدعوة بمعنى الإسلام تعريفات كثيرة، منها تعريف عبد الكريم زيدان أنها: "الإسلام، وهو مجموع ما أنزله الله تعالى على رسوله محمد ﷺ من أحكام العقيدة والأخلاق والعبادات والمعاملات والإخبارات في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، وقد أمره الله بتبليغها إلى الناس"¹.

وللدعوة بمعنى التبليغ والمنهج تعريفات كثيرة نقتصر على الإشارة إلى تعريفين فقط: يرى أحمد غلوش أنها: "العلم الذي تعرف به كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق"².

أما البيانوني فيعرفها بقوله: "تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة"³، ويُعتبر هذا التعريف من أحسن التعريفات، لشموله الوظيفة التبليغية والوظيفة التعليمية، والوظيفة التطبيقية العملية.

3. العمل الدعوي كمركب إضافي: هو "ما يستفرغ الداعية فيه كل ما يملكه من طاقة عضلية وذهنية، في تبليغ الدعوة الإسلامية"⁴.

وعليه؛ فالتخطيط الدعوي هو حصر لكافة القوى الدعوية والمتصلة بالعمل الدعوي من طاقات بشرية وأجهزة ومعدات إعلامية ومؤسسات فاعلة والإمكانات المادية المتاحة، واستخدامها الاستخدام الأمثل لتحقيق أهداف الدعوة الإسلامية في فترة زمنية محددة ومجتمع محدد وبأقصى فاعلية ممكنة⁵

الفرع الثاني: التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي

يُعتبر التخطيط عملية ضرورية لتحقيق النجاح والاستدامة في كافة المجالات، ويعتمد نجاح التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي على دقة التنبؤ، والمرونة في تعديل الخطط بناءً على الظروف المستجدة، والكفاءة في تطبيق الإجراءات المتفق عليها.

أولاً: مشروعية التخطيط وأهميته

التخطيط في العمل الدعوي يُعتبر من الأمور الأساسية لتحقيق أهداف مؤسسات العمل الدعوي بفعالية وكفاءة، ويمكن استعراض مشروعية التخطيط وأهميته كالآتي:

1. مشروعية التخطيط: يُعتبر التخطيط أحد النعم والمزايا التي وهبها الله تعالى للبشر، ونجد هذا التخطيط في التوجيهات والإشارات القرآنية للأنبياء والمؤمنين للأخذ بالأسباب وإعمال التفكير والتدبر، كما نجده أيضاً في سيرته ﷺ على النحو الآتي:

¹ - عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، ط9، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2002م، ص11.

² - أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1987م، ص10.

³ - محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، ط3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995م، ص19.

⁴ - حسين مجد خطاب، ضوابط العمل الدعوي في مجالات: الموعظة، والمجادلة، والحكم على الآخرين، ط15، مطبعة الفجر الجديد، مصر،

2014م، ص7.

⁵ - محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م، ص162.

أ. مشروعية التخطيط في القرآن: كلمة التخطيط لم ترد بهذا اللفظ في كتاب الله تعالى، إلا أنها بالنظر لحقيقة التخطيط وكونه خطوة لتهيئة أسباب النجاح لكل عمل يقوم به الإنسان، نجد من هذا المنظور أن التخطيط يتماشى مع قاعدة الأخذ بالأسباب التي أمر الله بها عباده في جميع شؤونهم الدينية والدنيوية. وقد تواترت نصوص الشرع بأحكامها وأدائها ومقاصدها للإشارة إلى أهمية الأخذ بالأسباب والالتزام بها.

والقرآن الكريم يؤكد على ضرورة التخطيط المسبق للأعمال الدنيوية والأخروية؛ بل يحرص عليه. وتنتشر ملامح التخطيط القرآني وموجهاته في السور هنا وهناك، وتشير الآيات إلى جميع العناصر والمقومات التخطيطية التي تناولها العلماء والباحثون، وتعطيها أبعاداً تجمّلها وتكملها¹.

وعند تأملنا لكثير من آيات كتاب الله سبحانه وتعالى نجد أن معنى التخطيط حاضر متضمن في سياق معاني تلك الآيات من أمثلة ذلك، قوله تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ...﴾ [الأنفال: 60]، وإذا كانت هذه الآية الكريمة قد وردت في خصوص التخطيط العسكري، فإنها تضع لنا توجيهات عامة لمواجهة أية تحديات واحتمالات مستقبلية في سائر مجالات العمل².

كذلك برز التخطيط بمعناه واضحاً جلياً في سياق آيات سورة يوسف عليه السلام عندما فسر نبى الله يوسف عليه السلام الرؤيا التي رآها الملك، قال تعالى: ﴿قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ* ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ﴾ [يوسف: 47-48]، في هذه الآيات يتضح التخطيط الاقتصادي المحكم الذي أنقذ البلاد من خطر القحط، كما شملت جوانب تخطيطية أخرى، مثل تخطيط يوسف عليه السلام لاستدعاء أخيه الأصغر وضّمه إليه.

والتمودج الآخر الذي يدلنا على مشروعية التخطيط في القرآن الكريم ما جاء في سورة الكهف في قوله تعالى: ﴿حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ بَيْنَا السَّدَّيْنِ وَجَدَ مِنْ دُونِهِمَا قَوْمًا لَا يَكَادُونَ يَفْقَهُونَ قَوْلًا﴾ [الكهف: 93]، في قصة ذي القرنين عندما بلغ بين السدين. والمشكلة التي احتاجت إلى تخطيط، هي أن هؤلاء القوم كان يُغير عليهم قوم مفسدون في الأرض يُسمّون "يأجوج ومأجوج"، واختُلف في إفسادهم في الأرض، فقيل: هُوَ أَكْلُ بَنِي آدَمَ، وقيل: هُوَ الظُّلُمُ وَالْغَشْمُ وَالْقَتْلُ وَسَائِرُ جُودِهِ الْإِفْسَادِ وَقِيلَ: كَانُوا يَخْرُجُونَ إِلَى أَرْضٍ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ الَّذِينَ شَكَّوْهُمْ إِلَى ذِي الْقَرْنَيْنِ فِي أَيَّامِ الرَّبِّيعِ فَلَا يَدْعُونَ فِيهَا شَيْئًا أَخْضَرَ إِلَّا أَكَلُوهُ³.

