



أثر العمل المؤسسي في فاعلية الخطاب الدعوي

إعداد

الدكتور / محمد علي إبراهيم محمود حمد .

المدرس بقسم الدعوة والثقافة الإسلامية بطنطا

أثر العمل المؤسسي في فاعلية الخطاب الدعوي

محمد علي إبراهيم محمود حمد .

قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية بطنطا، جامعة الأزهر الشريف، جمهورية مصر العربية.

البريد الإلكتروني: MohamedAli.el.66@azhar.edu.eg

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة العمل المؤسسي وأثره في فاعلية الخطاب الدعوي ؛ وذلك حتى يتسنى الوقوف على ما للعمل المؤسسي من مميزات وخصائص لها الأثر البالغ في قوة ونشاط وحيوية وفاعلية الخطاب الدعوي ، وذلك في تعلق هذا الخطاب وتلك الفاعلية باختيار الدعاة من جانب ، وتكوينهم من جانب آخر ، فضلا عن أثر ذلك العمل المؤسسي وكذا الثقافة المؤسسية في تعزيز وقوة وفاعلية الخطاب الدعوي . وقد اتبعت في هذا البحث المنهج التحليلي والوصفي ، فقامت بتحليل النصوص والأدلة المتعلقة بالموضوع ، واستخلصت منها ما يخدمه ، فضلا عن التوصيف الصحيح لكل من المؤسسية والفاعلية وما يتعلق بهما . وتنقسم الدراسة إلى مبحثين ، أحدهما عن : تميّز العمل المؤسسي في اختيار الدعاة وإعدادهم ، والثاني عن : أثر كيان العمل المؤسسي في فاعلية الخطاب الدعوي . وقد انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: قوة الترابط والعلاقة بين الفاعلية الماثلة في العمل المؤسسي من جانب ، وفاعلية الخطاب الدعوي من جانب آخر ، وأن تلك الفاعلية لهذا الخطاب المنوط بها هم الدعاة في المقام الأول ، كما يظهر من خلال الدراسة أيضا فاعلية وأثر وتأثير الإدارة الناجحة ، بكل مقوماتها وأعضائها ومسئوليتها ؛ إذ عن طريقها يتم : التوجيه ، والرقابة ، والتخطيط ، والتنظيم ، وتلك أصول وظيفية رئيسية في العمل المؤسسي في أي مؤسسة كانت ، وفضلا عن هذا كله توصلت الدراسة إلى بيان تكامل العلوم في ما بينها ، ويتمثل هذا في التكامل والترابط بين العمل المؤسسي وإدارته من ناحية ، وعلم الدعوة في تعلقه

بالخطاب الدعوي من ناحية أخرى، وأخيراً ألمحت الدراسة في نتائجها إلى ضرورة أن يتسم الخطاب الدعوي - حالة طرحه- بالفاعلية والحيوية ؛ إذ هي الجاذبة للمدعو والمؤثرة فيه بلا شك.

الكلمات المفتاحية: مؤسسة ، فاعلية ، الدعوة ، العمل ، الخطاب ، آثار .

The impact of institutional work on the effectiveness of advocacy discourse

Muhammad Ali Ibrahim Mahmoud Hamad.

Department of Islamic Da'wa and Culture , Faculty of Fundamentals of Religion and Advocacy in Tanta, al-Azhar University, Arab Republic of Egypt.

Email: MohamedAli.el.٦٦@azhar.edu.eg

Summary:

This research aims to study institutional work and its impact on the effectiveness of advocacy discourse. This is so that it is possible to identify the advantages and characteristics of institutional work that have a significant impact on the strength, activity, vitality and effectiveness of the advocacy discourse, and that is in relation to this discourse and that effectiveness to the selection of preachers on the one hand, and their formation on the other hand, in addition to the impact of that institutional work as well as the institutional culture in strengthening The strength and effectiveness of advocacy discourse. In this research, I followed the analytical and descriptive approach. I analyzed the texts and evidence related to the subject, and extracted from them what serves it, as well as the correct description of both institutionalism and effectiveness and what is related to them. The study is divided into two sections, one of which is about: the distinctiveness of institutional work in selecting and preparing preachers, and the second is about: the impact of the institutional work entity on the effectiveness of advocacy discourse. The study concluded with a set of results, the most important of which are: the strength of

the interconnection and relationship between the effectiveness present in institutional work on the one hand, and the effectiveness of the advocacy discourse on the other hand, and that the effectiveness of this discourse entrusted to the preachers in the first place, and the study also shows the effectiveness The impact and impact of successful management, with all its components, members and officials; Through it, it is done: Direction, control, planning, and organization, and these are major functional assets in institutional work in any institution, and in addition to all of this, the study reached a statement of the integration of sciences among them, and this is represented in the integration and interconnection between institutional work and its management on the one hand, and the science of advocacy in its connection The advocacy discourse on the other hand. Finally, the study indicated in its results the need for the advocacy discourse - when presented - to be characterized by effectiveness and vitality. It is undoubtedly attractive to the invitee and influencing

Keywords: institution, effectiveness, advocacy, work, discourse, effects.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، سبحانه له أتمُّ الحمد وأكمله وأعظمه وأجمله، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له ، وأشهد أن سيدنا محمدا عبده ورسوله، اللهم صلى وسلم عليه عدد ما كان وما سيكون وما هو كائن إلى يوم القيامة، واجزه اللهم عنا خير ما جازيت نبياً عن أمته، ورسولاً عن دعوته ، وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً .
وبعد..

فلا ريب في أن العمل القائم على المؤسسة، ذات التنظيم والتوجيه والتخطيط والرقابة.... الخ، أعظم أثراً، وأقوى تأثيراً، وأحكم تنظيمًا، وأشدَّ إحكامًا من العمل الفردي الذي لا يتصف غالبًا بما اتصفت به تلك المؤسسة بما اشتملت عليه من الأوصاف السابقة .

إن العمل المؤسسي في جملته يتمتع بمزايا وخصال وخصائص قلما أن تجتمع للعمل الفردي ؛ إذ إن المؤسسة تعني : التعاون ، والترابط ، والتواصل ، والتنظيم ، والتوجيه ، والتخطيط، والتحفيز ، والرقابة ... الخ ، بما يضفي علي العمل حالة من القوة والإحكام والتنظيم وحسن التأثير، مما يُعطي له أهمية أعظم بكثير من العمل الفردي الذي يفقد تلك المزايا بلا شك .

ولما كانت الدعوة إلى الله تعالى أعظم الأعمال وأجلها، وأكرمها وأفضلها، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ ... ﴾ ، ولما كان الدعاة مأمورين باتباع أفضل الوسائل وأحسن الأساليب في تبليغ تلك الدعوة، ولما كان من خصائص تلك الدعوة: الواقعية، والتي تأتي في بعض معانيها: معايشة الواقع والتأقلم معه والانطلاق منه والرجوع إليه ، لما كان ذلك كله كذلك ، فإن مما ينبغي مراعاته والعناية والاهتمام به والتنويه عليه، هو معرفة مدى تأثير الخطاب الدعوي - والذي يحمل مضمون الدعوة الإسلامية - بالعمل المؤسسي عموماً ، والمؤسسات الدعوية خصوصاً؛

حتى يمكن جمع الأمرين في بوتقة واحدة ، تصب في صالح الدعوة الإسلامية: ديننا وتبليغنا، وحتى يمكن مسابرة الواقع والتعايش معه وعدم مصادمته بحال من الأحوال.

ولما كان العمل المؤسسي بهذا التأثير المشار إليه سابقا ، حيث التنظيم والإحكام وحسن التأثير... الخ ، وكان تأثيره هذا يحوي ما انضوى تحت لوائه ودخل في بوتقته ، فإن الأمر نفسه يعود على الخطاب الدعوي، حيث الفاعلية والحيوية والتأثير وقوة هذا التأثير، بما يمكن استغلاله وتوظيفه دعويا بما يصب في صالح تلك الدعوة الميمونة المباركة.

من هنا جاءت تلك الدراسة لتكشف عن هذا كله، ولتبيّن مدى تأثير العمل المؤسسي في تعزيز وتمكين وقوة فاعلية الخطاب الدعوي، ولتفصح عن تأثير هذا العمل المؤسسي في القائمين على هذا الخطاب الدعوي من ناحية، ومدى تأثيره على الطرح للمضمون الدعوي من ناحية ثانية، ولتظهر قوة التأثير من هذا العمل المؤسسي فيما يسمى بـ (الثقافة المؤسسية) من ناحية ثالثة.

ولم تغفل تلك الدراسة عن بيان أهمية العمل المؤسسي على وجه العموم، وكذا أهمية المؤسسة في العمل الدعوي خصوصا، مبيّنة هذه الآثار الجليلة على كثير من أركان العملية الدعوية في ثنايا هذه الدراسة المتواضعة.

فإن وفقتُ في هذا كله فمن الله تعالى وحده، فله كامل الحمد وعظيم الشكر وجزيل الامتنان، وإن كانت الأخرى فمني ومن الشيطان ، والله منه براء، وحسبي أنني بشر أخطئ كما يخطئ البشر.

وصل اللهم على سيدنا ونبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم .

أسباب اختيار الموضوع :

كان لاختيار هذا الموضوع والرغبة في الكتابة فيه عدة أسباب ، منها :

أولا: الرغبة في كتابة موضوع جديد - يزعم الباحث أن الكتابة فيه قليلة - بالنسبة

لتلك الكثرة الكاثرة في بقية موضوعات الدعوة الإسلامية الأخرى .

ثانيا: محاولة التقليل - مدى الإمكان - من حالة التخبط والعشوائية التي قد يقع فيها بعض الدعاة إلى الله تعالى ، إذا ابتعدوا عن تلك المؤسسات الدعوية ؛ إذ المؤسسة فيها تقليل للعشوائية والشخصنة وما شابه ذلك ؛ نظرا لكونها تمتلك التخطيط والتنظيم ... الخ .

ثالثا: الخروج بدراسة تقرر مدى تأثير المؤسسات - عموما والدعوية خصوصا - على ما انضوى تحت لوائها ، بما يقرر أهميتها وفضلها وعدم التنكر لها وضرورة الاحتكام والرجوع إليها ، لا سيما إذا كان القائمون على تلك المؤسسات من أهل العلم والفضل والخشية لله تعالى وحده .

أهمية الدراسة:

تشكلت عدة أمور محورية مثلت أهمية بالغة في هذا الدراسة ، ومن ذلك :

أولاً: إن دخول الخطاب الدعوي تحت راية المؤسسات الدعوية مما يضيف عليه حالة من الأهمية بشكل أكبر وأعظم ؛ إذ الخطاب الدعوي يتمتع بأهمية بالغة أصلا ، فإذا تمت إضافة العمل المؤسسي الرسمي إليه ، ازداد أهمية على أهميته ، وحيوية على حيويته .

ثانيا: إن جمع الأمرين (العمل المؤسسي - والخطاب الدعوي) في دراسة واحدة مما يبين تكامل العلوم، وتواصلها فيما بينها، وكون كل منها يصب في الآخر، وهنا قد اجتمع علم الدعوة مع علم الإدارة في دراسة واحدة، مما يضيف عليها أهمية تخدم الأمرين بلا شك.

ثالثا: لا يخفى على القائمين على العمل الدعوي من أهمية (الفاعلية) في محيط الدعوة الإسلامية ، وهنا قد التصقت تلك الفاعلية بأهم وأعظم جزء في تلك العملية الدعوية ، ألا وهو الخطاب ، ذلك الذي يحمل مضمون تلك الدعوة ، وإذا كانت

المؤسسية أو العمل المؤسسي مما سيزيد من تلك الفاعلية لهذا الخطاب ، بما يمكن توصيفه بالحياة والقوة والنشاط والتأثير ، فإن ذلك مما يبين أهمية تلك الدراسة أيضا .

رابعا: إن هذا العصر الحاضر يتمتع بكونه عصر المؤسسات والمؤسسية والعمل المؤسسي بلا شك ، والخطاب الدعوي إذا خرج من بعض تلك المؤسسات (المؤسسات الدعوية) ، فإن هذا مما يُظهر هذا الخطاب بمظهر المتوافق مع العصر ، المتناغم مع الجديد فيه ، لكن بما يوافق الشرع ويصب في مصلحته بلا شك .

الهدف من البحث :

أما هدف تلك الدراسة فهو بيان مدى أثر (العمل المؤسسي) عموما على ما بعض ما يتصل بفاعلية الخطاب الدعوي ، حيث القائمون على هذا الخطاب ، والطرح الدعوي لمضمون هذا الخطاب ، فضلا عن مدى تأثير الثقافة المؤسسية القابعة في البيئة الوظيفية على هذه الفاعلية ، بما يعززها ويمكّن لها أكثر ، ويضفي عليها حالة من القوة والحياة .

منهجي في البحث :

اعتمدت تلك الدراسة عدة مناهج ستسير عليها وتلتزم بحدودها ومضمونها، بما سيؤدي - إن شاء الله تعالى - إلى صحة النتائج في نهاية الأمر، ومن تلك المناهج ما يلي:

١ - المنهج التحليلي: وهو منهج يقوم على دراسة الإشكالات العلمية المختلفة: تفكيكا أو تركيبيا أو تقويما.

٢ - المنهج الوصفي: والذي يعني: دليل علمي يهدي إلى القضايا، أو الموضوعات، أو المصطلحات، أو الإشكالات العلمية، فيصفها كماً أو كيفاً، أو هما معا، بطريقة

منهجية، دون أن يبدي رأياً تحليلياً أو تفسيرياً لوضعها وطبيعتها»^(١).

كما لا غني لي عن بقية المناهج الأخرى أثناء الدراسة ، متى دعت الحاجة إليها والتقيّد بها .

تقسيم الدراسة :

جاء هذا البحث في مقدمة منهجية وتمهيد ومبحثين وخاتمة : فأما المقدمة فبيّنت فيها أسباب اختيار الموضوع ، وأهمية الدراسة ، والهدف من هذا البحث ، ومنهج الباحث ، وكذا تقسيم الدراسة .

وأما التمهيد فهو يحتوي على :

أولاً: بيان مفردات عنوان البحث .

ثانياً: أهمية العمل المؤسسي على وجه العموم .

وأما المبحثان فهما كالآتي :

المبحث الأول: تميّز العمل المؤسسي في اختيار الدعاة وإعدادهم ، وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي. ويحتوي على مقدمة و مطلبين:

المطلب الأول: تميّز العمل المؤسسي في مرحلة اختيار الدعاة ، وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي.

المطلب الثاني: تميّز العمل المؤسسي في مرحلة تكوين الدعاة ، وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي .

المبحث الثاني: أثر كيان العمل المؤسسي في فاعلية الخطاب الدعوي. ويشتمل على

(١) ينظر: أبحاث في العلوم الشرعية - محاولة في التأصيل المنهجي ، د / فريد الأنصاري ، ص ٦٦ ، ٩٦ ، مطبعة النجاح الجديدة ، الدار البيضاء ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م . الطبعة الأولى .

مقدمة ومطلبين:

المطلب الأول: أثر العمل المؤسسي في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي .
المطلب الثاني: أثر الثقافة الوظيفية المؤسسية في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب
الدعوي^(١).

وأما الخاتمة فيها أهم النتائج والتوصيات، ثم المصادر والمراجع، وأخيرا الفهارس.