ب. مشروعية التخطيط في السنة النبوية: المتأمل لسيرته ﷺ، يدرك بجلاء مدى أهمية التخطيط في سيرته النبوية. فقد كان التخطيط سمة بارزة في دعوته ﷺ منذ بدايتها وحتى نهايتها؛ سواء في الفترة المكية أو المدنية، وفي مرحلة الدعوة السرية أو الجهرية، وأثناء بناء العقيدة في النفوس أو خلال بناء الدولة

¹ - محمد عادل عبد الله بكر وآخرون، مشروعية التخطيط الدعوي وأثره في عمل الدعاة، مجلة جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، العدد 41، 2022م، ص 183.

² - أحمد المزجاحي، مقدمة في الإدارة الإسلامية، ط 1، دن، المملكة العربية السعودية، 2000م، ص 133-134.

³ - محمد الشوكاني، فتح القدير، ت: يوسف الغوش، ط 4، دار المعرفة، بيروت، 2007م، ص 876.

الإسلامية. طوال هذه الفترات، كان التخطيط جزءاً لا يتجزأ من تحركاته ﷺ، ممّا يعكس أخذه بالأسباب وحرصه الشديد على نجاح دعوته المباركة.

وقد تجلّت معالم التخطيط في سيرته ﷺ في العديد من المواقف، أبرزها¹:

• التخطيط للدعوة: عندما أحس الرسول ﷺ بمسؤولية الدعوة إلى دين الله أعدّ خطّاً عمليّة

مرحليّة، وذلك من أجل تنفيذ الخطة الرئيسة للدعوة وتحقيق الهدف الرئيسيّ لها، كالآتي:

- الدعوة إلى هذا الدين الحنيف دون الجهر به (الدعوة السريّة).
- بدأ النبي ﷺ دعوته إلى الإسلام بأهله وعشيرته وأقرب الناس إليه أصحابه.
- كان ﷺ يستخدم الأسلوب الهادئ والموعظة الحسنة.
- كان ﷺ يحاول بقدر الإمكان ردّ الاعتداء مكتفياً بحماية نفسه، وعدم الاعتداء على أحد.
- الجهر بالدعوة إلى الله تعالى والإعلان عنها.

• التخطيط للهجرة: وقد تضمّنت عملية التخطيط للهجرة ثلاث مراحل، وهي كالآتي:

- المرحلة الأولى: الهجرة الأولى إلى الحبشة.
- المرحلة الثانية: الهجرة الثانية إلى الحبشة.
- المرحلة الثالثة: هجرته ﷺ مع أبي بكر ﷺ من مكة المكرمة إلى المدينة المنورة.

وكذلك نجد مشروعيّة التخطيط في أحاديثه ﷺ للدعوة إلى الأخذ بأسلوب التخطيط والبعد عن العشوائية، ومن ذلك قوله ﷺ لسعد بن أبي وقاص: ﴿...إِنَّكَ أَنْ تَدَعَ وَرَثَتَكَ أَغْنِيَاءَ، خَيْرٌ مِنْ أَنْ تَدْعَهُمْ عَالَةً يَتَكَفَّفُونَ النَّاسَ فِي أَيْدِيهِمْ...﴾².

فكانت حياة رسول الله ﷺ ومراحل سيرته المختلفة تسير وفق خطط مدروسة مبنية على معرفة الواقع وتوقع المستقبل والمساهمة في تسير الأمور حاضرة ومستقبلية، وما سريّة الدعوة واختفاء الرسول في دار الأرقم وأمره أصحابه بالهجرة إلى الحبشة، وعرض نفسه على القبائل وهجرته ﷺ إلى المدينة، وكافة تحركاته إلّا وفق خطط مدروسة ومحدّدة³.

2. أهميّة التخطيط: التخطيط للعمل الدعوي له أهميّة كبيرة وفوائد عديدة ترجع بالنفع على

الدعوة وعلى الدعاة، نورد منها ما يلي:

¹ - انظر: أحمد المزجاني، مقدمة في الإدارة الإسلامية، مرجع سابق، ص 141-150.

² - محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ت: مصطفى ديب البغا، ط5، دار ابن كثير، دمشق، 1993م، كتاب الوصايا، باب: أن يترك ورثته أغنياء خير من أن يتكففوا الناس، ج3، ص1006، رقم الحديث 2591.

³ - عبد العزيز العمري، أبعاد إدارية واقتصادية واجتماعية وتقنية في السيرة النبوية، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2005م، ص39.

أ. التخطيط مقدّمة النّجاح، فمن السّنن الكونيّة أنّ النّتائج مترتبة على المقدّمات، وأنّ الأسباب قائمة على المسبّبات، فالتّخطيط السّليم أساسٌ لنجاح العمل الدّعوي، وغيابه يؤدّي إلى التّخبط والعشوائية والضّياع، فهو إذن سنّة ربانيّة ملازمة لكلّ نجاح وتقدّم في جهات التّقدّم الحضاري والنّهوض الإنساني¹.

ب. تحقيق التّكامل في مؤسّسات العمل الدّعوي، فمهما كان الإبداع والتّميز في الأعمال الدّعوية، فإنّها لن تصل إلى النّجاح المطلوب دون التّخطيط لتحقيق التّكامل بين جميع عناصرها. يشمل ذلك التّنسيق بين الموارد البشريّة والماديّة، والطّاقات والقدرات داخل العمل الواحد.

ج. إعداد الكوادر الدّعوية المتخصّصة: مع التّوسع الكبير في مجالات وأساليب الدّعوة، وكثرة التّحديات وتنوعها، لم يعد هناك بديل عن العناية بالعمل التّخصصي، والتركيز على تأهيل كوادر لسدّ الثّغرات في شتى المجالات الدّعوية، ولا يُتصور إتمام جيد لتلك العملية بدون تخطيط يبدأ بتحديد الأولويات، وحصر الثغور الشّاغرة، ووضع تصور واضح لعملية إعداد واقعي متوازن للكوادر المطلوبة².

د. استقرار العمل الدّعوي؛ بينما يتعرض العمل العشوائي لتغيرات متكررة في محتواه، أو أهدافه، أو خطوات تنفيذه بسبب تغير الأفراد واختلاف قناعاتهم، نجد أن العمل المخطط له بدقّة يتمتع باستقرار أكبر. ذلك لأنّ التّخطيط يعتمد على قواعد وأصول ثابتة، وليس على الأفراد، مما يضمن الحفاظ على الاستقرار وتجنب الاضطراب والعشوائية.

هـ. استثمار الطاقات المختلفة بوضع الشّخص المناسب في المكان المناسب؛ لأنّ التّخطيط يقوم على اختيار الأشخاص الأكفاء لكلّ مهمّة بعيداً عن المجاملات أو اتباع الهوى.

فالحركة الواعيّة النّاضجة هي الحركة التي تعرف قدرات أفرادها وميولهم ومواهبهم، وتعرف نقاط القوة والضعف عندهم، ومن خلال ذلك تختار لكلّ فرد ما يُناسبه ويتناسب مع قدراته وميوله وطبيعته ومستواه³.

و. يساعد التّخطيط في وضع معايير وأسس لمتابعة أداء الدّعاة والعاملين في العمل الدّعوي، وتقييم مدى تحقيقهم لأهداف العمل، كما يفيد التّخطيط أيضاً في تحديد مهام الدّعاة والعاملين في العمل الدّعوي أو الخطة الدّعوية بشكلٍ عام للمؤسّسة، وتوضيح طريقة أدائهم؛ مما يسهم في إدارتهم وتوجيههم بالطريقة المناسبة لتحقيق الأهداف المطلوبة.

ز. تحقيق الأهداف المسطرة فالتّخطيط يعتمد على ربط الأهداف بالإمكانات والقدرات المتاحة، ممّا يضمن الواقعية والابتعاد عن التّخبط أو العشوائية.

¹ - انظر: عبد الرزاق درغام عيسى، أهمية التخطيط للدعوة الإسلامية، مجلة الجامعة الأسمرية، ليبيا، المجلد 15، 2010م، ص 229.

² - محمد عادل عبد الله بكر وآخرون، مشروعية التخطيط الدعوي وأثره في عمل الدعاة، مرجع سابق، ص 188.

³ - فتحي يكن، المتساقطون على طريق الدعوة كيف...ولماذا؟، ط 1، مؤسسة رسالة ناشرون، بيروت، د.ت، ص 57.

ح.تلافي الأخطاء عن طريق الاستفادة من الجهود السابقة، والخبرات المتراكمة، وتجنب تكرار نفس الأخطاء التي تحدث نتيجة عدم وجود معايير واضحة للقياس والتقييم.¹

ط.يتيح التخطيط الانتقال الهادئ والمدرّوس من مرحلة إلى أخرى، مع مراعاة الحسابات الدّقيقة وتجنب التسرع في الانتقال بين المراحل لتنفيذ برامج مؤسّسات العمل الدّعوي.

ي.التخطيط يساعد على بلورة الرؤية المستقبلية للمؤسّسات الدّعوية، والمقصود هو قدرة المؤسّسات على التنبؤ بمستقبل برامجها وأنشطتها الدّعوية من خلال التّحليل الاستراتيجي للبيئة التي يتم تنفيذ هذه البرامج فيها، والوقوف على نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتّحديات التي يمكن أن تواجهها، ذلك أنّ عنصر توقع الأحداث وصياغتها لا يتأتى سوى عبر التخطيط الذي تقوم به الإدارة الإستراتيجية للمؤسّسات الدّعوية، فهي التي تعين على استشراف المستقبل عبر التّحليل الإستراتيجي الذي يقف على فرص النّجاح ومهدّدات الفشل على مستوى البيئة الخارجيّة للدّعوة وتتمّ بذلك القراءة التي تؤدي إلى نجاح المؤسّسات.²

ك.يسهم التخطيط الجيد في تجنب إهدار الموارد من خلال وضعها في المكان المناسب، ممّا يساعد على استثمار هذه الجهود والنفقات في إقامة برامج دعوية أخرى، من خلال توفير الكثير من النفقات المالية والجهود البشرية.

ل.تتجلى أهمية التخطيط أيضاً في ضوء ما تواجهه الدّعوة الإسلاميّة في العصر الحاضر من تحديات ومؤامرات سواء أكانت داخلية أوخارجية، وغيرها ممن يستهدفون القضاء على الدّعوة الإسلاميّة وتقويض أركانها، فالمؤامرات التي تُحاك ضدّ الدّعوة الإسلاميّة ورجالها تحتمّ على القائمين على أمرها أن يرسموا خططاً محكمة تسير على أسسها لتواجه هذه المؤامرات؛ لأنّ أعداء الإسلام -على اختلاف أنواعهم- يحاربون الإسلام بأسلحة كثيرة ومتنوّعة وفق خطط مدروسة، أسهمت عقول كثيرة في إعدادها، فينبغي على الذين يحملون أمانة الدّعوة إلى الإسلام أن يواجهوا خطط أعدائهم بخطط استراتيجية مدروسة حتى تهيأ لهم أسباب النصر عليهم، ولأنّ تحرك الدّعاة وفق خطة محكمة يمنعهم من الزلل والخطأ ويثبت أقدامهم على طريق الدّعوة، ويجعل جهودهم تكّلاً بالنّجاح.³

ثانياً: مراحل إعداد الخطط في العمل الدّعوي المؤسّساتي وعوامل نجاحها

تلعب مؤسّسات العمل الدّعوي دوراً حيويّاً في نشر القيم والمبادئ الإسلاميّة، وتوحيد الجهود، ورسم المشاريع والخطط الدّعوية، وتنويع التّخصّصات للاستفادة من مختلف القدرات والمهارات والإمكانات، لخدمة الدّعوة الإسلاميّة.

¹ - محمد عادل عبد الله بكر وآخرون، مشروعية التخطيط الدعوي وأثره في عمل الدعاة، مرجع سابق، ص 189.

² - محمد زايد، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2018م، ص 198.

³ - انظر: عبد الرزاق درغام عيسى، أهمية التخطيط للدعوة الإسلامية، مرجع سابق، ص 242.