(١) تمّ التقيّد في هذا البحث بأمرين اثنين هما: الدعاة - وقوة وتعزيز فاعلية الخطاب الدعوي؛ وذلك لسببين:
الأول: أن الدعاة هم حاملو هذا الخطاب ، فهم المنوط بهم في المقام الأول الاهتمام بهذه الفاعلية .
الثاني: أن الدعاة هم المنوط بهم أيضا إظهار هذه الفاعلية ، حيث الطرح ، والأداء ، والتفاعل مع هذا
الخطاب... الخ .
هذا، ولم يتم التعرض للمدعويين ولا المضمون الدعوي ولا الأساليب ولا الوسائل... الخ؛ لعدة أسباب:
الأول: أن المدعو لا علاقة له بهذه الفاعلية، إلا أنه يتلقاها فقط، أعني أنه ليس له تأثير في هذه الفاعلية،
من حيث : إنشائها ، زيادتها ، مراعاة ضوابطها كالدعاة مثلا .
الثاني: أن المضمون الدعوي يأتي من القرآن والسنة، فهما مفعمان بهذه الفاعلية، ولو تم إدراج المضمون
ضمن تأثير العمل المؤسسي عليه، لجعلنا هذا العمل المؤسسي له تأثير على القرآن والسنة، وهو محال
إطلاقا، لكن الصحيح هو العكس، أن العمل المؤسسي بكل ما يتعلق به هو الذي يتأثر بالقرآن والسنة، ثم
إن هذه الفاعلية الماثلة في المصدرين الأولين «القرآن والسنة» إنما هي فاعلية ذاتية، وما أقصده بالفاعلية
المنشودة من العمل المؤسسي إنما هي فاعلية مكتسبة خارجية.
الثالث: ولم يتم التطرق إلى الأساليب والوسائل ... الخ؛ لأن هذا في الأصل بحث أكاديمي وليست رسالة
علمية؛ إذ الباحث متقيد في هذا البحث بعدد ورقات معينة لا يتعداها، ولعلي في أبحاث أخرى - إن شاء
الله تعالى - أتطرق إلى بقية ما فاتني في هذا البحث، من حيث الأساليب والوسائل وعلاقتها بالعمل
المؤسسي، وتأثير الأخير عليهما.

التمهيد

أولا : بيان مفردات عنوان البحث:

لا شك أن آية دراسة حينما تشتمل على مفاهيم واضحة، ذات دلالات معلومة، تحمل رؤى وتصورات غير مبهمة ولا غامضة، فإنها ستكون حينئذ أقرب فهما، وأعظم أثرا، وأرجى قبولا، وأقوى تأثيرا من غيرها مما لا يشتمل على ما اشتملت عليه. وقد جاء عنوان هذا البحث مشتملا على عدة مصطلحات كان لابد من بيانها والكشف عن مضمونها وما تحمله من دلالات ومعاني.

وتلك المصطلحات هي :

- ١ - أثر. ٢ - العمل. ٣ - المؤسسي.
٤ - الفاعلية. ٥ - الخطاب. ٦ - الدعوي.

وبيانها - إن شاء الله تعالى - كالاتي :

أ- مصطلح (أثر) :

تدور مادة (أثر) حول عدة معاني، ومنها: ما تبقى من الشيء ورسمه الذي يؤدي إليه. فقد جاء في (معجم مقاييس اللغة) (أَثَرَ الْهَمْزَةُ وَالنَّاءُ وَالرَّاءُ، لَهُ ثَلَاثَةٌ أُصُولٌ: تَقْدِيمُ الشَّيْءِ، وَذِكْرُ الشَّيْءِ، وَرَسْمُ الشَّيْءِ الْبَاقِي... الْأَثَارَةُ: الْبَقِيَّةُ مِنَ الشَّيْءِ، وَالْجَمْعُ أَثَارَاتٌ، وَمِنْهُ قَوْلُهُ تَعَالَى: ﴿أَوْ أَثَرَةٍ مِّنْ عِلْمٍ﴾ [الأحقاف: ٤] ^(١). وجاء في تاج العروس «الأثر، محرّكة: بقية الشيء. ج «آثار»، وأثور»، الأخير بالصم. وقال بعضهم: الأثر ما بقي من رسم الشيء ^(٢).

(١) معجم مقاييس اللغة، أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ج ١، ص ٥٤ : ٥٦. دار الفكر ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م. باختصار.

(٢) تاج العروس من جواهر القاموس، محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الملقب بمرتضى، الزبيدي، ج ١٠، ص ١٢. دار الهداية، بدون تاريخ.

- من هنا يتضح ما يلي :
- الأثر لفظة تؤدي إلى ثلاثة معانٍ ، وكل معنى منها هو الذي يحدده السياق الذي سبق فيه وجاء من أجله .
- من المعاني التي تحملها تلك اللفظة : بقية الشيء أو رسم الشيء ، والانتخاب الدلالي يقرر هذا المعنى لهذه الدراسة ، فهي المقصودة هنا .
- لفظة (أثر) تأتي في الأمور المعنوية والحسية على السواء ، ولا تختص بوحدة منها دون الأخرى .

ب – لفظة (العمل) :

تأتي لفظة (العمل) مصدرا من الفعل (عَمِلَ)، والتي لها عدة معانٍ في اللغة العربية، ومنها: الفعل والممارسة.

جاء في المحكم (العَمَلُ: المهنة وَالْفِعْلُ. وَالْجَمْعُ أَعْمَالٌ. عَمِلَ عَمَلًا وَأَعْمَلَهُ وَاسْتَعْمَلَهُ)^(١).

وفي معجم اللغة العربية المعاصرة (عَمِلَ / عَمِلَ بـ / عَمِلَ على / عَمِلَ في / عَمِلَ لـ يَعْمَلُ ، عَمَلًا ، فهو عامل ، والمفعول مَعْمُولٌ (للمتعدّي)).

• عَمِلَ الرَّجُلُ :

١ – مهن "عَمِلَ تِجَارًا / طَبِيبًا / مَهْنَدِسًا".

٢ – مارس نشاطًا وقام بجهد للوصول إلى نتيجة نافعة .

• عَمِلَ شَيْئًا: فعله عن قصد وصنعه ... عَمِلَ من أجله المستحيل: بذل أقصى ما يقدر عليه^(٢).

(١) المحكم والمحيط الأعظم ، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي ، ج ٢ ، ص ١٧٨ ، دار الكتب العلمية ، بيروت ١٤٢١ هـ – ٢٠٠٠ م . الطبعة الأولى .

(٢) معجم اللغة العربية المعاصرة ، د / أحمد مختار عبد الحميد عمر وآخرون ، ج ٢ ، ص ١٥٥٤ ، مطبوعات عالم الكتب ١٤٢٩ هـ – ٢٠٠٨ م . الطبعة الأولى . باختصار .

من هنا يتضح أن مادة (عَمِلَ) والتي منها المصدر (عَمَلٌ) تدور حول : الفعل والممارسة والتنفيذ والتطبيق والتأثير وبذل الجهد والمهنة ، وكلها معان متقاربة يؤدي بعضها إلى البعض، لكن السياق هو الذي يحدد المعنى المراد ويقطع بالمطلوب .

ج- مصطلح (المؤسسي) :

تأتي لفظة (المؤسسي) نسبة إلى مصطلح (المؤسس)، والتي تُشتق من الفعل (أَسَّس) والذي له عدة معان في اللغة العربية ، ومنها : أصل الشيء ومرتكزه وما يقوم عليه .

فقد جاء في (الصحاح) (أسس) الأُسُّ: أصل البناء، وكذلك الأساسُ، والأُسُّ مقصورٌ منه. وجمع الأُسِّ إساسٌ، مثل : عُسَّ وعِساسٍ^(١).

وفي المعجم الوسيط (أسس) البناء أسه ، (الأساس) : قَاعِدَةُ الْبِنَاءِ الَّتِي يُقَامُ عَلَيْهَا ، وأصل كل شيءٍ ومبدؤه ، وَمِنْهُ أَسَاسُ الْفِكْرَةِ وَأَسَاسُ الْبَحْثِ»^(٢).

يُستخلصُ من هذا أن مادة «أسس» تدور حول: الأصل، والقاعدة، ومبتدأ الشيء، ومرتكزه وما يقوم عليه، وأن تلك اللفظة تأتي أيضا للأمر المعنوية، كأساس الفكرة مثلا، والأمر الحسية وهو كثير جدا.

= تعريف العمل المؤسسي مركبا:

نظرا لحدائثة هذا المركب الإضافي «العمل المؤسسي» من ناحية، ونظرا لما أحدثه هذا العمل المؤسسي من تأثير بالغ ذي أهمية كبرى في مجال الإدارة والتنظيم والمؤسسية في كثير من مجالات الحياة من جانب آخر، فقد تعددت التعريفات لهذا المصطلح المركب المحدث ، أعني العمل المؤسسي، وإن كانت كلها تدور في بوتقة واحدة تعطي خطوطا عريضة لماهية هذا العمل وما يقوم عليه .

(١) الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية ، أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي ، تحقيق : أحمد عبد الغفور عطار ، ج٣ ، ص٩٠٣ ، دار العلم للملايين ، بيروت ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م . الطبعة الرابعة .

(٢) المعجم الوسيط ، مجموعة مؤلفين ، ص١٧ ، دار الدعوة ، الإسكندرية، بدون تاريخ ولا رقم طبع.

ومن تلك التعريفات ما يلي :

١ - العمل المؤسسي هو : كل تجمع منظم يهدف إلى تحسين الأداء وفعالية العمل، لبلوغ أهداف محددة، ويقوم بتوزيع العمل على لجان كبرى وفرق عمل وإدارات متخصصة: علمية، ودعوية، واجتماعية؛ بحيث تكون لها المرجعية وحرية اتخاذ القرار في دائرة اختصاصها ... يعتبر عملاً مؤسسياً^(١).

٢ - أو هو : «كيان أو ترتيب اجتماعي يشاد بطريقة مقصودة ؛ لتحقيق أهداف جماعية مشتركة ، من خلال طابع بنائي وممارسات إدارية»^(٢).

ومن خلال هذين التعريفين يتضح أن العمل المؤسسي يتكون من مقومات تُعدُّ الأسس الحقيقية لقيامه وبنائه ، وهي :

- أن العمل المؤسسي يعتمد على التجمع والجماعية ، ثم التنظيم لهذه الجماعية والتجمع ، بما يُسيّر العمل ويجعله على حسن تام وفاعلية منتجة ، وبهذا تخرج الفردية والطابع الفردي فلا مجال له في هذه المؤسسة .

- هذا التجمع المنظم لا بد له من أهداف يسعى إلى تحقيقها ، بحيث لا يتصور قيام تجمع منظم بدون هدف يرنو إلى تحقيقه .

- غالبية العمل المؤسسي يقبع في مؤسسات وتنظيمات بنائية ، يُطلق عليها (المؤسسة) لها حدود تُحدِّدُها ، وما يخرج عن هذه المؤسسة من ممارسات وأفعال تسمى بالعمل المؤسسي .

- هذا العمل المؤسسي وما ينتظمه من (مؤسسة) ، لها مجال إداري ينظم ويخطط ويرشد ويقوم ويتخذ القرارات ويوجّه ، فلا يمكن أن تقوم مؤسسة ذات تجمع سواء أقلّ

(١) العمل المؤسسي .. معناه ومقومات نجاحه، عبد الحكيم بن محمد بلال، مجلة البيان، العدد (١٤٣)، ص٣٦

(٢) المنظمات العامة ، محمد حافظ حجازي ، ص١٤ . بدون بيانات.

العدد أم أكثر ، ثم لا يكون لها مجالس إدارية لها الضبط والحزم والإحكام ، لا سيما تلك المؤسسات التي لها فروع متعددة .

د - مصطلح (الفاعلية) :

يأتي مصطلح (الفاعلية) مصدرا صناعيا من اسم (الفاعل) ، ليعطي معنى القيام بالشيء والمقدرة على التأثير بما وُصِفَ به .

ففيء المعجم الوسيط ((الفاعلية) وصف في كل ما هو فاعل (مج)^(١).

وفي معجم اللغة العربية المعاصرة ((فاعليّة [مفرد]: مصدر صناعيّ من فاعِل: مقدرة الشيء على التأثير "فاعلية وسيلة/ دواء/ حل" ^(٢).

يتضح من هذا أن الفاعلية مصدر صناعي من (فاعل) ، وأن لها معان متعددة ، فتختص بالمرفوع في النحو ، وتعطي معنى القيام بشيء ذي تأثير ، أو يكون هو مؤثرا ، بحيث يعطي معنى الحيوية والتأثير والنشاط وما شابه ذلك .

هـ - لفظة (الخطاب) :

تأتي لفظة (الخطاب) مصدرا من الفعل (خَطَبَ وَخَاطَبَ) ، ويعطي عدة دلالات ذات مضامين معينة ، ومنها : الكلام والأمر ذو الشأن وطلب نكاح المرأة للزواج .

ففي معجم مقاييس اللغة (خَطَبَ) الخَاءُ وَالطَّاءُ وَالْبَاءُ أَصْلَانِ: أَحَدُهُمَا الْكَلَامُ بَيْنَ اثْنَيْنِ، يُقَالُ خَاطِبُهُ يُخَاطِبُهُ خِطَابًا، وَالْخُطْبَةُ مِنْ ذَلِكَ. وَفِي التَّكَاحِ الطَّلَبُ أَنْ يُزَوَّجَ، قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: ﴿وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خُطْبَةِ النِّسَاءِ﴾ [البقرة: ٢٣٥]. وَالْخُطْبَةُ: الْكَلَامُ الْمَخْطُوبُ بِهِ. وَيُقَالُ اخْتَطَبَ الْقَوْمُ فَلَانًا، إِذَا دَعَوْهُ إِلَى تَزْوُجِ صَاحِبَتِهِمْ. وَالْخُطْبُ: الْأَمْرُ يَقَعُ؛ وَإِنَّمَا سُمِّيَ بِذَلِكَ لِمَا يَقَعُ فِيهِ مِنَ التَّخَاطُبِ

(١) المعجم الوسيط ، مجموعة مؤلفين ، ج ٢ ، ص ٦٩٥ .

(٢) معجم اللغة العربية المعاصرة ، ج ٣ ، ص ١٧٢٦ .

وَالْمُرَاجَعَةَ^(١).

وفي المعجم الوسيط (خطب) النَّاسَ وَفِيهِمْ وَعَلَيْهِمْ خطابة وخطبة: ألقى عَلَيْهِمَ خطبةً ، وفلانة خطبا وخطبة : طلبها للزواج ، ويُقال: خطبها إلى أهلها: طلبها منهم للزواج ، كَذَا طلبه مِنْهُ. ويُقال: خطب وده فَهُوَ خَاطِبٌ (ج) خطاب، وفي المثل (ذهب خاطبا فتزوج). (خطب) خطبا وخطبة: كَانَ فِي لَوْنِهِ خطبةً فَهُوَ أَخْطَبٌ وَهِيَ خطباء (ج) خطب.

(خطب) خطابة صَارَ خَطِيبًا... (الخطاب) : الْكَلَامُ، وَفِي التَّنْزِيلِ الْعَزِيزِ ﴿فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ﴾^(٢) ^(٣).

من هذه النصوص اللغوية يتضح أن مادة (خَطَبَ و خَاطَبَ) - والتي منها المصدر (الخطاب) تدور حول : - الكلام . - الحديث . - الأمر ذي الشأن . - طلب المرأة للنكاح . - وقوع الشيء.

والانتخاب الدلالي يقتضي عدم إعمال تلك المعاني في سياق واحد ، إذ لا يحتملها سياق واحد بمعنى واحد ، ومن هنا فإن المقصود من تلك المعاني - والمرتبط بهذا البحث - هو : الكلام والحديث .

= مصطلح (الخطاب) اصطلاحاً :

أما تعريف (الخطاب) اصطلاحاً فقد جاء تعريفه في (الكليات) بأنه (اللفظ المتواضع عَلَيْهِ الْمَقْصُودُ بِهِ إِفْهَامٌ مِنْهُ هُوَ مَتَهَيٌّ لِفَهْمِهِ)^(٤).

(١) معجم مقاييس اللغة ، أحمد ابن فارس ، ج ٢ ، ص ١٩٨ .

(٢) ص: ٢٣ .