إنّ إعداد هذه الخطط يتطلب المرور بمراحل متعدّدة تتضمّن التّصميم والتّطبيق والتّقييم، بالإضافة إلى وجود عوامل محدّدة تُسهم في نجاحها. في هذا السياق، سنتناول بالتّفصيل مراحل إعداد الخطط في العمل الدّعوي المؤسّساتي والعوامل التي تُسهم في تحقيق النّجاح المنشود لهذه الخطط كالآتي:

1. مراحل إعداد الخطط في العمل الدّعوي المؤسّساتي: إعداد الخطط في مؤسّسات العمل الدّعوي يتطلب مجموعة من المراحل التي تُسهم في تحقيق الأهداف المنشودة بشكلٍ فعّال ومنظم، وفيما يلي الخطوات الرئيسيّة لإعداد الخطط الدّعوية:

أ. مرحلة التّصميم¹: في هذه المرحلة، يتمّ التّصميم لما يُراد تحقيقه من خلال وضع رسالة المؤسّسة الدّعوية، وتقييم البيئة الدّاخلية والخارجيّة، وتشمل هذه المرحلة الخطوات التّالية:

- وضع رسالة المؤسّسة الدّعوية: تحديد الغرض والرؤية والأهداف الأساسيّة للمؤسّسة الدّعوية، بما يعكس التّوجه العام والهدف من الدّعوة.

- تقييم البيئة الدّاخلية:

- تحديد نقاط الضّعف: التّعرف على الجوانب التي تحتاج إلى تحسين داخل المؤسّسة، مثل القدرات البشريّة أو الموارد الماليّة.

- تحديد نقاط القوّة: الاستفادة من الميزات التنافسية للمؤسّسة، مثل الكفاءات الخاصّة أو التجارب السّابقة النّاجحة.

- التّعامل مع البيئة الخارجيّة:

- فرص النّجاح: تحديد الفرص المتاحة في البيئة الخارجيّة التي يمكن استغلالها لتعزيز العمل الدّعوي، مثل الدّعم المجتمعي أو التّغيرات القانونيّة الإيجابيّة.

- مهدّدات الفشل: التّعرف على المخاطر والتّحديات التي قد تواجه الدّعوة من البيئة الخارجيّة، مثل التّغيرات السّياسية أو الثقافيّة.

- تحديد الفجوة الاستراتيجية:

- تحليل الفجوة: مقارنة الوضع الحالي للمؤسّسة الدّعويّة بالأهداف والرؤية المستقبليّة لتحديد الفجوات التي تحتاج إلى جسر.

- وضع أهداف طويلة الأمد: تحديد الأهداف الاستراتيجية التي تسعى المؤسّسة الدّعوية إلى تحقيقها على المدى البعيد لتجاوز الفجوات المحدّدة.

- جمع المعلومات وتحليلها:

¹ - انظر: علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظل التحديات المعاصرة: بالتطبيق على الأساليب و الوسائل، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه، معهد البحوث و الدراسات الاستراتيجية، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2010م، ص55، - بتصرف-

- تجميع البيانات: جمع المعلومات الضرورية من مختلف المصادر لتحليل البيئة الداخلية والخارجية بشكلٍ دقيق.

- تحليل البيانات: استخدام الأدوات التحليلية لتقييم الوضع الراهن واتخاذ قرارات استشرافية سليمة.

• اتخاذ القرارات:

- تحديد البدائل المتاحة: وضع قائمة بالخيارات والبدائل الممكنة لتحقيق الأهداف المحددة.

- اختيار أفضل البدائل: تقييم البدائل واختيار الأنسب منها بناءً على التحليل والمعلومات المتاحة.

- تطبيق البدائل: وضع خطة لتطبيق البدائل المختارة بشكلٍ فعال ومنظم.

فمرحلة التصميم تعدّ أساسية في إعداد الخطط الدعوية، حيث تسهم في وضع أسس واضحة ومبنية على تحليل دقيق للبيئة الداخلية والخارجية. من خلال هذه المرحلة، تستطيع مؤسسات العمل الدعوي تحديد أهدافها واختيار أفضل البدائل لتحقيق هذه الأهداف بكفاءة وفعالية.

ب. مرحلة التطبيق¹: تُعرف هذه المرحلة أيضاً بمرحلة "التنفيذ"، حيث يتم تنفيذ ما تم الوصول إليه في مرحلة التصميم. تتضمن هذه المرحلة الخطوات الآتية:

• وضع أهداف قصيرة الأجل: تحديد أهداف قابلة للقياس والتحقق على المدى القصير لضمان تقدم العمل الدعوي وفق الخطة المصممة.

• رسم السياسات: تطوير سياسات وإجراءات واضحة توجه تنفيذ البرامج والأعمال الدعوية.

• تخصيص الموارد البشرية والمادية: توزيع الموارد المالية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط والبرامج المحددة.

• تهيئة مؤسسات العمل الدعوي من الداخل:

- تعديل الهيكل التنظيمي: إجراء التعديلات الضرورية على الهيكل التنظيمي للمؤسسة الدعوية لضمان تناسبه مع الأهداف والأعمال الجديدة.

- إعادة توزيع السلطات والمسؤوليات: تعيين المهام والمسؤوليات بشكلٍ واضح لضمان الفعالية وتجنب التداخل في الأدوار.

• تحديد خصائص القوى العاملة: اختيار وتعيين العاملين المناسبين وتحديد متطلبات التدريب والإعداد والتطوير لضمان جاهزيتهم لتنفيذ الأعمال والبرامج المخططة.

¹ - انظر: علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظل التحديات المعاصرة: بالتطبيق على الأساليب والوسائل، مرجع سابق، ص56، -بتصرف-.

• تحريك الموارد البشرية والمادية: إدارة الموارد البشرية والمادية بفعالية لتحقيق التكامل والتعاون بين الأعمال والوحدات الإدارية المختلفة داخل مؤسسات العمل الدعوي.

فمرحلة التطبيق تعدّ أساسية أيضاً في إعداد الخطط الدعوية، وتتطلب رؤية عملية وقدرة على تنسيق الموارد البشرية والمادية بما يحقق التكامل والتعاون بين الأعمال والوحدات الإدارية المختلفة داخل مؤسسات العمل الدعوي.

ج. مرحلة التقييم¹: الغرض من عملية التقييم في خطط العمل الدعوي هو إتاحة الفرصة للمؤسسة الدعوية لتصحيح قرار غير سليم، وتقديم وسائل تصحيح مقبولة في الحالات التي يكون فيها القرار غير سليم.

وتتمثل أهمية هذه المرحلة فيما يلي:

• تقييم الاستراتيجيات: تُعدّ هذه المرحلة حاسمة لمؤسسات العمل الدعوي لأنها تركز على مراجعة وتقييم الاستراتيجيات التي وضعتها المؤسسة.