(٣) المعجم الوسيط ، مجموعة مؤلفين ، ص ٢٤٢ ، ٢٤٣ . باختصار .

(٤) الكليات معجم في المصطلحات والفروق اللغوية، أيوب بن موسى الحسيني القريمي الكفوي، أبو البقاء الحنفي الكفوي ، تحقيق : محمد المصري - عدنان درويش ، ص ٤١٩ ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، بدون تاريخ ولا رقم طبع .

ومن هذا يتضح أن الخطاب مرتبط بأمرين، وهما : لفظ، وكونه مفهوما حتى يصل إلى المخاطب، وبدون هذين الأمرين لا يسمى خطابا، أو خطابا لا يؤدي وظيفته المقصودة منه .

و- مصطلح (الدعوي) :

لفظة (الدعوي) بياء النسب تأتي نسبة إلى مصطلح (الدعوة)، والذي يأتي مصدرا للفعال (دَعَا)، والذي يعطي عدة معان، منها: النداء والاستغاثة وبقية الشيء والدعاء والطلب... الخ .

ففي تاج العروس (دَعَا يَدْعُو دُعَاءً وَدَعْوَى؛ وَأَلْفَهَا لِلتَّائِيثِ.

وَمِنَ الْجَازِ: تَدَاعَوْا عَلَيْهِ: تَجَمَّعُوا. وَفِي الْمُحَكَّمِ: تَدَاعَى الْقَوْمُ عَلَى بَنِي فُلَانٍ إِذَا دَعَا بَعْضُهُمْ بَعْضًا حَتَّى يَجْتَمِعُوا. وَفِي التَّهْدِيبِ: تَدَاعَتِ الْقَبَائِلُ عَلَى بَنِي فُلَانٍ إِذَا تَأَلَّبُوا وَدَعَا بَعْضُهُمْ بَعْضًا إِلَى التَّنَاصُرِ عَلَيْهِمْ.

وَدَعَاهُ إِلَى الْأَمْرِ: سَأَلَهُ. وَيُطْلَقُ الدَّاعِي عَلَى الْمُؤَدِّنِ أَيْضًا، لِأَنَّهُ يَدْعُو إِلَى مَا يُقَرَّبُ مِنَ اللَّهِ. وَقَدْ دَعَا فَهُوَ دَاعٍ، وَالْجَمْعُ دُعَاةٌ وَدَاعُونَ كَقَضَاةٍ وَقَاضُونَ؛ وَدَاعِيَةُ اللَّبَنِ وَدَاعِيَةٌ: بَقِيَّتُهُ الَّتِي تَدْعُو سَائِرَهُ^(١).

وفي المعجم الوسيط: (دَعَا) بالشَّيْءِ دَعَا وَدَعَاةً وَدَعْوَى: طَلَبَ إِحْضَارَهُ، يُقَالُ: دَعَا بِالْكِتَابِ وَالشَّيْءِ إِلَى كَذَا احْتِجَاجَ إِلَيْهِ . وَيُقَالُ: دَعَتِ ثِيَابَهُ : أَخْلَقَتْ وَاحْتِجَاجَ إِلَى أَنْ يَلْبَسَ غَيْرَهَا. وَالطَّيْبُ أَنْفَهُ : وَجَدَ رِيحَهُ فَطَلَبَهُ . وَقُلَانًا: صَاحَ بِهِ وَنَادَاهُ. وَيُقَالُ: دَعَا الْمَيِّتَ: نَدَبَهُ. وَقُلَانًا: اسْتَعَانَ بِهِ وَرَغِبَ إِلَيْهِ وَابْتَهَلَ. وَيُقَالُ: دَعَا اللَّهُ: رَجَا مِنْهُ الْخَيْرَ . وَقُلَانًا: طَلَبَ الْخَيْرَ لَهُ. وَدَعَا عَلَى فُلَانٍ: طَلَبَ لَهُ الشَّرَّ. وَبَزِيدٌ وَزَيْدَا سَمَاءُ بِهِ. وَقُلَانًا: نَسَبَهُ إِلَيْهِ. وَإِلَى الشَّيْءِ: حَثَّهُ عَلَى قَصْدِهِ. يُقَالُ: دَعَاهُ إِلَى الْقِتَالِ، وَدَعَاهُ إِلَى

(١) يُنْظَرُ: تاج العروس، ج ١٩، ص ٤٠٦ : ٤٠٨ . باختصار شديد. مع تصرف.

الصَّلَاةَ، وَدَعَاَهُ إِلَى الدِّينِ. وَإِلَى الْمَذْهَبِ: حثه على اعتقاده وسأقه إليه. يُقَالُ: دَعَاَهُ إِلَى الْأَمْرِ. وَيُقَالُ: مَا دَعَاَهُ إِلَى أَنْ يَفْعَلَ كَذَا مَا اضْطَرَّه وَدَفَعَهُ. وَالْقَوْمُ دُعَاءٌ وَدَعْوَةٌ وَمَدْعَاةٌ طَلَبَهُمْ لِيَأْكُلُوا عِنْدَهُ.

(استدعاه) صَاحَ بِهِ وَطَلَبَهُ وَاسْتَلْزَمَهُ وَطَلَبَ أَنْ يَدْعُوَ لَهُ، أَوْ فَعَلَ مَا يَسْتَحِقُّ أَنْ يَدْعُوَ عَلَيْهِ^(١).

ومن هذه النصوص اللغوية يتضح أن مادة (دعا)، والتي منها مصطلح (الدعوة) يأتي لعدة معانٍ، ومنها: - الطلب . - التمني . - الدعاء . - الاستغاثة . - الصياح . - النداء . - الحث . - القصد . - النسبة إلى الشيء . - الرغبة في الشيء . - زعم نسبة الشيء إليه . - بقية الشيء التي تجلب غيره إليه. ومن المقطوع به أن السياق هو الذي يحدد المعنى المراد ويقطع بالمطلوب.

= تعريف (الدعوة) في الاصطلاح:

نظرا لكون مصطلح (الدعوة) يتعلق بأكثر من اعتبار، فقد تعددت التعريفات حول هذا المصطلح، فمنهم من عرفها من حيث اعتبارها ديناً، ومنهم من عرفها من حيث اعتبارها تبليغ هذا الدين، ومنهم من جمع بين الأمرين في تعريف واحد، ومنهم من عرفها من حيث كونها علماً وفناً. وذلك على النحو التالي:

١- تعريف (الدعوة) من حيث كونها ديناً:

يدخل تحت هذا القسم تعريف الشيخ محمد الراوي^(٢) - رحمه الله تعالى-، حيث عرفها بأنها (دين الله تعالى الذي ارتضاه للعالمين؛ تمكيناً لخلافتهم وتيسيراً لضرورتهم

(١) المعجم الوسيط، ص ٢٨٦. باختصار.

(٢) الشيخ محمد الراوي: أحد أعلام الأزهر الشريف في العصر الحاضر، وُلد في محافظة أسيوط عام ١٩٢٨م، التحق بالأزهر الشريف وأكمل فيه تعليمه... تم اختياره عضواً في هيئة كبار العلماء بمصر. توفي في ٢٠١٧/٧/٢م. يُنظر: جريدة المصريون، بتاريخ ٢٥/١١/٢٠١٧م.

ووفقاءً بحقوقهم، ورعاية لشئوهم، وحماية لوحدهم، وتكريماً لإنسانيتهم وإشاعة للحق والعدل فيما بينهم ... وقيل هي قبل ذلك وبعده: الاعتراف بالخالق، والبر بالمخلوق^(١).

٢- تعريف الدعوة بمعنى التبليغ والنشر لهذا الدين:

ويدخل تحت هذا القسم تعريف الشيخ محمد الغزالي^(٢) - رحمه الله تعالى -، حيث عرّفها بأنها (برنامج كامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس؛ ليصروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين)^(٣).

٣- التعريف الذي يحوي الأمرين معا :

ويدخل تحت هذا القسم التعريف القائل بأن الدعوة هي : (الإسلام من حيث المبادئ ، والقيام بنشره ، وجذب الناس إليه من حيث الوسائل والأساليب)^(٤).

ويلاحظ في هذا التعريف ذكر الأمرين في تعريف واحد ، حيث جمع بين الإسلام كدين ، والدعوة إليه والعمل على نشر هذا الدين وتبليغه.

٤- تعريف (الدعوة) من حيث كونها علم وفن :

وينضوي تحت هذا القسم التعريف القائل بأن الدعوة هي (مجموعة القواعد

- (١) الدعوة الإسلامية دعوة عالمية ، د/ محمد الراوي، ص٤٠ . مكتبة العبيكان، السعودية، الطبعة الأولى.
- (٢) الشيخ محمد الغزالي: (١٣٣٥ - ١٣١٦هـ = ١٩١٧ - ١٩٩٦م): محمد الغزالي السقا، بجائة، من كبار الدعاة ومفكري الإسلام، تخرج من الأزهر الشريف، مُنح جائزة الملك فيصل العالمية لخدمة الإسلام. له نحو (٦٠) كتابا في الدعوة والعلوم الإسلامية. يُنظر: إتمام الأعلام، د: نزار أباطة، محمد رياض المالح، ص٢٦٠، دار صادر، بيروت ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩م. باختصار.
- (٣) مع الله - دراسات في الدعوة والداعية ، الشيخ محمد الغزالي ، ص١٣ ، مكتبة هُضة مصر ، القاهرة ، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٥م . الطبعة السادسة .
- (٤) أسباب نجاح الدعوة الإسلامية في العهد النبوي ، د / عبد الله بن محمد الموسى ، ص١٥ رسالة ماجستير ، جامعة الإمام محمد بن سعود ، المعهد العالي للدعوة الإسلامية ، المملكة العربية السعودية ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢م .

والأصول التي يُتوصل بها إلى تبليغ الإسلام للناس وتعليمه وتطبيقه^(١).

تقارب ... وتعاضد ...

ورغم تلك التعريفات المتعددة لمصطلح (الدعوة)، ورغم تعدد الاعتبارات التي يراها أصحاب كل تعريف أو قسم، إلا أن ثمة تقاربا بين تلك التعريفات، حيث يؤدي بعضها إلى بعض ويكمل بعضها بعضا .

وذلك أن الإسلام باعتباره ديناً أنزله على رسوله - صلى الله عليه وسلم -، لم يتزل على رسوله فقط وانتهى الأمر عند هذا الحد ، ولم يكن قابعا في بلاد العرب فقط، بل إن الدعاة جميعا مأمورون بنشره وتبليغه ، وتلك العملية (أعني التبليغ والنشر) تحتاج إلى الدين من حيث كونها بدونه لا يكون ما يتم الدعوة إليه ، فكلا الأمرين يكمل بعضها البعض.

ثم إن هذا الدين (الإسلام) لما كان ديناً خاتماً عظيماً، كان مما ينبغي أن يوجد - أثناء الدعوة إليه - أناس على قدر من الفهم والعلم والدراية بما يدعون إليه، وهنا تظهر الحاجة إلى معرفة الدعوة كعلم وفن يجمع بين القواعد والأصول والمبادئ التي تمكن من ذلك . فاتضح تكامل التعريفات جميعاً، وأن كلا منها يؤدي إلى الآخر، فله الحمد رب العالمين.

= تعريف (فاعلية الخطاب الدعوي) مركبا:

إذا كانت (الفاعلية) في مدلولها اللغوي تعني قوة التأثير والحيوية فيما تصفت به تلك اللفظة في أحد معانيها ، وإذا كان (الخطاب) يعني الكلام في أحد مضامينه أيضا ، وإذا كانت لفظة (الدعوة) تعددت تعريفاتها هي الأخرى بين: دين وتبليغ له وعلم بما يكون النشر والتبليغ له، فإنه تتميم للفائدة ، وإحاطة للموضوع من جوانبه، وتكملة

(١) المدخل إلى علم الدعوة ، أ . د / محمد أبو الفتح البيانوي ، ص ١٩ ، مؤسسة الرسالة ، بيروت

لمفهوم مركب (فاعلية الخطاب الدعوي)، فإنه ينبغي الوقوف على معرفة هذا المركب وكشف كنهه والوقوف على ماهيته.

وقد عُرِّفَ هذا الاصطلاح المركب بأنه (بأنه اتصال دعوي موجّه، ينتظم سمات الفاعلية ومقوماتها، ويتوخى منه التأثير الإيجابي في المخاطبين)^(١).

ومن وجهة نظر الباحث ، فإن هذا التعريف يُؤخذ عليه بأنه قد ضَمَّنَ التعريف نفس ما عُرِّفَ به ، أعني أنه قد ضمنه مصطلح (الفاعلية) ، دون أن يذكر مقوماتها وما تدل عليه دون ذكر اللفظ صراحة ، فإنه ربما يكون إعادة وتكرارا بدون فائدة.

ويمكن تعريف المركب الإضافي (فاعلية الخطاب الدعوي) بأنه (اشتمال الخطاب الحامل لمضمون الدعوة ، الموجه إلى كافة المدعويين، على مواطن التأثير والحيوية والتأثير دون انقطاع).

هذا ، وما ينبغي الإشارة إليه هنا ، أن (الخطاب الدعوي) لا يقتصر على الخطبة بأنواعها فقط ، بل هو أعم من ذلك بكثير ، إنه يحوي تحت مضامينه جميع ما يمكن به توجيه الدعوة إلى المدعو ، فيدخل فيه : الخطبة ، والدرس ، والندوة ، والمحاضرة ، والمناظرة ، والكتاب ، والرسائل ، والقصة، والحوار.... الخ .

وهذا بلا شك مما يبيِّن أهميته واتساعه وشموله ، ومدى مكانته في العمل الدعوي برمته .

هذا، والمؤسسات التي أعنيها هنا تتسع؛ لتشمل الأزهر الشريف (جامعا وجامعة)، ومجمع البحوث الإسلامية وما ينضوي تحته ، وكذا وزارة الأوقاف ودار الإفتاء ، وكل ما هو مؤسسي شرعي رسمي في جمهورية مصر العربية ، وعليه فكل مطلق في هذا البحث

(١) فاعلية الخطاب الدعوي : دراسة موضوعية في ضوء سورة القصص، أ . د / عبدالحق غانم سيف سالم القرظي، ص ٨٠ ، مجلة العلوم الإسلامية الدولية ، جامعة المدينة العالمية ، المجلد السادس ، العدد الخاص ، يناير ٢٠٢٢ م .

مقيّد بهذه المؤسسات الشرعية المعترّبة ، والمتصفّة - بفضل الله تعالى - بالوسطية في العصر الحاضر .

ثانيا : أهمية العمل المؤسسي على وجه العموم :

يمثل العمل المؤسسي في العصر الحاضر أهمية قصوى في مجال الإدارة التطبيقية والتنظيمية ، وإدارة الإنتاج على مختلف مستوياته : الفكرية والاقتصادية والتعليمية والسياسية على السواء ، وهو ما يعطي دلالة واضحة في تعدد مجالاته ، وتنوع مداخله ، واتساع أبعاده التي يدخلها .

إن العمل المؤسسي عموما يمثل نقطة فارقة وعلامة واضحة في فيصل التفرقة بين الفردية والجماعية ، فيعمل على إخراج محاسن العمل الجماعي، فيبرزه، ويطوره، ويعدّد من أشكاله، وكثرة إنتاجه، وغزارة مادته ، وفي الوقت ذاته ، يحد من أثار الفردية المقيّنة التي قد يعتورها حب التملك وغريزة السيطرة... الخ

وفوق هذا ، فإن (العمل المؤسسي ذو أهمية بالغة لأنه ينقل العمل : من الفردية إلى الجماعية، ومن العفوية إلى التخطيط، ومن الغموض إلى الوضوح، ومن محدودية الموارد إلى تعددية الموارد، ومن التأثير المحدود إلى التأثير الواسع، ومن الوضع العرفي إلى الشرعية القانونية. كما لا بد من توفر مجموعة من الصفات لأي جهة تريد أن تبدأ بالعمل المؤسسي أهمها: الانفتاح والنضوج، والعزم والتوكل على الله تعالى، والتفكير الإيجابي، والمهارات الإشرافية اللازمة^(١).