• تناسب الاستراتيجيات مع المتغيرات: تتعلق هذه العملية بفحص مدى ملائمة هذه الاستراتيجيات مع التغيرات المستمرة في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة الدعوية.

• تقييم مدى فعالية الخطط:

- فعالية الخطط: الهدف الرئيسي لهذه المرحلة هو تقييم مدى نجاح وفعالية الخطط الموضوعية في تحقيق الأهداف المرجوة.

- متغيرات البيئة الداخلية والخارجية: يشمل ذلك تقييم كيف تؤثر العوامل الداخلية (مثل الموارد البشرية والمالية)، والخارجية (مثل الظروف الاجتماعية والسياسية) على تنفيذ الاستراتيجيات.

• مقارنة النتائج الفعلية بالأهداف المتوقعة:

- النتائج الفعلية: هذه هي النتائج التي تم تحقيقها بالفعل بعد تنفيذ الاستراتيجيات والخطط.

- الأهداف المتوقعة: هذه هي الأهداف التي كانت المؤسسات الدعوية تسعى لتحقيقها عند وضع الخطط والاستراتيجيات.

- المقارنة: تقوم المؤسسات الدعوية بمقارنة النتائج الفعلية بما كان مُخططاً له (الأهداف المتوقعة) لتحديد الفجوة أو الانحراف بينهما.

¹ - انظر: علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظل التحديات المعاصرة: بالتطبيق على الأساليب والوسائل، مرجع سابق، ص 57، -بتصرف-.

• تحديد مدى الانحراف: يشير إلى الفرق بين النتائج الفعلية والأهداف المتوقعة. يمكن أن يكون الانحراف إيجابيًا (إذا كانت النتائج الفعلية أفضل من المتوقعة)، أو سلبًا (إذا كانت النتائج الفعلية أقل من المتوقعة).

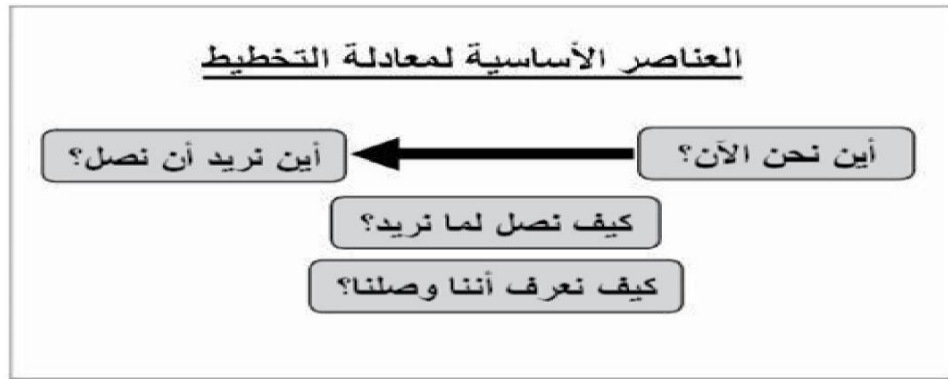
• إجراء عملية التّقيّم:

- عملية التّقيّم: بعد تحديد مدى الانحراف، تقوم مؤسّسات العمل الدّعوي بعملية التّقيّم لتحديد الأسباب وراء هذا الانحراف.

- في ضوء النتائج: بناءً على نتائج هذه المقارنة والتّقييم، يمكن للمؤسّسات الدّعوية اتخاذ قرارات تصحيحية لتحسين استراتيجياتها وضمان تحقيق الأهداف في المستقبل.

وعليه؛ فالعمل الدعوي يحتاج إلى الانتقال من مرحلة التخطيط إلى مرحلة التطبيق وفقًا لقدرات وإمكانات المؤسّسات الدّعوية، لتحقيق النجاح في بلوغ أهدافه وغاياته المنشودة. حيث أنّ الأفكار وحدها لا تكفي لتحقيق الأهداف المسطرة لمؤسّسات العمل الدّعوي. بالإضافة إلى ذلك، فإنّ أي عمل دعوي يجب أن يتضمّن رقابة ومتابعة متكاملة، وإلا ستصبح الخطط الدّعوية المرسومة مع مرور الوقت مجرد أمنيات وأفكار نظريّة بعيدة عن التطبيق العملي.

إنّ التّوصل لخطة علميّة واعدة يتطلّب الإجابة العلميّة والحكيمة عن عدّة أسئلة يوضّحها المخطط الآتي، الذي يمثّل العناصر الأساسية لمعادلة عملية التخطيط¹:



2.

عوامل نجاح الخطط في مؤسّسات العمل الدّعوي: الدّارس لتاريخ الدّعوة الإسلامية منذ بعثة النّبي ﷺ يجد أنّها كانت تسير وفق عملية تخطيطيّة مُحكمة، حيث بلغت في تخطيطها وتنظيمها وترتيبها للسلوك الإنساني ذروتها. فمؤسّسات العمل الدّعوي اليوم مطالبة بالاستفادة من التجارب السّابقة، ومطالبة أيضًا بالاستفادة من كلّ عوامل النّجاح المعاصرة التي تساعد على تحقيق أهدافها، ومنها²:

¹ - سعد مبارك، نحو تخطيط دعوي فاعل، ط1، دار الأصاله، اسطنبول، 2022م، ص 47.

² - انظر: سويلم العتيبي، أهمية التخطيط الاستراتيجي للمؤسّسات الدعوية وأبرز تحدياته في الواقع المعاصر، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، جامعة الأزهر، مصر، المجلد 41، العدد 41، 2022م، ص 690-693، -بتصرف-.

أ.التنظيم:ويأتي دوره لضمان تنفيذ الخطط المسطرة لمؤسسات العمل الدعوي بالشكلالصحيح والفعال، وهو مهم لتحديد المهام وبيان واجبات كل فرد من أفراد المؤسسة الدعوية، وكذلك تحديد وبيان علاقة كل فرد بموقعه وتوزيع السلطات والصلاحيات، كل ذلك من أجل بلوغ الهدف النهائي من كل ما سبق،وهو إعداد وتنسيق بشري يسهم فيه كل فرد لإنجاح مسيرة العمل الإسلامي، وتعزيز فعالية العمل الدعوي لضمان تحقيق أهداف وغايات الدعوة الإسلامية.