ولا ريب في أن تلك الفوائد مجتمعة إذ اقترن بها العمل داخل أي مؤسسة قائمة على تلك المواصفات، فإنه سيتأثر بها إيجابا لا سلبا، انطلاقا لا وقوفا ، انفتاحا لا انغلاقا، ومنها العمل الدعوي برمته، هذا الذي يحوي الخطاب الدعوي بلا شك .

(١) دورة المؤسسة في المنظمات (الحكومية - الأهلية - الخاصة)، د / محمد العدلوني، ص ١١، ورقية بحثية متعلقة بدورة تدريبية ، بدون بيانات.

ولذلك (فالعمل المؤسسي ينسجم مع طبيعة الإنسان الاجتماعية، ويصطدم مع غريزته النفسية، من حب السيطرة والتملك والأنانية أحيانا، فجاءت الإدارة ومهاراتها من خلال الدراسات العديدة في المجالات: الاجتماعية والنفسية والإعلامية لتراعي هذه المتناقضات الظاهرة، وتحوّل الإنسان من خلال الممارسة والتدريب إلى العمل الجماعي المبني على الجندية والطاعة.

والعمل الجماعي المطور بالعمل المؤسسي المبني على وظائف الإدارة يحقق مقاصد ربانية، وأهداف إنسانية، فالعمل الجماعي فريضة شرعية؛ لأنه تجسيد لمعاني قرآنية كثيرة، منها التعاون^(١).

وعلى هذا، فكون العمل المؤسسي - والذي يقوم على الجماعة تلك التي دعها إليها القرآن والسنة - يكون له من الأسانيد والأدلة التي تبرهن على شرعيته من جانب، وعلى أهميته من جانب آخر؛ إذ إن القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة لا يذكران إلا ما هو أكثر أهمية، وأعظم تأثيرا، وأشدأ أثرا بلا ريب.

إن العمل المؤسسي يفرز لنا شخصيات بارزة تعمل على تقدم تلك الأمة، وتعمل على عزتها ورفعتها، وذلك لأن التعاون الذي يمتاز به العمل المؤسسي يُخرج لنا أعمالا فائقة تحدم تلك الأمة، التي تحتاج من يأخذ بيديها ليخرجها من كبوتها، وكما قال الرافعي^(٢) - رحمه الله تعالى - : (رؤية الكبار شجعانا هي وحدها التي تخرج الصغار

(١) إدارة المؤسسات الدعوية - محاولة لصياغة نظرية إسلامية في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، بدر الدين مصطفى زواقة، ص ٤٥. رسالة دكتوراه، جامعة العقيد الحاج لخضر - كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية - قسم أصول الدين، فرع الدعوة والإعلام - الجزائر، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م.

(٢) الرافعي: (١٢٩٨ - ١٣٥٦ هـ = ١٨٨١ - ١٩٣٧ م) مصطفى صادق بن عبد الرزاق بن سعيد بن أحمد بن عبد القادر الرافعي:

= عالم بالأدب، شاعر، من كبار الكتاب.. ونثره من الطراز الأول. له (ديوان شعر - ط) ثلاثة أجزاء، و (تاريخ آداب العرب - ط) جزآن، ثالثهما (إعجاز القرآن والبلاغة النبوية - ط) و (تحت راية القرآن -

شجعانا. ولا طريقة غير هذه في تربية شجاعة الأمة^(١).

وهذا بلا شك ينطبق على العمل المؤسسي بطبيعة الحال ، فهو الذي يمثل (الكبار) التي أشار إليها الرافعي في نصه السابق، إما لكثرة عدده، أو غزارة إنتاجه، أو انتماء كثير من مفكري وعلماء الأمة إليه (أعني العمل المؤسسي)، مما يبعث الأمل والشجاعة والتفاؤل في نفوس صغار تلك الأمة حتى يكون ككبارها.

وليس اعتماد العمل المؤسسي - كطريق لتقدم الأمة - بدعا من القول ، ولا ضربا من الخيال ، ولا حدسا من الأوهام ، بل هو ما تقرره كثير من الدراسات المعنية بهذا الشأن ، فـ (إن التخلف الحضاري الذي نعيشه والذي ورثناه ببعدنا عن العمل المؤسسي، فالفردية متأصلة فينا، ويصعب على الفرد أن يشاركه غيره في عمل علمي، لأنه لم يتعود على الحوار والمشاركة، وسماع وجهات النظر الأخرى.

إن الأعمال والجهود المتعاونة إذا كانت ضمن منهج علمي واضح ستؤدي إلى نتائج يتفق عليها الجميع^(٢).

وتتميما للفائدة، وإحاطة للموضوع من جميع جوانبه، فإنه ينبغي ذكر فوائد العمل المؤسسي في نقاط سريعة تبرز أهميته، وتبين مكانته، وتظهر الفرق الشاسع بين الفردي والجماعي المتمثل في العمل المؤسسي، فـ (إن العمل المؤسسي يمتاز بمزايا عدة على العمل الفردي منها:

١ - أنه يحقق صفة التعاون والجماعية التي حث عليها القرآن الكريم والسنة

النبوية ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾ [المائدة: ٢] ،

(ط) و (رسائل الأجزاء - ط) ، وغيرها كثير . ينظر : الأعلام ، خير الدين الزركلي ، ج ٧ ، ص ٢٣٥ .
دار العلم للملايين ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٢ م . الطبعة الخامسة عشر .

(١) كلمة وكليمة ، مصطفى صادق الرافعي، مجلة الرسالة، العدد (٩٤)، محرم ١٣٥٤ هـ - ١٩٣٤ م. ص ٥

(٢) خواطر دعوية - الأعمال الجماعية، محمد العبد، مجلة البيان ، العدد (٦٤) ، ص ٦٤ .

.... وقوله - صلى الله عليه وسلم-: «إن المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً»^(١). بعضاً»^(١). والعبادات الإسلامية تؤكد على معنى الجماعة والتعاون، كل ذلك يبعث رسالة للأمة مفادها أن الجماعة هي الأصل.

٢ - عدم الاصطباغ بصبغة الأفراد، ذلك أن العمل الفردي تظهر فيه بصمات صاحبه واضحة، فضعفه في جانب من الجوانب، أو غلوه في آخر، أو إهماله في ثالث لا بد أن ينعكس على العمل، وقد يقبل بقدر من الضعف والقصور في فرد باعتبار أن الكمال عزيز، والبشرية صفة ملازمة للعمل البشري، لكن لا يقبل المستوى نفسه من القصور في العمل الجماعي المؤسسي، وإن كان لا بد فيه أيضاً من قصور، فقد يقبل من مصلح وداعية معين أن يكون لديه قصور وضعف في الجانب السياسي أو الاقتصادي مثلاً، باعتبار أن الفرد لا يمكنه الإحاطة بكل ذلك، لكن ذلك لا يقبل من مؤسسة دعوية بأكملها، إذ هي قادرة على تحقيق هذا التكامل من خلال مجموع أفرادها.

٣ - الاستقرار النسبي للعمل، أما العمل الفردي فيتغير بتغير اقتناعات الأفراد، ويتغير بذهاب قائد ومجيء آخر، يتغير ضعفاً وقوة، أو مضموناً واتجاهاً.

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

٥ - العمل المؤسسي أكثر وسطية من العمل الفردي؛ إذ هو يجمع بين كافة الطاقات والقدرات التي تتفاوت في اتجاهاتها وآرائها الفكرية مما يسهم في اتجاه الرأي نحو التوسط غالباً، أما العمل الفردي فهو نتاج رأي فرد وتوجه فرد، وحين يتوسط في أمر

(١) رواه البخاري في صحيحه بسنده عن أبي موسى الأشعري، باب: تشبيك الأصابع في المسجد وغيره، ج١، رقم (٤٨١)، ص١٠٣، دار طوق النجاة ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م. الطبعة الأولى.

يتطرق في آخر.

٦ - الاستفادة من كافة الطاقات والقدرات البشرية المتاحة، فهي في العمل الفردي مجرد أدوات للتنفيذ، تنتظر الإشارة والرأي المحدد من فلان، أما في العمل المؤسسي فهي طاقات تعمل وتبتكر وتسهم في صنع القرار.

٧ - العمل المؤسسي هو العمل الذي يتناسب مع تحديات الواقع اليوم، فالأعداء الذين يواجهون الدين يواجهونه من خلال عمل مؤسسي منظم، تدعمه مراكز أبحاث وجهات اتخاذ قرار متقدمة، فهل يمكن أن يواجه هذا الكيد بجهود فردية؟! بل إن العمل التجاري المؤسسي اليوم أكثر نجاحاً من العمل الفردي.

كل ما سبق يؤكد قيمة العمل المؤسسي، وضرورة ممارسته وتجاوز الفرديات، وهذا لا يعني بالضرورة أن العمل المؤسسي معصوم من الخطأ والخلل، لكن فرص نجاحه أكثر من العمل الفردي، واحتمال الخلل في العمل الفردي أكثر منه في العمل المؤسسي^(١).

وفوق هذا ، ففيما يبدو للباحث فإن العمل المؤسسي يمتاز بما يلي :

٨ - كون العمل المؤسسي أكثر قابلية للمراجعة والتصحيح والرد والقبول ؛ وذلك لأن الفردية لا تشمل كل هذا في آن واحد ، فإذا رفض الفرد شيئاً ظل هذا هو الموقف السائد ، بخلاف الجماعية فإذا رفض قسمٌ قبل جماعة بعد تحاور وتناقش فيما بينهم .

٩ - يمتلك العمل المؤسسي قدرة على الإقناع أكثر ، بخلاف الفردي ، فإذا ما تمت الموافقة والقبول من مؤسسة على رأي ما أو عمل ما ، فإنه أكثر إقناعاً ، وأشد قبولاً فيما لو كان من طرف واحد .

(١) تأملات دعوية: بين العمل المؤسسي والعمل الفردي، مقال بمجلة البيان، العدد (١١٧)، ص ٣٨ .

- ١٠ - العمل المؤسسي يمتلك وحده - دون الفردي - صفة حماية الدولة القائمة عليه ، مما يضفي عليه حالة من الدعم والزيادة والتمكين دون غيره .
- ١١ - إذا كان العمل المؤسسي يتشكل داخل إطار مؤسسي أو مؤسسة ما ، فهذا يعني أنه قد يندرج تحت نظم الجودة العالمية ، بما يضمن له مقومات تلك الجودة ، بما يعزز من مكانته وفاعليته وتأثيره ، بدون الفردية فقد لا تدخلها مثل تلك الجودة المنشودة .
- ١٢ - يصل العمل المؤسسي - في نهاية ما تمت الموافقة عليه - إلى أفضل النتائج وأقربها إلى الصحة والصواب ، إذ إن المناقشة والمخاطبة والمراجعة وتلاقح الأفكار... الخ ، كل هذا يصل في النهاية إلى أفضل الآراء وأكمل النتائج ، بخلاف الفردي فليس فيه مثل ذلك.
- هذا، ومن خلال ما سبق كله، يتبين أن العمل المؤسسي تتضح أهميته في كونه:
- أ - مما دلّ عليه القرآن والسنة ، إما صراحة : كما في آيات القرآن وأحاديث السنة التي نددت إلى الجماعة والتمسك بها ، وإما ضمنا كما في كثير من تلك الآيات والأحاديث التي ألمحت إلى ذلك .
- ب - كونه أكثر اتساعا ، وأرحب فكرا ، وأعمق أثرا ، وأشد تأثيرا من غيره (أعني الفردي) .
- ج - في كونه أيضا أشد تنظيما وإحكاما وتدقيقا وتكميلا وإتماما وتعاونًا وتكاملا من العمل الفردي ، فلا يظهر فيه مثل تلك الأمور .
- د - في كونه القنطرة (إن صح التعبير) إلى الانطلاق والتقدم الحضاري المنشود للأمة، فإن المؤسسة أو العمل المؤسسي أقدر من غيره (الفردي) على تحقيق مثل ذلك.
- هـ - في كونه ينتظم أمور: الحياة، والكون، والنفوس، والإنتاج، والفكر... الخ، وهذه الأشياء أيضا قلّ أن ينتظمها العمل الفردي.

المبحث الأول

تميّز العمل المؤسسي في اختيار الدعاة وإعدادهم ، وأثر ذلك في فاعلية
الخطاب الدعوي .

ويحتوي على مقبمة و مطالبين:

**المطلب الأول: تميز العمل المؤسسي في مرحلة اختيار الدعاة،
وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي.**

**المطلب الثاني: تميز العمل المؤسسي في مرحلة تكوين الدعاة،
وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي.**

مقدمة

يمثل القائمون على الخطاب الدعوي في العصر الحاضر صنفين في غاية الأهمية والمكانة ، وهما :

الدعاة إلى الله تعالى من جانب ، والمؤسسات الدعوية من جانب آخر، وكلا الصنفين لهما من الأثر في فاعلية الخطاب الدعوي ما لا يمكن تجاهله أو إنكاره بحال.

وإذا كان الدعاة إلى الله تعالى هم الحاملون لهذا الخطاب، والقائمون بطرحه، والمتفاعلون مع قضاياها، فإن العمل المؤسسي كان له من التأثير على هؤلاء الدعاة ما ينبغي الإشارة إليه والتنويه عليه والاستفادة منه؛ حتى يمكن جمع وضم جهود الأمرين معا (الدعاة - والعمل المؤسسي) في جهد متحدٍ، وعمل متوافق، وقوة تأثير منشودة، فلا ريب أن اجتماع أكثر من أثر في عمل أو جهد واحد أعظم من عمل منفرد، ليس له من التأثير ما ليس للعمل الجماعي المؤسسي.

وما ينطبق على الدعاة إلى الله تعالى في تأثير العمل المؤسسي عليهم، ينطبق أيضا بطبيعة الحال على المؤسسات الدعوية، لكن من خلال الثقافة المؤسسية، فتلك المؤسسات الدعوية هي التي:

- تشرف على الدعاة - تخطط المناهج - تنظم العمل - تضع الرؤى والتصورات - تنفذ المطلوب - تحقق المأمول.... الخ، فأثرها بما لا يمكن إنكاره أو تجاهله هي الأخرى، فكان لابد من بيان أثر الثقافة المؤسسية على ما يتصل بتلك المؤسسات الدعوية، فيما يخدم فاعلية الخطاب الدعوي ذي المكانة المرموقة في هذا العمل وبيان هذا كله والتدليل عليه والتقرير له، في الصفحات المقبلة بإذن الله تعالى وحده وتوفيقه وفضله ...

المطلب الأول

تميز العمل المؤسسي في مرحلة اختيار الدعاة وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي

تتضح معالم الأثر القوي للعمل المؤسسي على الداعية إلى الله تعالى من خلال عدة محاور، هي في الأصل كامنة في هذا العمل، ثم إذا تمَّ استدعاؤها وتطبيقها على الدعاة إلى الله تعالى، كان الأثر المنشود في بناء فاعلية قوية ذات تأثير على الخطاب الدعوي من خلال حاملوه، وهم الدعاة إلى الله تعالى.

إذاً، المقصود هنا: أن يمتلك العمل المؤسسي عدة عناصر للتأثير والقوة والفاعلية والحيوية والتفاعل، إذا تمَّ تطبيقها على الدعاة - حاملي الخطاب الدعوي - تمَّ التأثير بما تأثر به العمل المؤسسي، وتلك القاعدة تسمى: التأثير والتأثر.

وإذا كانت عملية اختيار الدعاة غاية في الأهمية والمكانة؛ إذ يُبنى عليها أمور جسام، ومهام عظام، وإذا كانت تلك العملية لا بد وأن تتم في تدقيق ينبغي وأن يصل إلى التمام، فإن العمل المؤسسي له أثر واضح في إيقاع ذلك كله على وجه المنشود بإذن الله تعالى.