ب.التطوير المستمر:فخطط العمل الدعوي ليست مجرد عمل ثابت، بل هي عملية ديناميكية تتفاعل باستمرار مع العقل البشري الذي يحتاج إلى تطوير مستمر نتيجة لتغير الظروف والأحوال والاهتمامات. هذا التغير يؤثر في بُعدين أساسيين في المؤسسات الدعوية هما:

- البُعد الثقافي: وهو بُعد له صلة وثيقة بتغيير ثقافة المؤسسات، وتغيير ما بها من سلوكيات وأفكار قديمة لا تتناسب مع معطيات العصر الحديث، فهي تقف كحجر عثرة في إحداث نقلات نوعية لتغيير إيجابي داخل المؤسسة الدعوية.
- البُعد الفني: وهو بُعد له صلة بتغيير آليات العمل في المؤسسات الدعوية والتي يمكن من خلالها أن تحقق أهدافها، مع تبني آليات التحسين المستمر، فبذلك يحدث وبشكل كبير تغيير إيجابي وتطوير مستمر.

ج.الرقابة:والمقصود بها هنا هو التأكد من سير وتنفيذ المبادئ أنفة الذكر؛ وهي التنظيم والتطوير داخل مؤسسات العمل الدعوي بشكل صحيح نحو تحقيق الأهداف المرسومة، ويكون ذلك بمقارنة النتائج بالأهداف ضمن معايير موضوعة سلفاً لتصحيح أي انحراف في الأداء ضماناً لفاعلية وكفاءة التطبيق.

د.المراجعة الدائمة والتقويم المستمر: فالمراجعة الدورية للخطط والأعمال التي تقوم بها المؤسسات الدعوية لها أهمية كبيرة لأنها تساعد في تحديد ومعالجة أي انحرافات أو أخطاء قد تحدث. من خلال مراجعة الأداء بشكل منتظم، يمكن للمؤسسات الدعوية التأكد من أنها تسير في الاتجاه الصحيح وتقوم بالإجراءات اللازمة لتصحيح أي مسار خاطئ، فالمراجعة تساعد على اكتشاف الأخطاء التي وقعت فيها خلال فترة معينة. بفهم هذه الأخطاء، يمكن للمؤسسات التعلم منها واتخاذ التدابير اللازمة لضمان عدم تكرارها في المستقبل.

فالمؤسسة الدعوية الناجحة هي التي تتعلم من أخطاءها السابقة والحالية لتحسين خططها وأدائها في المستقبل،فالاستفادة من التجارب والخبرات السابقة -سواء كانت إيجابية أو سلبية- يُعزّز من قدرة المؤسسة الدعوية على تحقيق أهدافها بنجاح أكبر في المستقبل.

هـ. التّمويل: فلا بد من وجود جهة أو جهات تدعم المؤسّسات الدّعوية لتتمكن من إنجاز مهامها وتحقيق أهدافها، الموارد المالية والعنصر البشري كلاهما ضروريّ لنجاح عمل المؤسّسات الدّعوية؛ فالعنصر البشري يشمل الأشخاص الذين يعملون في المؤسّسة، ويمثّلون العقل المدبر لتنفيذ الخطط، أمّا الموارد المالية هي الأموال اللازمة لدعم هذه الجهود، سواء كان ذلك من خلال تمويل المشاريع، أو دفع الرواتب، أو توفير المعدّات، أو تنفيذ الخطط والبرامج، فبدون تمويل كافٍ، حتى أكثر الخطط تفصيلاً وإبداعاً يمكن أن تفشل في التّطبيق والتّنفيذ.

فالموارد الماليّة لا تقلّ أهميّة عن العنصر البشريّ في تحقيق الخطط والأهداف المسطرّة للمؤسّسات الدّعوية. وبالإضافة لذلك، فقد كشف الباحثون والدارسون في التخطيط للعمل الدّعوي عن عوامل أخرى، منها:

التّطلع الدائم للمستقبل: فمن عوامل نجاح الخطط في مؤسّسات العمل الدّعوي أن يكون لدى المؤسّسات استشراف وتطلع دائمين تجاه المستقبل، فلا يكفي أن تعيش المؤسّسات الدّعوية الواقع دون النّظر في المستقبل، وما يمكن أن يفرضه من عقبات وتحديات أمام تحقيق أهدافها الدّعوية.

الواقعيّة: والمقصود استصحاب البيئة المحيطة بشكلٍ مستمر، فهي من أبرز عوامل نجاح الخطط في مؤسّسات العمل الدّعوي، فالمؤسّسات التي لا تهتم بواقعيتها والبيئة المحيطة بها تظلّ منفصمة عن البيئة وتفشل في أداء واجبها وتحقيق غاياتها المرجوة.

التّنسّق مع المؤسّسات ذات الصّلة: لتعزيز رسالة المؤسّسة الدّعوية، فهو مطلوب لضمان نجاح الخطط الدّعوية وتحقيق مقاصدها¹.

ثالثاً: التّحديات التي تواجه التّخطيط في مؤسّسات العمل الدّعوي وسبل علاجها

عملية التّخطيط في مؤسّسات العمل الدّعوي من الأمور الحيويّة لضمان تحقيق الأهداف والغايات المرجوة، المتأمل في واقع التّخطيط الدّعوي يُلاحظ ضعف التّخطيط ممّا أسهم في ظهور العديد من التّحديات والمشكلات التي تحول دونها ودون أداء رسالة المؤسّسات وتحقيق أهدافها. وما هي سبل التّغلب وتجاوز هذه التّحديات، وهذا ما يُمكن تفصيله على النّحو الآتي:

1. التّحديات التي تواجه التّخطيط في مؤسّسات العمل الدّعوي: يُواجه التّخطيط في مؤسّسات العمل الدّعوي جملة من التّحديات والعقبات كالآتي:

أ. التّغير والتّحول السّريع في البيئة الدّعوية: ذلك أن التّخطيط يُمثل في واقع الأمر خطة بعيدة المدى، ولذا فهي بحاجة إلى استقرار الطّروف التي تحيط بها خلال هذه فترة تنفيذها، ومن ثمّ فإنّ التّغيرات

¹ - علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظل التحديات المعاصرة: بالتطبيق على الأساليب والوسائل، مرجع سابق، ص 58.

السريعة تؤدّي بالإنشائية الدعوية إلى مواجهة واقع جديد يختلف عن الواقع الذي بنيت عليه ممّا يؤدّي إلى تعثرها وربما فشلها¹.