وتتضح تلك المعالم من خلال ما يلي:

١ - مرحلة اختيار المواهب.

٢ - مرحلة التأهيل.

٣ - مرحلة التدريب.

وتفصيل ذلك وشرحه وبيانه على النحو التالي بفضل الله تعالى وحده:

أولاً: مرحلة اختيار المواهب:

تشكل مرحلة اختيار المواهب في العمل المؤسسي أمراً بالغ الأهمية، فلا يمكن بحال من الأحوال لأي مؤسسة كانت أن يتم إشراك أعضائها فيها، والذين يمثلونها فيما بعد

— بطريقة عشوائية أو يتخللها تضارب ، أو ينتظمها تحبط .

وإذا تمَّ وكان اختيار الأعضاء في أي مؤسسة على هذا النحو، دون انتقائية ولا اختيار مسبق ولا تدقيق في هذا الاختيار ، فسيكون الفشل لتلك المؤسسة أو المنظمة أو العمل المؤسسي هو النتيجة الحتمية لا محالة .

إن هذه المرحلة هي أول البناء الصحيح لتكوين فريق عمل مؤسسي ناجح ، فـ (القائد الفعال عندما يبدأ في اختيار فريق العمل لا يخضع للعواطف ، بل لمعايير علمية بحتة ، ويضع مصلحة الفريق دون أي اعتبار . فلا بد من اختيار الأشخاص المناسبين ، ويجب على كل عضو كامل أن يجلب معه مهارة يتم توظيفها لخدمة الفريق)^(١).

ولا ريب في أن هذا الاختيار يتم عبر عدة أسس وبرامج تضعها كل مؤسسة لنفسها، عن طريق: المقابلات، والاختبارات، والأسئلة، والتطبيقات وما شابه ذلك.

وما يقال في العمل المؤسسي القابع في المؤسسات يقال أيضا في العمل الدعوي، فلا بد من اختيار الدعاة الحاملين للخطاب الدعوي، المنشغلين به، والناشرين له، والعاملين على توسعه وامتداده، ويكون هذا الاختيار عن طريق المؤسسات الدعوية، فأعظم مرحلة ينبغي الاهتمام بها (هي مرحلة الاختيار والانتقاء المبكر لمن يتصدون للمهمة الدعوية، وهذه المرحلة تتم في المؤسسات الإسلامية في البلاد العربية، فإذا ظهر في التعليم الأساسي نوابغ من حفظة القرآن الكريم، والسنة المشرفة، والثقافة الإسلامية، فيتم التواصل بهم، والتواصل مع المؤسسة للاهتمام بالجانب الدعوي عندهم)^(٢).

(١) العمل الجماعي، د / إبراهيم الفقي ، ص١٦ ، مطبوعات دار أحيال ، القاهرة ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م .
الطبعة الأولى.

(٢) نظم ضمان الجودة في العمل الدعوي (الإطار المفاهيمي - المنطلقات - المرتكزات)، د / عثمان القميحي، ص١٧ . مطبوعات المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٥ م .
الطبعة الأولى.
والكتاب ضمن سلسلة الهيئة العالمية لضمان جودة الدعوة وتقييم الأداء.

ومن خلال ما سبق يتضح ما يلي:

- إن اختيار المواهب كما هو في العمل المؤسسي ، فهو أيضا مطلوب وبشدة في العمل الدعوي .

- إذا كان الأعضاء في العمل المؤسسي - والذين تم اختيارهم بعناية - هم المنتجون في تلك المؤسسة بعد ذلك ، فكذلك الدعاة هم المنتجون في العمل الدعوي من خلال صور كثيرة .

- اختيار المواهب الدعوية المبكرة يتم من خلال المؤسسات الدينية عامة والدعوية بشكل خاص ، وهنا يظهر تأثير العمل المؤسسي - في صورة المؤسسات - في اختيار ما هو متعلق بالعمل الدعوي (اختيار المواهب الدعوية) .

كيف يكون اختيار المواهب مؤثرا في فاعلية الخطاب الدعوي :

إذا كانت الفاعلية تعني : التأثير والحيوية والتفاعل كما سبقت الإشارة ، فإن اختيار المواهب - والمأخوذ من العمل المؤسسي - يؤثر في فاعلية الخطاب الدعوي من عدة وجوه، ومنها:

- أن الاختيار يعني الاصطفاء والانتقاء، ويعني بذلك الأفضلية لمن تم اختيارهم، ولا ريب في أن هذا الاختيار سيكون وفق خطط مدروسة ومعايير مسبقة ورؤى تصورية مخططة لها، وبهذا يتأثر الخطاب الدعوي بمن يحمله من حيث أفضليته واختياره واصطفائه، والحمول يتأثر - في الغالب - بحامله ولا بد.

- عملية الاختيار التي تتم في العمل المؤسسي - ومنها المؤسسات الدعوية - تعني أيضا فرضية وجود عملية التأثير والتأثر فيمن تم اختيارهم، حيث العقول الناهمة ، وذوي الفكر المتوقد ، وهذا أيضا يحمل تأثيرا في فاعلية الخطاب حالة إلقائه من أولئك الذي يتصفون بمثل هذه الأوصاف .

– إضافة إلى ما سبق فإن هؤلاء الذين تم اختيارهم ، عندهم ما يسمى بـ (المادة الخام) تلك التي تمثل أرضا خصبة تتلقى أنواع الزراعة المختلفة، وعملية الاختيار هذه يعقبها تدريب مكثف وتوجيه راشد، ومن خلال التدريب والتوجيه يتم زراعة ما يراد زراعته وتعلمه من حيث الفاعلية ومقوماتها وأسسها وضوابطها... الخ ، وهؤلاء لن يوجد أفضل منهم حيث سيكونون في حالة تلقي وتنفيذ لما يراد منهم.

ثانياً: مرحلة التأهيل.

تأتي المرحلة الثانية – وهي مرحلة التأهيل – لمن تم اختيارهم ، كالتمة والتكملة التي تتم البناء ويصح بما هذا البناء، فلا يمكن لأي مؤسسة أن يتم اختيار أعضائها وموظفيها ثم يُتركون بعد ذلك دون عملية التأهيل هذه، حتى يمكن التنمية للمهارات، وزيادة الخبرات ، عن طريق هذا التأهيل المنشود.

وهذا التأهيل لا يتوقف تأثيره الإيجابي على المؤسسة فقط، بل على الفرد أولاً، حيث يجب تنمية الفرد حتى يمكن للمشروع أن يجاري التقدم والتطور الحديث^(١).

ولا ريب في أن تلك التنمية المنشودة للفرد تعني في مقامها الأول التأهيل ، الذي يؤهله لأن يقف على أعلى مستويات الإنتاج والعمل، فضلاً عن ضوابط ومقومات وأسس هذا العمل المؤسسي. وهذه المرحلة تأتي مباشرة بعد مرحلة الاختيار، إذ كلاهما متلاصقتان ومتتابعتان، فـ (بعدها يتم تكوين فريق العمل ، يبدأ القائد في وضع خطة للارتقاء بإمكانيات الفريق وتدريبهم)^(٢).

وهذا الارتقاء يتمثل في التأهيل المرجو تحقيقه في المؤسسات، إذ عن طريقه يتم اكتشاف الحلل، فضلاً عن زيادة وتراكم الخبرات فترة بعد الأخرى.

(١) إدارة المؤسسات الاجتماعية، راغب أحمد الخطيب ، ص ٢٠ ، مطبوعات مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمّان ١٤٣٣هـ – ٢٠١٢ م . الطبعة الأولى .

(٢) العمل الجماعي، د / إبراهيم الفقي ، ص ١٧ .

هذا، وإذا كان (التأهيل) أولى مراحل العمل المؤسسي، وبدونه لا يتم تكوين خبرات وتراكم معلومات لمن يتم اختيارهم، فنفس الأمر ينطبق بطبيعة الحال على الدعاة إلى الله تعالى؛ إذ ينبغي تأهيلهم لأعظم مهمة على وجه الأرض، وهي الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى.

وهذا أمر لا محيص عنه للمؤسسات الدعوية بعد اختيار دعاة، إذ لا بد من (وضع نظام تأهيلي يكشف القائمون على وضعه مدى إقبال الإمام/ الداعية على تحمل رسالته، ومدى اهتمامه بتطوير أداء وظيفته، والنظر في مهاراته الشخصية، وإبداعاته، وآرائه، واقتراحاته، وما يريد تحقيقه من وراء تصديه للدعوة إلى الله تعالى)^(١).

وتلك مهام جسام ينتج عنها أمور عظيمة تصب قطعاً في صالح تلك الفاعلية المنشودة للخطاب الدعوي، إذ لو أن كل إمام وداعية تحققت فيه تلك الصفات المذكورة عالياً، وتم اكتشافها عن طريق التأهيل المرتبط بنظم الجودة المعمول بها في المؤسسات عامة، فلا شك أن هذا كله سيؤثر بطبيعة الحال على فاعلية هذا الخطاب الدعوي؛ وذلك لأنه سيبدع، وسيطور، سيكتشف، فضلاً عن كونه يعمل على تجديد آرائه وأفكاره، بما يناسب حالة الخطاب الدعوي في الزمان والمكان الذي يلقي فيه ولا بد.

لكن، كيف يكون التأهيل في العمل المؤسسي مؤثراً في فاعلية الخطاب الدعوي؟

في نظري أن ذلك راجع إلى :

- أ - عن طريق التأهيل يتم اختيار المواهب المؤثرة، والتي يُرجى منها التأثير المنشود، وبالتالي فإنه لن يقوم بالخطاب الدعوي إلا المؤثر الذي يؤثر، ذو المواهب المتعددة.
- ب - في البرامج التأهيلية يتم: التدريب، الانتقاء، التقويم، التصحيح... الخ، وكلها بلا أدنى ريب ذو تأثير في الفاعلية المنشودة للخطاب الدعوي؛ إذ لا يكون في

(١) نظم ضمان الجودة في العمل الدعوي (الإطار المفاهيمي - المنطلقات - المراكز)، د / عثمان القميحي،

الخطاب إلا: الأقوى، الأصح ، الأشد تأثيراً... الخ ، وهكذا.

ج - وفضلاً عن هذا، فإن التأهيل يضمن لمن تم اختيارهم التزود بأسس وقواعد ودراسة ما سيتم العمل من خلاله، ويمكن من خلال هذا تضمين الفاعلية للخطاب الدعوي كمنهج مقترح في المؤسسات الدعوية.

إن الشخص المؤهل لا يستوي أبداً مع غيره، وكل ما يتم تفضيل المؤهل به عن غيره ، يمكن تطبيقه في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي، لمن هم حاملوه ، وهم الدعاة إلى الله تعالى .

ثالثاً: مرحلة التدريب :

من أهم وأقوى المراحل التي تتخذها أي مؤسسة لتنمية أعضائها وموظفيها على مختلف المهارات وتنوعها : هي مرحلة التدريب على ما يراد الاستمرار عليه والعمل به، ولا يمكن لأي مؤسسة الاكتفاء باختيار المواهب ثم تأهيلهم دون تلك المرحلة المهمة: التدريب .

إن تلك المرحلة لها من الفوائد والآثار ما لا يعلمه إلا الله وحده، فهي تؤدي إلى: إفراز المواهب بشكل أوضح، وتنمية القدرات، وصقل المهارات، وإبراز الإشكاليات حتى يتم معالجتها وتفاديها.

ومرحلة التدريب هذه تأتي مباشرة بعد المرحلة السابقة عليها، وهي مرحلة التأهيل، وهذه المرحلة من أهم مراحل بناء الإدارة الناجحة في المؤسسة الناجحة، إذ يعتبر (التدريب من أهم الوسائل التي تحقق التنمية الإدارية للقوى العاملة، فالتدريب وما يشمله من أساليب وبرامج يؤدي إلى رفع مستوى أداء الأفراد ، وتتم العملية التدريبية من خلال الإشراف والتوجيه من جانب القيادة والرؤساء لمرءوسيه أثناء العمل ، مع الحرص على أن يكونوا قدوة حسنة لهم .

كما تتم العملية التدريبية أيضاً من خلال أنشطة تدريبية معينة ، خارج أو داخل

مكان العمل^(١).

والتدريب كما له تأثير على المؤسسة: حيث التنمية والتقدم والرفاهية والإنتاج وفهم طبيعة العمل.... الخ، فهو أيضا له تأثير على الفرد ذاته، ذلك العامل أو الموظف، فـ(إن التدريب الملائم يزيد من ثقة الموظف في قدرته على العمل، وبذلك يحقق النتائج المرغوبة)^(٢).

وأهمية تلك المرحلة في بناء العمل المؤسسي ونجاحه واستمراره على هذا النجاح أعظم من أن تحيط به تلك الورقات ، لكن ما تمت الإشارة إليه كمثال وتدليل على القطع بالمطلوب .

هذا، والتدريب في محيط العمل الدعوي هو الآخر ذو أهمية كبرى ، ودلالة عظمى على أن له من التأثير والوصول إلى الفاعلية المنشودة في الخطاب الدعوي، بما لا يمكن تجاهله بحال .

ولأهمية التدريب في العمل الدعوي، كان هذا من الواجبات التي ينبغي على المؤسسات الدينية والدعوية مراعاتها جيدا، فـ (ينبغي أن تتضافر جهود المؤسسات والهيئات الدعوية والكليات التي تخرّج الدعاة إلى الله عز وجل ؛ من أجل إعداد داعية كفء يمتلك زادا علميا يتناسب مع شرف مهمته ، وفي الوقت نفسه قد تم تدريبه وصقل مهارته الدعوية)^(٣).

(١) تنمية القوى العاملة في الفكر الإداري الإسلامي والمعاصر، د/ محمد حسين خليل، ص ٥٤٠. بحث مطبوع ضمن وقائع ندوة (الإدارة في الإسلام) ، التي نظّمها المعهد الإسلامي للبحوث والتنمية التابع للبنك الإسلامي للتنمية بجدّة ، بالتعاون مع جامعة الأزهر، في الفترة من ٢٦ - ٣٠ صفر ١٤١١ هـ = ١٥ - ١٩ سبتمبر ١٩٩٠ . وقائع ندوة رقم (٣١) . مطبوعات المعهد الإسلامي للبحوث والتنمية ، جدّة ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م . الطبعة الأولى .

(٢) العمل الجماعي، د/ إبراهيم الفقي، ص ١٧ .

(٣) أسباب ضعف فاعلية الخطاب الدعوي، د / أسامة حمدي سعد ، ص ١٠٧١. حولية كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية بطنطا، العدد (٨)، ١٤٣٧ هـ - ١٩١٦ م .

وأين يتم تدريبيه حينئذ؟ أليس هذا في تلك المؤسسات المخول لها ذلك؟ وهذا دليل على أهمية المؤسسات ودورها البارز في هذا المضمار .

وهنا يتوحد العمل المؤسسي - بتدريباته المطلوبة - مع المؤسسات الدعوية - بتدريباتها أيضا ، ليتقرر كيف أن العمل المؤسسي والمؤسسات التي ينضوي تحت لوائها لها أثر عظيم في بناء الفاعلية المنشودة للخطاب الدعوي، كما سيأتي بيانه إن شاء الله تعالى .

من هذا كله يتقرر ما يلي :

أ - إن التدريب كما هو في المؤسسات العامة على مختلف أنواعها وتعدد مشاربها وتنوع مواردها، فهو أيضا مرتبط بالمؤسسات الدعوية، وما يقال في العامة يقال في الدعوية ، سواء بسواء ومثلا بمثل .

ب - تشير معظم النصوص السابقة إلى أن التدريب محول في الحقيقة للمؤسسات أكثر منه للأفراد، وكثير من النصوص الأخرى التي لم تُذكر هنا طافحة بذلك .

- لكن كيف يكون التدريب المؤسسي - إن صح التعبير - مؤديا إلى فاعلية

الخطاب الدعوي؟.

في الإجابة على هذا السؤال يتقرر الآتي:

أ - إذا كان الدعاة هم الحاملون للخطاب الدعوي، وقد تم تدريبهم، وصقلت مهارتهم ، فلا شك أن هذا سيكون له أثره الطيب على الخطاب الذي يحملوه؛ إذ إنهم قد وقفوا خلال تدريبهم على: مواطن الضعف فعالجوها ، ومواطن القوة فعززوها، ومواطن التأثير فانطلقوا من خلالها، وهذا بلا شك سيعود أثره على الخطاب الدعوي ومنه فاعليته المنشودة .

ب - تشير بعض الدراسات صراحة إلى أن ضياع التدريب له أثره السيء على الخطاب

الدعوي ، ومن ذلك ما يؤكد أن (الواقع الدعوي المعاصر خير شاهد على أن عدم كفاية التدريب العملي للدعاة، من أبرز أسباب ضعف الخطاب الدعوي، ويمثل عقبة كئودا في تبليغ الدعوة إلى الله عز وجل ، فكم تصدى للدعوة دعاء ليس لهم حظ من التأهيل والتدريب الجيد فكان ضررهم على الدعوة أبلغ)^(١).

وبمفهوم المخالفة - الذي يؤخذ به في علم الأصول - يتقرر أن كفاية الدعاة من التدريب وتجربتهم من حظه وأخذهم بالحظ الوافر منه، دليل على أثره الجليل العظيم على الخطاب الدعوي، ومنه بطبيعة الحال فاعليته، فلا يمكن أن يتصف الخطاب بجزء منه بشيء، دون جزء آخر في نفس مادته.

ج - وما يربط التدريب في المؤسسات بالفاعلية المنشودة للخطاب الدعوي، هو أن هذا التدريب لو تم في البداية ثم انطقت جذوته بعد ذلك، وخذت حرارته، فإنه سيؤدي في النهاية إلى الركود، والذي يعني: الخمول، الذبول، الكمون، الضعف، إن لم يكن الانتهاء والموت، ولذلك كان مما ينبغي (أن يتميز البرنامج التدريبي الناجح بالاستمرارية المخطط لها بإتقان ، وهذه الاستمرارية سوف تضمن ألا يصاب المتدربون بالركود، بل تكفل تزايد قدراتهم ونموها المطرد، كما أنها ستزيل التكرار والإعادة)^(٢).

وعلى هذا فلو أصيب الخطاب الدعوي بالركود فلن يكون هناك فاعلية إطلاقا، وعلى العكس، فإنه لو ظل على التدريب والتعلم والاستمرارية ، فسيؤدي بطبيعة الحال إلى: الفاعلية، النشاط، التأثير، القوة، الحيوية... الخ .

(١) أسباب ضعف فاعلية الخطاب الدعوي ، د / أسامة حمدي سعد ، ص ١٠٦٢ .

(٢) دليل التدريب القيادي، د / هشام الطالب، ص ٢٩٢ . مطبوعات المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا (الولايات المتحدة الأمريكية) ١٤١٥هـ - ١٩٩٥ م . الطبعة الثانية.

المطلب الثاني

تميز العمل المؤسسي في مرحلة تكوين الدعاة وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي.

إن المؤسسة الناجحة هي التي لا تكتفي بمرحلة الاختيار، والتأهيل، والتدريب فقط، ثم تترك ما تمت زراعته وبنائه حتى الذبول والخمول، ولكن المؤسسة الناجحة والفاعلة هي التي تتعهد هذا البناء بالمحافظة والتكوين، الذي يجعلها تستمر، وتنتج، وتتوقد... الخ.

وفیصل التفرقة بين النجاح والتقدم والإنتاج والعطاء، والانحطاط والتخلف والخمول والذبول، هو نفسه فیصل التفرقة بين مرحلة الاختيار السابقة والاكتفاء بها، أو المرور بها إلى مرحلة التكوين والتثقيف والامتلاء الوظيفي أو المؤسسي إن صح التعبير.

وما يقال في المؤسسات عامة يقال أيضا فيما ينتج عنها من العمل المؤسسي، ثم أيضا ينطبق الحال والمقال على المؤسسات الدعوية، التي تتولى إخراج الدعاة وتكوينهم في العصر الحاضر.

وسأشير - إن شاء الله تعالى وبتوفيقه - إلى بعض مقومات هذا التكوين في العمل المؤسسي عموما، ثم أقوم بإذن الله تعالى وفضله بإنزال ذلك على الدعاة إلى الله تعالى، ثم يكون تقرير الفاعلية المنشودة من خلال الأمرين بتوفيق الله تعالى وامتنانه.

وتلك المقومات منها ما يلي:

١ - تنمية مهارات الاتصال والتواصل داخل المؤسسة.

٢ - التوجيه داخل المؤسسة.

٣ - القدرة على الابتكار داخل المؤسسة^(١).

(١) يُلاحظ هنا أنني لم أنطرق إلى كثير من جوانب التكوين لدى الدعاة، كالتكوين العلمي، والثقافي، والنفسي، والعقلي... الخ؛ وذلك لأن البحث هنا مرتبط في طبيعته بالجانب المؤسسي والذي ليس له في

وتفصيل ذلك وبيانه على النحو التالي بفضل الله تعالى:

أولاً: تنمية مهارات الاتصال والتواصل داخل المؤسسة:

من الوسائل التي تعمل على تكوين موظفي أي مؤسسة وكذا أعضائها تكويننا وظيفياً ومهنياً وثقافياً: هو تنمية مهارات التواصل فيما بينهم؛ إذ من خلاله يتم تبادل الخبرات، والتكوين المعرفي، والإثراء المعلوماتي فيما بين هؤلاء الموظفين، وبالتالي يتكوّن لدى كل عضو داخل تلك المؤسسة الثقافة المؤسسية المنشودة، مما يُراد تكوينه فيما يخدم العمل المؤسسي برمته.

وتعتبر عملية الاتصال هذه داخل المؤسسة من أهم عمليات التكوين لدى موظفي وعاملي تلك المؤسسة، إذ تعتبر الاتصالات بشكل عام ... على درجة عالية من الأهمية في المؤسسة ... وقد أشارت الدراسات والأبحاث إلى أن الاتصالات تمثل ما يقارب ٧٥% من نشاط المؤسسات، ولذلك تعد بمثابة الدم الدافق عبر الشرايين الحياتية للمؤسسة، وبدونها تموت المؤسسة أو تضمحل الحركة الدائبة للمؤسسة وجميع أنشطتها^(١).

فليُنظر القارئ الكريم، كيف علّق النص حركة المؤسسة وحياتها برمتها على سريان وتجدد عملية الاتصال بداخلها، وكيف أن موتها أيضاً متوقف على توقف تلك الحركة، وهو ما ينبى على أهمية الاتصال لدى أي مؤسسة تريد التقدم والإنتاج والاستمرار لها ولعامليها.

وهناك صور عدة لهذا الاتصال المرجو داخل المؤسسة، حيث (يتم الاتصال داخل المؤسسة من خلال تبادل المعلومات وتبليغ القرارات، وتوضيح الأهداف، وشرح

الغالب مثل تلك التقسيمات، إذ إن أغلب بحوثه المتعلقة به في جوانب أخرى مثل: الإدارة - القيادة - المؤسسة - الثقافة المؤسسية - التطور الإداري - التطوير التنظيمي - الهيكل التنظيمي ... الخ.

(١) يُنظر: الاتصال والعلاقات العامة، رنجي مصطفى عليان، ص ٣٧، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م. الطبعة الأولى. باختصار.

الخطط، ويكون بطريقة متنوعة، ويكون خارجها من خلال التعاون مع الجمهور والهيئات الأخرى^(١).

هذا، ونفس تلك العملية، وأهميتها، وأثرها، والمرجو منها، كل هذا مما ينطبق على الدعاة فيما بينهم من جانب، وداخل المؤسسات الدعوية التي تحويهم من جانب آخر.

ولهذه العملية على الحركة الدعوية داخل المؤسسات الدعوية وخارجها من الأثر ما يمكن به تقرير أهميتها ومدى الحاجة إليها، إذ إن (تنمية مهارات الاتصال للدعاة في غاية الأهمية ؛ لأنها هي بعون الله الأداة الفاعلة في العمل الدعوي)^(٢).

وهذا أمر طبيعي لا محيص عنه البتة، إذ إنه لما كانت (شخصية الداعي لا تخرج عن الشخصية الإنسانية في عمومها)^(٣)، فهذا يؤكد مدى الحاجة إلى تلك العملية في المؤسسات الدعوية وبين الدعاة على وجه العموم.

هذا ، ومن خلال جمع الأمرين معا (ضرورة مهارات التواصل والاتصال داخل أي مؤسسة - وكذا ضرورة الاتصال والتواصل بين الدعاة) يتضح الآتي:

أ - أن كلاً من الأمرين لا يقل أحدهما عن الآخر البتة ، فكل منهما له من الأهمية والمكانة والتأثير ما لا يقل عن الآخر.

ب - أن صورة الاتصال التي ترسمها النصوص السابقة مفعمة بلا شك بالفاعلية : فأما النصوص المتعلقة بالمؤسسات والعمل المؤسسي فهي واضحة من (تبادل المعلومات وتبليغ القرارات، وتوضيح الأهداف، وشرح الخطط، ويكون بطريقة متنوعة ،

(١) إدارة المؤسسات الدعوية ، بدر الدين زواقة ، ص ١٨٩ .

(٢) في البناء الدعوي ، أحمد عبد الرحمن الصويان ، ص ١١٤ ، مطبوعات مجلة البيان ، الرياض ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م . الطبعة الأولى .

(٣) علم نفس الدعوة، أ.د/ محمد زين عبد الهادي، ص ١٤٥ . مطبوعات الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م . الطبعة الأولى.

ويكون خارجها من خلال التعاون مع الجمهور والهيئات الأخرى) وتلك صور توحى بالفاعلية بلا شك، كما سبق بيانه والإشارة إليه، وأما الفاعلية بين الدعاة من خلال الاتصال فهو واضح من نفس النص السابق ، ومن حيث كونها (الأداة الفاعلة في العمل الدعوي) كما في النص عاليه.

ج - يتضح التكوين - حيث الاتصال - لدى أعضاء أي مؤسسة أو عمل مؤسسي، وكذا التكوين لدى الدعاة، من حيث إن الاتصال ينتج عنه: اكتساب خبرات تبادل معلومات، حسن تفهم للعمل المناط به، الوقوف على مواطن القوة والضعف في هذا العمل، وكلها مما تعمل على التكوين المرجو لدى العضو في المؤسسة ، أو الداعية في محيط عمله الدعوي.

موقع فاعلية الخطاب الدعوي من ذلك:

إذا كان العمل المؤسسي من ضرورة فاعليته كونه ذا اتصال بين القائمين به ، فإن ذلك إذا تم تطبيقه على الخطاب الدعوي وفاعليته المرجوة منه ، فإن هذا يتضح من خلال ما يلي:

- أن الاتصال يعني : التواصل ، التفاعل ، الأخذ والعطاء، وكلها أمور توحى: بالتأثير، والحيوية، والنشاط، وكلها أيضا صور فاعلة من صور الفاعلية المنشودة .

- أن الاتصال بين أعضاء أي عمل أو مؤسسة يعمل على : التنمية والنماء الفكري والنضوج العقلي والفهم الوظيفي داخل هذا العمل أو تلك المؤسسة ، وهذا بطبيعته ينطبق على الدعاة فيما بينهم ؛ إذ إن هذا الاتصال والتواصل ينتج عنه : تبادل المعلومات عموما والدعوية خصوصا، الاستشارات الدعوية، زيادة الخبرات... الخ، وكلها تعمل على التكوين لدى الدعاة من ناحية ، وزيادة الفاعلية للخطاب الدعوي من ناحية أخرى؛ إذ لا يمكن إطلاقا المساواة بين داعية يمتلك معلومات وخبرات في خطابه الدعوي وفاعليته ، مع مَنْ لا يمتلك مثل هذا.

ثانيا : التوجيه داخل المؤسسة:

من الأمور التي تعمل على التكوين المعلوماتي والخبراتي داخل أي مؤسسة كانت ، هو ما يسمى بالتوجيه داخل تلك المؤسسة ، والذي يعني : الإرشاد إلى ما هو أفضل حتى يتم تطبيقه وتنفيذه، ويتم هذا - في الغالب - من: القائد في المؤسسة، أو الأقدم وظيفه، أو الأعلى خبرة، كلٌ حسب موقعه ومسئوليته .

يُعرف التوجيه بأنه (فن وقدرة المدير بالسير الصحيح لمن تحت إمرته والانتماء للعمل ؛ حتى يتحقق الهدف المطلوب تحقيقه)^(١).

وعلى هذا، فالتوجيه ينطوي على صور كثيرة ، كلها تعمل على تكوين معرفي قوي لدى من يتم لهم هذا التوجيه، وإذا كان لا بد من ضرب مثال على ذلك ، فسيكون من خلال تلك الخطوات، وهي:

- عامل أو موظف جديد في عمله، ليس له أي خبرة في هذا المجال الذي يرتاده .
- يتم توجيهه وإرشاده من قِبَل مَنْ هو أعلى منه وظيفه أو خبرة أو مسؤولية .
- هذا التوجيه والإرشاد يحمل معلومات وخبرات جديدة لدى هذا العامل أو العضو ، حيث لم يكن له بها سابق عهد.
- يتكون لدى هذا العامل تكوين معرفي جديد ، يبني صورة عما ينبغي فعله تجاه عمله الذي هو منوط به .

وهذا كله ما يؤكد ويبرز أهمية الإدارة الناجحة ، فهي أول من يُنَاطُ بها مثل هذا التوجيه والإرشاد ، حيث (إن الإدارة الفعالة هي مفتاح النجاح لأي جهد جماعي ؛ إذ لا بد من وضع الأهداف الواضحة والمحددة للاستفادة من مجموعة الموارد والإمكانات

(١) الإدارة والحكم في الإسلام - الفكر والتطبيق ، د / عبد الرحمن بن إبراهيم الضحيان ، ص ١١٩ ، (بدون دار طبع) ، المملكة العربية السعودية ١٤١١هـ - ١٩٩١ م . الطبعة الثالثة .

البشرية والمادية والمعنوية المتاحة . فوجود الأموال والأفراد والموارد والمعلومات لا يضمن لنا تحقيق أهدافنا إلا إذا كانت هناك إدارة حكيمة تعمل وفق منهج عملي^(١).

ونفس تلك الأهمية هي عين ما يرنو الباحث إلى تحقيقه في المجال الإسلامي عموماً، والمجال الدعوي خصوصاً، إذ إن التوجيه أمر طبيعي في المجال المؤسسي ، ومنه المؤسسات الدعوية التي تخرّج الدعاة إلى الله تعالى، ولهذا فـ (للتوجيه أهمية محورية في الإدارة الإسلامية ، فتدقق الأوامر وانسياب التعليمات، وتوجيه البيانات والمعلومات بين أقسام الهيكل التنظيمي ومستوياته المختلفة ، تُعد بمثابة الجهاز العصبي من جسم المنظمة الإدارية الإسلامية)^(٢).

لكن ، على أي شيء يقوم التوجيه؟ وما هي صورته؟ وهنا فإن (التوجيه في الإسلام يقوم على: شرح الأداء الإداري، والموقف التنظيمي الذي يواجه القائد، وإدراك معالم التعامل معه بما يجب. ويعتمد التوجيه على إذكاء روح العمل الجماعي المنظم ، المحقق للتعاون والانسجام بين الأفراد، وبالشكل الذي يحقق أهداف المؤسسة)^(٣).