ب. اعتماد التخطيط على الفرد الواحد أو المؤسّس الأول أو المرجع الفكري: وهذه إشكالية تواجه العمل الإسلامي. فالمؤسّسات الدعوية عانت ومازالت تعاني من هذه الظاهرة المميّزة².

ج. عدم صحّة ودقّة التنبؤات والافتراضات: تلعب التنبؤات والافتراضات دوراً رئيسياً في صياغة الخطط والاستراتيجيات العملية، وتعتمد المؤسّسات الدعوية على هذه التوقعات لتحديد أهدافها، وتخصيص مواردها، وتطوير برامجها ومبادراتها.

د. الجهل بكيفية التخطيط وافتقاد مهاراته: فالتخطيط يحتاج بالإضافة لعنصر الخبرة إلى بعض المهارات والقدرات الشخصية التي يتمتّع بها من يتصدر لعملية التخطيط، ويأتي على رأسها مهارات التفكير والتحليل، والقدرة على التنبؤ وقراءة المؤشّرات³.

هـ. اختلاف الدعاة فيما بينهم: خلق الله تعالى النّاس ألواناً وأشكالاً وشعوباً وقبائل، فسنة الاختلاف ضرورة بشرية وسنة من سنن الله الكونية، قال تعالى: ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ * إِلَّا مَنْ رَحِمَ رَبُّكَ وَلِذَلِكَ خَلَقَهُمْ وَتَمَّتْ كَلِمَةُ رَبِّكَ لَأَمْلَأَنَّ جَهَنَّمَ مِنَ الْجِنَّةِ وَالنَّاسِ أَجْمَعِينَ﴾ [هود: 118-119]، ولا شك أنّ الاختلاف فيما يسوغ فيه الخلاف بين الدعاة أمر طبيعي، ويعتمد على رؤية كلّ واحد منهم، فلكلّ برنامجاهتمامه، إلّا أنّ التحدّي الذي نتحدث عنه لا يتعلّق بمجرد خلاف أخويّ ظاهر بل تعدّد ذلك إلى أنواع التعصب والفرقة واللامبالاة بمصالح العمل الدعوي والدعوة الإسلامية.

و. ضعف الموارد المالية اللازمة للمشروعات الدعوية: فمن المعلوم أنّ أيّ خطة دعوية مهما كانت طموحاتها وحسن صياغتها فإنها قد تصطدم بعقبة الموارد المالية، التي يتعين على المخطّط التفكير بها منذ البداية؛ لأنّ عدم توافر الأموال اللازمة لتغطية نفقات الخطط الدعوية قد يؤدي بها إلى التوقف وربما الفشل⁴.

ز. سوء فهم الشريعة ومقاصدها: كثير من المؤسّسات الدعوية تعتمد في خططها وقراراتها على دعاة وعاملين قد ينقصهم الفهم الدقيق للشريعة، فعدم الاعتماد على العلماء ينتج عن ذلك تخطيط خاطئ أو أعرج⁵.

¹ - انظر: سويلم العتيبي، أهمية التخطيط الاستراتيجي للمؤسّسات الدعوية وأبرز تحدياته في الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص 696-697.

² - انظر: بدر الدين زواقة، إدارة العملية الدعوية رؤية متجددة، ط 1، العقاد للنشر والإعلام، عناية-الجزائر، 2019م، ص 72.

³ - محمد عادل عبد الله بكر وآخرون، مشروعية التخطيط الدعوي وأثره في عمل الدعاة، مرجع سابق، ص 195.

⁴ - بلال خلف السكارنة، التخطيط الاستراتيجي، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010م، ص 108.

⁵ - بدر الدين زواقة، إدارة العملية الدعوية رؤية متجددة، مرجع سابق، ص 74.

ح. عدم قدرة المؤسسات الدعوية على تحديد أهدافها وبناء خطتها الدعوية: فالرغم من أنّ مؤسسة العمل الدعوي قد يتوفر لديها إيمان كامل بأهمية التخطيط وضرورته ولكنها لا تمتلك مقومات وقدرة لوضع خطة دعوية محكمة، وتحديد أهدافها وضبط غاياتها، حيث إنّ الخطة تعبّر عن إمكانيات المؤسسة الذاتية وإن استعانت بالغير في وضع خطتها لتتكون قادرة على تطبيقها.

ط. نقص الكوادر المؤهلة: وهو عدم توفر عدد كافٍ من الدعاة أو العاملين المدربين والمؤهلين الذين يمتلكون المهارات والخبرات اللازمة لتنفيذ الخطط والبرامج بكفاءة وفعالية.

2. سبل علاج التحديات التي تواجه التخطيط فيمؤسسات العمل الدعوي: تواجه مؤسسات العمل الدعوي العديد من التحديات في عملية التخطيط، والتي تتطلب استراتيجيات مبتكرة وحلول فعالة لتجاوزها وضمان تحقيق الأهداف المرجوة، نورد منها¹:

أ. عدم اعتماد التخطيط على الفرد الواحد أو المرجع الفكري، بل اعتماد وظائف الإدارة الحديثة ومهاراتها.

ب. اعتماد المعلومات الصحيحة والبيانات الدقيقة لتجاوز العوائق والتحديات بامتياز لأنّ هذه الوسائل والأساليب كلّها تُعين على تحقيق خطوة هامة في مسيرة الفهم والتخطيط، ورسم الدّرب وتجنب العثرات، هذه الخطوة هي جمع المعلومات اللازمة للموضوع الذي يجري له التخطيط، وجمع الإحصائيات ترتيبها وتبويبها.

ج. دقة التنبؤ بمحيط المؤسسة المستقبلي؛ انطلاقاً من كون التخطيط استشرافاً للمستقبل واختياراً للبدائل المناسبة لاتخاذ القرارات الصّائبة، فدقة التنبؤ بمحيط المؤسسة الذي تتحرّك فيه، سبب في الإيجابيات التنظيمية، وحسن التعامل مع الأولويات.

د. الحرص على التناسب بين أهداف المؤسسة والإمكانيات المتوقّرة؛ فتوقّر التناسب بين الأهداف والوسائل والموارد المتاحة للمؤسسة، سبب للتنظيم و سلامة القرارات ونتائج جيدة متوقّعة حدوثها.

هـ. التغلب على نقص الكوادر المؤهلة من خلال: تطوير برامج تدريبية، أو تحفيز الكوادر، أو التعاون مع المؤسسات التعليمية لإقامة شراكات مع الجامعات والمعاهد لتوفير تدريب متخصص وجذب الخريجين المؤهلين.

و. معالجة نقص الموارد المالية عن طريق تنوع مصادر التمويل، وإدارة الموارد بكفاءة؛ من خلال تحسين إدارة الموارد المالية الحالية وترشيد النفقات لضمان استخدامها بفعالية.

¹ - انظر: سويلم العتيبي، أهمية التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات الدعوية وأبرز تحدياته في الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص 701-706، بدر الدين زواقة، إدارة العملية الدعوية رؤية متجددة، مرجع سابق، ص 72-77، -بتصرف-.

ز. الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في التخطيط والتنفيذ الدعوي مثل استخدام التطبيقات والبرامج الإلكترونية.

ح. ضرورة إنشاء مؤسسة خاصة لإدارة الأزمات الدعوية، فلا يخفى على أحد ما تواجهه الدعوة الإسلامية في العصر الحاضر من تحديات وأزمات وابتلاءات تحتاج لإدارة حكيمة للأزمات والوصول لحلول إستراتيجية تعبر بها إلى بر السلام، بما يساعد على تنفيذ وتطبيق خطط العمل الدعوية وتحقيق أهدافها.

تتطلب مواجهة التحديات التي تواجه التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي استراتيجيات وحلول شاملة ومتكاملة. من خلال اعتماد المعلومات الصحيحة والبيانات الدقيقة، وتطوير الكوادر، والاستفادة من التكنولوجيا، ومعالجة نقص الموارد المالية، يمكن للمؤسسات الدعوية تجاوز هذه التحديات وتحقيق أهدافها وغاياتها بكفاءة وفعالية.

خاتمة

من خلال دراستنا لتحديات مؤسسات العمل الدعوي حيث تناولنا تحدي التخطيط كنموذج للدراسة، توصلنا إلى عدة نتائج كالآتي:

- التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي ليس مجرد تخمين أو تنبؤ عشوائي بالمستقبل، إنما هو عملية تحليل وتفكير عملي دقيق مستند لدراسات شاملة، لإيجاد منطلقات آمنة للدعوة عبر آليات فاعلة، بُغية تحقيق أهداف معينة.

- التخطيط في العمل الدعوي المؤسسي يتمتع بمشروعية قوية من منظور الإسلام، حيث تدعمه النصوص القرآنية والسنة النبوية، ويتضح ذلك من خلال التوجيهات والإشارات القرآنية للأنبياء والمؤمنين للأخذ بالأسباب وإعمال التفكير والتدبر، كما نجده كذلك في سيرته ﷺ.

- إعداد الخطط في مؤسسات العمل الدعوي يتطلب مجموعة من المراحل التي تُسهم في تحقيق الأهداف المنشودة بشكل فعال ومنظم تتمثل في: مرحلة التصميم، مرحلة التطبيق، ومرحلة التقييم.

- يواجه التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي جملة من التحديات والعقبات منها: اعتماد التخطيط على الفرد الواحد أو المرجع الفكري، عدم صحة ودقة التنبؤات والافتراضات، الجهل بكيفية التخطيط وافتقار مهاراته، نقص التمويل، ونقص الكوادر المؤهلة.

- من الاستراتيجيات المبتكرة والحلول الفعالة لتجاوز تحديات التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي: اعتماد المعلومات الصحيحة والبيانات الدقيقة، دقة التنبؤ بمحيط المؤسسة المستقبلية، الحرص على التناسب بين أهداف المؤسسة وإمكانيات المتوقعة، التغلب على نقص الكوادر المؤهلة، ومعالجة نقص الموارد المالية.

- قلة التخطيط في مؤسسات العمل الدعوي تشكل تحدياً كبيراً يمكن أن يؤثر سلباً على تحقيق الأهداف المنشودة، وهدر الموارد، وتأثر سمعة المؤسسة.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم

● الكتب:

- إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، ط4، دار الدعوة، القاهرة، 2004م.
- أحمد المزجاجي، مقدمة في الإدارة الإسلامية، ط1، دن، المملكة العربية السعودية، 2000م.
- أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، ت: عبد السلام محمد هارون، د.ط، دار الفكر، دمشق، 1979م.
- أحمد غلوش، الدّعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1987م.
- بدر الدين زواقة، إدارة العملية الدعوية رؤية متجددة، ط1، العقد للنشر والإعلام، عنابة-الجزائر، 2019م.
- بلال خلف السكارنه، التخطيط الاستراتيجي، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2010م.
- حسين مجد خطاب، ضوابط العمل الدعوي في مجالات: الموعظة، والمجادلة، والحكم على الآخرين، ط15، مطبعة الفجر الجديد، مصر، 2014م.
- سعد مبارك، نحو تخطيط دعوي فاعل، ط1، دار الأصالة، اسطنبول، 2022م.
- عبد العزيز العمري، أبعاد إدارية واقتصادية واجتماعية وتقنية في السيرة النبوية، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2005م.
- عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، ط9، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2002م.
- فاخر عاقل، التربية قديمها وحديثها، ط1، دار العلم للملايين، بيروت، 1974م.
- فتحي يكن، المتساقطون على طريق الدعوة كيف...ولماذا؟، ط1، مؤسسة رسالة ناشرون، بيروت، د.ت.
- محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدّعوة، ط3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995م.
- محمد الشوكاني، فتح القدير، ت: يوسف الغلوش، ط4، دار المعرفة، بيروت، 2007م.
- محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ت: مصطفى ديب البغا، ط5، دار ابن كثير، دمشق، 1993م.
- محمد زايد، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2018م.
- محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م.

● المقالات والأطروحات:

- سويلم العتيبي، أهمية التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات الدعوية وأبرز تحدياته في الواقع المعاصر، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، جامعة الأزهر، مصر، المجلد 41، العدد 41، 2022م.
- عبد الرزاق درغام عيسى، أهمية التخطيط للدعوة الإسلامية، مجلة الجامعة الأسمرية، ليبيا، المجلد 15، 2010م.
- علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظل التحديات المعاصرة : بالتطبيق على الأساليب و الوسائل، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه، معهد البحوث و الدراسات الاستراتيجية، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2010م.
- محمد عادل عبد الله بكر وآخرون، مشروعية التخطيط الدعوي وأثره في عمل الدعاة، مجلة جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، العدد 41، 2022م.