هذا ، وإذا كان التوجيه مما هو مرتبط بالمجال المؤسسي، وأيضاً في المجال الإسلامي عموماً، فإن دخوله في المجال الدعوي يدخل فيه دخولا أولياً، فما ينطبق على الكل (الإسلام)، ينطبق على الجزء (الدعوة) لا محالة.

وإذا كان التوجيه أيضاً ماثلاً في المؤسسات العامة، فتلك المؤسسات الدعوية يدخلها مثل هذا التوجيه؛ لاتحاد الهدف، والعمل، والتنظيم، واللوائح.... الخ.

(١) إدارة المؤسسات الاجتماعية ، راغب أحمد الخطيب ، ص ٧ .

(٢) الوظائف الإدارية في الإسلام، د/ محسن محمد الخضيري، ص ١٨٢. ضمن وقائع ندوة (الإدارة في

الإسلام)، رقم (٣١).

(٣) إدارة المؤسسات الدعوية ، بدر الدين زواقة ، ص ١٧٥ .

التوجيه المؤسسي وفاعلية الخطاب الدعوي:

إن ما يدَّعيه الباحث ويزعمه من كون التوجيه أمراً يؤدي إلى فاعلية الخطاب الدعوي، حيث التأثير والحيوية، تقوم عدة حقائق ماثلة تقرر هذا الادعاء، فتخرج به من كونه ادعاء إلى كونه حقيقة ماثلة.

ومن ذلك ما يلي:

– لا يتم التوجيه في الغالب إلا إلى ما هو: أفضل، وأقوى، وأكمل، وأعظم، وتلك أمور إذا اجتمعت في الخطاب الدعوي، أثمرت بلا شك تفاعلاً وتناغماً أدى إلى تلك الفاعلية المنشودة.

– إذا كان التوجيه مرتبطاً في الأساس بالعمل المؤسسي والمؤسسات على اختلافها، وإذا كانت المؤسسات الدعوية مما يدخلها وينتظمها مثل هذا التوجيه، فإن الدعاة الماثلين في تلك المؤسسات سيستفيدون من مثل هذا التوجيه في كل شئونهم الدعوية، ومنه الخطاب الدعوي بطبيعة الحال.

– التوجيه في الغالب لا يكون من شخص واحد داخل المؤسسات الدعوية، بل من كثير ممن يُحوّل لهم سلطات وقيادة وتوجيه وإرشاد، ولا شك أنه كلما تعددت الآراء، وتنوعت المدارك (تنوعاً محموداً بطبيعة الحال قطعاً)، فإن هذا مما يُثري العملية الدعوية لمن يتم توجيه الرأي والإرشاد والنصيحة لهم، وينطبق هذا على الخطاب الدعوي بطبيعة الحال.

– وإذا كانت الفاعلية المنشودة مما تتطلب استمرارية دائمة حتى لا تذبل وتموت، فإن المتوقع في مثل هذا التوجيه داخل المؤسسات الدعوية الاستمرار أيضاً؛ إذ هذه وظيفة عالقة بالقيادة، وهي لا تنفك عنها، والمتوقع أنها لا تنتهي أبداً داخل أي مؤسسة.

ثالثاً: القدرة على الابتكار والإبداع داخل المؤسسة :

من الوسائل التي تؤدي إلى تكوين معرفي قوي داخل أي مؤسسة، هو قدرة واستطاعة أفرادها على الإبداع والابتكار بداخلها؛ حتى يمكن الاتيان بمجديد لم يُسبق،

فيمثل هذا الجديد معلومات وخبرات للغير الذي لم يستطع أن يبدع ويبتكر.

يُعرف السلوك الإبداعي أولاً بأنه (السلوك المميز الذي يمارسه الفرد أو الجماعة في موقع العمل، ويتخذ عدة أشكال: مثل القدرة على التغيير، والبحث عن كل ما هو جديد، وحل المشكلات، وقد ينجم عنه نتائج أو خدمات أو سلع جديدة، وتشمل مجالات التميز المتصلة بالتنظيم الداخلي للمنظمة، التي تشمل سلوك الأفراد والجماعات، والتنظيم ككل: من هيكل تنظيمي وممارسات واستراتيجية...) (١).

ويعرف الإبداع بأنه : (مزيج من الخيال والتفكير العلمي المرن ؛ لتطوير فكرة قديمة أو لإيجاد فكرة جديدة ، مهما كانت الفكرة صغيرة ، ينتج عنها إنتاج متميز غير مألوف ، يمكن تطبيقه واستعماله) (٢).

والتعريف الثاني أقرب إلى ما يرنو الباحث إلى إثباته ، حيث يُثبت النص صراحة أن الإبداع والابتكار يؤديان إلى تكوين معرفي يمكن تطبيقه وتنفيذه ، فيصبح شيئاً معلوماً معمولاً به بعد ذلك ، وهو الواضح من قوله : (ينتج عنها إنتاج متميز غير مألوف ، يمكن تطبيقه واستعماله).

وقد مثّل الإبداع والابتكار أهمية كبرى في مجال العمل المؤسسي والتنظيمي ، حيث أضحى (الإبداع أحد الضرورات الأساسية في إدارة الأعمال والمؤسسات ، ولقد حاز موضوع الإبداع على اهتمام الباحثين في جميع المجالات ، حتى أمسى الإبداع عنوان العصر للمنظمات المتميزة والمدبرين الناجحين) (٣).

(١) دور الثقافة التنظيمية في تعزيز السلوك الإبداعي: دراسة حالة لكلية العلوم الإدارية في جامعة الكويت، أ.د / محمد قاسم أحمد القريوتي وآخرون ، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة الكويت ، ص ٨٩ ، المجلد (٤٥)، العدد (٤)، ٢٠١٧ م.

(٢) شرارة الإبداع، د/ علي حمادي، ص ٣٢، دار ابن حزم، بيروت ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م. الطبعة الأولى.

(٣) الإبداع المؤسسي وتنمية المورد البشري في المنظمات غير الحكومية، د / أسماء رويشد، ص ١٣ . بحث مقدم للمؤتمر الدولي بجامعة سعد دحلب - البليدة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، الأردن - في

وإذا كان (التنظيم) في أي مؤسسة هو من أهم أعمدة نجاحها ، فإن كلاً من التنظيم والإبداع حالتان متممة لبعضهما، حيث إن (التنظيم - الإبداع حالة ملاصقة مكملة بعضها البعض؛ لذا وضع للمشروع - في تخطيطه وتنفيذه - هيئة استشارية وسلطة تنفيذية ، وحددت مهام كل منهما)^(١).

إن الإبداع المؤسسي حالة يبتكر فيها الشخص ليأتي بجديد ، يمثل تقدماً لمؤسسته التي ينتمي إليها، وهذا مما يبرز أهميته وضرورة وضعه في الاعتبار، لا سيما أن هذا الجديد ربما يكون عليه وحده المخرج من حالة مأزق مثلاً، أو ضائقة قد تمر بتلك المؤسسة أو غيرها.

لكن متى ينجح الابتكار والإبداع؟ والإجابة على هذا السؤال تتمثل في أنه (ينجح الابتكار حين يجتمع أشخاص من تخصصات وخلفيات مختلفة، لوضع احتمالات جديدة لم يكن أي منهم يستطيع تصوّرَها بمفرده. يتطلّب تحقيقُ هذا أن يتعاون الأفراد المختلفون في العمل معاً على أفضل نحوٍ ممكن. إنَّ أفرادَ الفرق الذين يحققون الابتكارات لا يكتبون بمجرد وضع خبراتهم وأفكارهم ونزعاتهم في مشروع بعينه ثم مزجها معاً، بل يجدون سبلاً فاعلة للعمل معاً والتعاون المثمر فيما بينهم. إنهم يجدون طرقاً لإحداث تكامل بين وجهات نظرهم المختلفة تماماً؛ وذلك من أجل وضع احتمالاتٍ غير مسبوقه؛ وهذا هو العمل الجماعي)^(٢).

هذا، وإذا كانت تلك النصوص السابقة تتعلق بالإبداع والابتكار داخل أي مؤسسة أو منظمة ما، فإن الأمر بطبيعته ينطبق على المجال الدعوي لا محالة.

=

الفترة من ١٨ - ١٩ مايو ٢٠١١ م.

(١) الإدارة المعاصرة بين النظرية والتطبيق، د/ هشام ناصر، ص ٢٩. مطبوعات دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م. بدون رقم طبع.

(٢) العمل الجماعي من أجل الابتكار ، إيمي سي إدموندسون، ص ٩، ترجمة: سارة عادل، مراجعة: مصطفى محمد فؤاد ، مؤسسة هندواي ، المملكة المتحدة ١٤٣٧ هـ - ٢٠١٦ م.

وإذا لم يكن لدى الباحث من المصادر والمراجع ما يؤكد ذلك، فإنه يمكن تنزيل ما للمؤسسات عامة على ما للمؤسسات الدعوية خاصة، بجامع التنظيم والإدارة والتوجيه والرقابة في كلٍ منهما.

لكن ، كيف يكون الإبداع والابتكار طريقاً لفاعلية الخطاب الدعوي؟:

وهذا يظهر - بفضل الله تعالى وحده - في النقاط التالية:

- إن الإبداع يمثل حالة من التفوق والتميز التي ليست لكل الناس بلا شك، وهي تمثل حالة خاصة لأناس مخصوصين، والداعية المتميز المبدع هو المخول به تلك الفاعلية المنشودة للخطاب الدعوي.

- إذا كان الإبداع يعني الاتيان بأفكار ورؤى جديدة، فلا ريب في أن هذا الجديد سيعود في المجال الدعوي على فاعلية تتوقد فيها تلك الرؤى والتصورات بشرارة الحيوية والتأثير، فالجديد دائماً ما يصاحبه انفعال وتفاعل، وهي صورة من صور الفاعلية أيضاً.

- الإنسان المبدع دائماً ما يتأثر بما أبدعه، وتلك حالة تسمى عملية (التأثير والتأثر)، وهي صورة من صور الفاعلية، فلا يؤثر إلا المتأثر، وحينما يتأثر الداعية المبدع بما أبدعه يتفاعل مع خطابه الدعوي الذي يحمل الجديد الذي أبدعه، وهنا تظهر الفاعلية بلا شك.

- إن الإبداع يساعد على: التطوير ، والتقدم ، والاتيان بجديد ، حيث (إن وظيفة العملية الإبداعية هي أن تأتي بأفكار جديدة ، يمكن بها تطوير العمل ، وليس بالضرورة أن تكون هناك مشكلة لتفكر تفكيراً إبداعياً)^(١).

وهذا التطوير المصاحب لعملية الإبداع قد تأتي بفاعلية غير مسبقة فيما دخله التطوير، فلا يستوي إطلاقاً الشيء المطور قبل وبعد تطويره.

(١) شرارة الإبداع، د / علي حمادي ، ص ٤٧ .

المبحث الثاني

أثر كيان العمل المؤسسي في فاعلية الخطاب الدعوي
ويشتمل على مقسمة ومطابق

المطلب الأول: أثر العمل المؤسسي في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي.

المطلب الثاني: أثر الثقافة الوظيفية المؤسسية في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي.

مقدمة

لا شك أن نجاح الخطاب الدعوي يتوقف على عدة معطيات تتعلق بهذا الخطاب حالة إلقاءه وبروز دلالاته ومضامينه للمدعوين ، وتأني جودة الطرح وحسنه والتفاني في تمامه أولى تلك المعطيات التي يتوقف عليها نجاح الخطاب الدعوي .

ولا ريب أيضا في أن نجاح الطرح يتوقف عليه نجاح تلك الفاعلية المنشودة للخطاب الدعوي ، إذ كلاهما صنوان لا يفترقان ، وحالتان يكمل بعضهما بعضا .

ولا يمكن بحال من الأحوال الفصل بين طرح الخطاب الدعوي ، وبين فاعليته ؛ إذ الثانية متوقفة على الأولى ، ونتيجة حتمية عليها .

والارتقاء بمستوى الخطاب الدعوي وطرحه أصبحت ضرورة دعوية لا يمكن غض الطرف عنها بحال، إذ (إننا نعيش في عصر الانفتاح الإعلامي الذي أدى إلى انفتاح اجتماعي وفكري عريضين ، وأصبحت قوة الخطاب وجاذبيته والتزامه بالمنهجية العلمية من أهم أدوات التأثير الفكري، وأعتقد^(١) أن الارتقاء بمستوى الطرح والمعالجة غاية في الأهمية ، فما يصلح في المدرسة قد لا يصلح في الجامعة ، وما قد يصلح في المسجد قد لا يصلح في وسائل الإعلام ، وما يصلح في هذا البلد قد لا يصلح في بلد آخر^(٢) .

ومن هنا فإن تلك الأمور الثلاثة ينبغي الاهتمام بها جيدا : الخطاب الدعوي، طرحه ، وأخيرا فاعليته .

والعمل المؤسسي له أثر كبير على قوة هذا الطرح المنشود؛ إذ إن المؤسسة أو العمل المؤسسي له من المزايا والصفات ما يمكن به تعزيز وقوة هذا الطرح المنشود، وبالتالي حدوث الفاعلية للخطاب الدعوي.

وهذا كله على النحو التالي بإذن الله تعالى وفضله

(١) الكلام للأستاذ أحمد عبد الرحمن الصويان.

(٢) في البناء الدعوي ، أحمد عبد الرحمن الصويان، ص ١١٣ .

المطلب الأول

أثر العمل المؤسسي في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي.

يؤثر العمل المؤسسي في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي : حيث الطرح للمضمون من عدة وجوه ، ومنها ما يلي :

- ١ - قيام الطرح الدعوي على التجربة المتكررة والخبرة الفائقة المنطلقة من المؤسسة .
- ٢ - تفاعلية الخطاب الدعوي مع المعطيات الحضارية والتقنية والاتصالية كخطوة للفاعلية المنشودة .
- ٣ - قيام الخطاب الدعوي في طرحه على المراجعة المستمرة .

وبعد هذا الإجمال يكون التفصيل بفضل الله تعالى على النحو التالي :

أولا : قيام الطرح الدعوي على التجربة المتكررة والخبرة الفائقة المنطلقة من

المؤسسية :

إذا كان عماد العمل المؤسسي في نجاحه قيامه على التجربة المتكررة ، لكل ما يخص هذا العمل ، فلا ريب في أن هذا يعزّز ويقوّي ما وصلت إليه نتائج تلك التجربة بلا شك .

وجماع خبرات أي مؤسسة إنما تعني تلك التجارب في أبعث صورها ، إذ (المؤسسية تعني تجميع الجهود لكي تكون أفعال)^(١).

وهل تعني تلك الجهود إلا تجارب وأحداث ووقائع قد وقعت ، تمت الاستفادة منها والعمل من خلالها ؟.

وإذا كان الإبداع المؤسسي مما يرتبط بالعمل المؤسسي كما سبقت الإشارة إليه ، فإن (الإبداع والابتكار لا يأتي في يوم وليلة ، لكنه محصلة من الانجازات والتجارب ،

(١) المؤسسة والمؤسسات في الحضارة الإسلامية، أ. د / محمد عمارة ، ص١٣، دار السلام، مصر، بدون تاريخ ولا رقم طبع.

فالميدان وسيلة خصبة لإثراء المعارف وصقل الخبرات.

وقد يخفق الإنسان المرة بعد الأخرى ، ولكنه سوف ينجح في النهاية ، وسوف تصير الإخفاقات رصيذا متراكما من الخبرة ، ينضج مع علو المهمة وطول العزيمة^(١).

ومن خلال هذا النص تتضح تلك العلاقة بين (التجربة - الإبداع - الخبرات - المعارف) ، وكلها مما يرتبط بالعمل المؤسسي أيضا.

وترتبط التجربة بشكل أساسي بالعمل المؤسسي ، حيث (تبدأ تجربة الموظف وتوقعاته حول جهة العمل من خلال تجربته الأولى في مرحلة الجذب والاستقطاب، وتنوع احتياجات المرشحين المحتملين، فمنهم من يسعى للحصول على أجور ومزايا أفضل، ومنهم من يسعى لتحقيق إنجازات مهنية وشخصية متميزة ، ومنهم من يسعى للحصول على ساعات عمل مرنة، ولذلك فعلى إدارات الموارد البشرية في الجهة معرفة احتياجات المرشحين، وتبني آليات للاختيار والتعيين بناء على ذلك)^(٢).

هذا، وإذا كانت التجربة هي عماد العمل المؤسسي، حيث الخبرات، وتراكم المعلومات، والرصيد المعرفي المتزايد من خلالها ، فإن نفس الأمر يحدث في العمل الدعوي؛ حيث إن التجربة لها ارتباط وثيق بالعملية الدعوية.

إن التجربة في العمل الدعوي لها من الفوائد والأهمية ما يقرر أهميتها ويجلي مكانتها، حيث إن (التجربة لها الأثر العظيم في اكتساب المهارات والخبرات، وهي من أعظم طرق اكتساب النجاح في الدعوة).

فالداعية إذا خالط الناس، وعرف عاداتهم وتقاليدهم وأخلاقهم الاجتماعية، ومواطن الضعف والقوة ، سيركز على ما ينفع الناس، ويضع الأشياء في مواضعها ؛ لأنه

(١) في البناء الدعوي ، أحمد عبد الرحمن الصويان ، ص ٢٤ .

(٢) دليل الجذب والحفاظ على الموظفين ، مجموعة مؤلفين، ص ١٠، مطبوعات الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية ، الإمارات العربية المتحدة ١٤٣٨هـ - ٢٠١٧ م . الطبعة الأولى .

جرّهم ، فالتجارب تنمي المواهب والقدرات^(١).

إذًا، ومن خلال ذلك يتضح جليا مدى الارتباط الوثيق الجامع بين المؤسسة والعمل الدعوي برباط التجربة الذي يربط بينهما إن صح التعبير ، وأن كلاً منهما يستفيد من هذا التجربة بلا شك .

إن الإعراض عن التجربة وعدم الأخذ بنتائجها، يؤدي إلى الإخفاق والفشل الدريع لا محالة ، والعجيب أن هذا قد يبدو في بعض المؤسسات العريقة ، -فر الغريب أن لدينا بعض المؤسسات والجماعات لا ترضى عن أي عمل أو فكر ، وهي طول عمرها تنتقل من إخفاق إلى إخفاق دون أن يكون ذلك حافزا لها نحو أية وقفة تأمل ، إنها تملك مناعة خاصة ضد آلام التجربة^(٢).

موقع فاعلية الخطاب الدعوي من التجربة في العمل المؤسسي :

في ظني أن ذلك راجع إلى ما يلي:

- إن التجربة تعني الاستفادة مما مضى، وتحاشي الخلل السابق، والعطب الماضي، وبالتالي فإن تحاشي مثل هذا الإخفاقات في طرح الخطاب ، بناء على تجارب دعوية سابقة تزيد وتقوّي وتعزّز من الطرح الخطاب الدعوي، وبالتالي تكون الفاعلية مصاحبة لهذا الطرح بلا شك.

- والتجربة أيضا تصقل المواهب ، وتزيد الخبرات ، وتنمي المعارف ، وكلها أمور أصيلة في بناء طرح دعوي فاعلي للخطاب الدعوي .

- والخطاب الرسمي المؤسسي بلا شك أولى من الخطاب الدعوي الفردي وأولى بالقبول

(١) مقرر مناهج الدعوة الإسلامية للفرقة الرابعة بكليات أصول الدين والشعب المناظرة بجامعة الأزهر الشريف، أ. د / عبد الباسط السيد مرسي ، ص ٢١٣ ، ٢١٤ . بدون بيانات .

(٢) مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، د / عبد الكريم بكار، ص ٣١ . دار القلم، دمشق ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٢ م . الطبعة الثانية .

منه ، والمؤسسات الدعوية إذا ضمنت خطابها مبدأ التجربة فستكون النتيجة فاعلية ناصعة لهذا الخطاب ، حيث تفادي الإخفاق وبناء النجاح .

- وإذا كانت بعض النصوص السابقة أثبتت أن من نتائج التجربة أنها (...تنمي المواهب والقدرات)، فتلک المواهب هي الطلائع الحیة والفاعلة التي يرجى منها تلك الفاعلية المنشودة، وطرح الخطاب الدعوي من خلالها أقدر على تلك الفاعلية، بخلاف غير المواهب ، فلا يرجى منها مثل ذلك إطلاقاً.

- وإذا كنت بعض النصوص أيضا، أوضحت أن (المؤسسية تعني تجميع الجهود لكي تكون أفعال)، فإذا اجتمعت المؤسسة مع التجارب في بوتقة الخطاب الدعوي خلال طرحه الخارج من المؤسسات الدعوية، فهي (أفعال) كما أشار النص، وهل (أفعال) إلا الفاعلية في أبعي صورها .

- طرُحُ الخطاب الدعوي بين أمرين لا ثالث لهما: إما عوامل نجاح وعطاء وفاعلية، وإما الأخرى، والداعية القائم بهذا الطرح يعرف كلا الأمرين من خلال التجربة، فإذا أقام طرحه على الأولى، عمل ذلك على قوة وزيادة وتعزيز تلك الفاعلية للخطاب الدعوي في طرحه.

ثانيا : تفاعلية الخطاب الدعوي - حالة طرحه - مع المعطيات الحضارية والتقنية

والاتصالية كخطوة للفاعلية المنشودة:

إذا أرادت أي مؤسسة استمرارية عطائها وتثبيت أركانها وزيادة فاعليتها ، وقوة تواجدها في محيط نظيراتها، فلا بد لها حينئذ من مواكبة سوق العمل، والتقدم الهائل المتطور فيه ، وتلك أمور متفق عليها بين الجميع ؛ إذ إن هذه الأمور من المسلمات البديهية لأي مؤسسة تريد النجاح والثبات عليه .

وفي سبيل ذلك تتخذ المؤسسة أنواعا من التوسعات المختلفة التي تواكب المعطيات الحضارية والتقنية والوظيفية، ومن ذلك (التوسع الوظيفي)، والزيادة في استخدام

التكنولوجيا (التوسع التقني) ، وتحسين الخدمات الداخلية وتبسيط أكبر للإجراءات . وفي هذه المرحلة تحقق المؤسسة ذاتها وتصل إلى مستوى نطلق عليه " الحضور المؤسسي " أو الاعتراف بالوجود الفاعل والمنافس^(١) .

ولا تتوقف المؤسسة عند ذلك ، بل هناك مرحلة أكبر تقدماً منها ، (وهي المرحلة التي تبدأ المؤسسة فيها باتخاذ منحى أكثر عمقاً وصعوداً ، باتجاه المؤسسة إلى أعلى درجات التميّز ، عن غيرها من المؤسسات المنافسة، وتبدأ بارتقاء مرحلة " التقدير الذاتي")^(٢) .

ومن خلال ذلك ، يتضح أن أي مؤسسة ناجحة تعمل على تطوير نفسها ، من حيث : البناء ، الهيكل التنظيمي ، احتياجات سوق العمل ، الموظفين ... الخ .

والأمر ذاته ينطبق على الخطاب الدعوي حالة طرحه ، فلا بد من مواكبة التقدم التقني والحضاري والاتصالي والتواصلية حالة طرح الخطاب ، وبهذا يضمن القائمون عليه الفاعلية المنشودة .

إنه لا يمكن - بحال من الأحوال - أن يتم طرح الخطاب الدعوي وهو بمعزل عن التقدم التقني والتكيف الحضاري والتعايش الاتصالي ، وإذا حدث فلن يوصف إلا بكونه خطاباً ضعيفاً هزيباً ، إن لم يكن ميتاً .

ولهذا، فيما (أنا نعيش في زمان صار فيه كل شيء معقداً فإننا أضحيينا بحاجة ماسة إلى الارتقاء بالخطاب الدعوي، بما يكافئ لغة العصر التي تجمع بين الفلسفة والإحصاء والمعطيات التقنية والحضارية والتجريبية ، والتي تتسم بالشمول والكلية)^(٣) .

والارتقاء بالخطاب الدعوي بما يكافئ لغة العصر ، هو عين ما يرنو الباحث إليه ،

(١) دورة المؤسسة في المنظمات ، د / محمد أكرم العدلوني ، ص ٢٠ .

(٢) نفس المرجع ، ص ٢١ .

(٣) مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، د / عبد الكريم بكار، ص ٨ .

فتلك المكافأة بين الطرفين ينتج عنها فاعلية الخطاب في طرحه بلا شك .

إن (عصرنا الذي نعيش فيه هو عصر الاتصال والتنامي المذهل في وسائل الإعلام، وما استحدثت من البث المباشر وشبكات الحاسب الآلي - جعل العالم بمثابة قرية صغيرة ، وصار كل جزء منه مرآة للأجزاء الأخرى)^(١) ، وهذا يعني ضرورة تواجد تلك الوسائل التقنية في الخطاب الدعوي أثناء طرحه ، حتى يمكن تبليغ الخطاب ونشره وامتداده وسعته عبر تلك الوسائل التقنية .

كيف تكون المعطيات الحضارية والتقنية والاتصالية خطوة للفاعلية حالة الطرح

للخطاب الدعوي ؟.

يكمن ذلك في :

- أن تلك التقنيات المتواجدة بكثرة في الواقع المعاصر هي لغة العصر اليوم ، والتخلف عن الركب في اللحاق بها أمر سيؤدي إلى عدم مواكبتها ، وبالتالي عدم التفاعل معها ، وبالتالي تنعدم فاعلية الخطاب الدعوي إذا لم يتم الأخذ بها .

- إن تلك الوسائل التقنية تعمل على نشر الخطاب الدعوي ، وتعمل على تمده واتساع رقعته ، وهذا يعني : الحركة ، والتفاعل ، والنشاط مع كل من يصل إليهم هذا الطرح الدعوي ، وتلك تعني الفاعلية أيضا .

- إن مصاحبة الطرح الدعوي للمعطيات الحضارية في العصر الحاضر ، أقدر - بإذن الله تعالى - على مواجهة الإشكاليات والعراقيل والعقبات التي تعترض فاعليته ، وبالتالي يعمل هذا على أن تأخذ الفاعلية طريقها حالة هذا الطرح الدعوي .

- إن بعض النصوص السابقة أوضحت صراحة أن الدعاة (بحاجة ماسة إلى الارتقاء بالخطاب الدعوي ، بما يكافئ لغة العصر) ، وهذا الارتقاء أولى خطوات الفاعلية

(١) نفس المرجع، ص ١٧٨ .

المنشودة ، فلا يتفاعل إلا المرتقي ، ولا يرتقي إلا المتفاعل ، صاحب الحركة والنشاط والحيوية والفاعلية .

ثالثاً : قيام الخطاب الدعوي في طرحه على المراجعة المستمرة :

في سبيل تقدم العمل المؤسسي والارتقاء به، لابد من مراجعة متكررة لكل مقومات هذا العمل ، فلا يمكن الاكتفاء بما هو كائن ، بكل ما فيه من غثٍّ وسمين .

وعملية المراجعة هذه غاية في الأهمية ، وبدونها تكون الطامة ، حيث يظل الخطأ خطأ حتى يتم الاعتياد عليه والأخذ به، (فكثيراً ما يملُّ العامل في مؤسسة ما من الفوضى الإدارية ، فبعد أن يكون منكرًا عليها ، ما يلبث حتى يكون جزءاً منها ؛ لأنه شيئاً فشيئاً يعتقد أن سيران العمل يمضي على هذا النحو ، وما جعله يعتقد ذلك ، الفوضى الإدارية وعدم التنظيم)^(١).

ولاشك أن أي مؤسسة لا تتخذ المراجعة والتقييم منهجاً لها ، سيكون مصيرها الفشل المحتوم بعد ذلك .

أما ما يتعلق الخطاب الدعوي وطرحه وفاعليته فهو لا يقل عن ذلك تماماً ، إذ إن هذا الخطاب القائم عليه بشر، ذووي أفكار ورؤى وتصورات قد تصيب وتخطئ، وربما تم تضمين الخطاب حالة طرحه بعضاً من تلك الرؤى والتصورات البشرية، فكان الصحيح حينئذ هو المراجعة والتقييم المستمر لهذا الخطاب، في كل ما يتعلق به .

إذ إن الدعاة - وكل المسلمين - في الحقيقة بحاجة إلى (فحوض فكري ، وإلى مراجعات جذرية لأفكارنا وبرامجنا وسياساتنا الدعوية، وتفكيرنا بالعالم من حولنا. ويفترض هذا الأمران: النقد والمراجعات، أن نعمل على استعادة الروح الرسالية للدعوة)^(٢).

(١) نظم ضمان الجودة في العمل الدعوي، د/ عثمان القميحي، ص ٣٨.

(٢) ضعف المؤسسات الدينية والعلائق بين التطرف والإرهاب ، د/ رضوان بن نايف السيد ، ص ١٨ . بحث

والخطاب الدعوي يدخل دخولاً أولياً في ذلك، فلا بد أن ينتظمه النقد والمراجعة والتقويم، فيما يتعلق بالتدخل البشري قطعاً، إذ (في المقابل نحن بحاجة ماسة إلى تقويم واقعنا الدعوي، وإلى السعي إلى مراجعة الخطاب الدعوي والنهوض به، وتجاوز الأطر التقليدية. فنحن أمام اتجاهين: اتجاه بحاجة إلى أن يُدفع ويُتفاعل معه، واتجاه بحاجة إلى أن يُحجّم ويُحدّ منه)^(١).

هذا، ومن خلال النصين السابقين، يتضح أن المراجعة تشتمل على فاعلية، وهذا واضح من مصطلحات تعطي دلالات على ذلك، أمثال (استعادة الروح الرسالية - النهوض به (أي الخطاب) - يُدفع ويُتفاعل معه)، وهو أيضاً عين ما يهدف الباحث إلى تحقيقه.

الطرح للخطاب الدعوي بين المراجعة والفاعلية:

إذا كانت المراجعة، والنقد، والتقويم كل ذلك من مستلزمات النهوض بالخطاب الدعوي، فإن هذا كله سيعود على فاعلية الطرح للمضمون الخطابي الدعوي منه على وجوه، ومنها ما يلي بفضل الله تعالى:

- إن المراجعة تعني الرجوع، وهذا الرجوع قد يكون إلى حقٍ صحيح، أو رجوع عن فاسد باطل، والأول يعمل على تعزيز وقوة الطرح للخطاب الدعوي بلا شك، بما يؤدي إلى الفاعلية المنشودة بإذن الله تعالى.

- إن المؤسسات الدعوية هي المعنية في المقام الأول بإعداد وتأهيل وتدريب وتخريج الدعاة إلى الله تعالى، وهؤلاء في تدريبهم على المراجعة والنقد سيتكوّن لديهم ملكة

مقدم للمؤتمر العالمي (مكافحة الإرهاب)، الذي نظّمته رابطة العالم الإسلامي، في الفترة من ٣ - ٦

جمادى الأولى ١٤٣٦ هـ = ٢٢ - ٢٥ فبراير ٢٠١٥ م.

(١) بين تغيرين، محمد عبد الله الدويش، مقال بمجلة البيان، العدد (١٨٢)، ص ٣٢.

النقد والمراجعة ، بما يكون لديهم بناء معرفيا وإثراء معلوماتيا صحيحا ، يمكن تضمينه حالة الطرح للخطاب الدعوي ، بما يؤدي إلى فاعليته أيضا .

- إن بعض المراجع - المهمة بتضمين العمل الدعوي نظم الجودة العالمية - ، قد أشارت صراحة إلى أن مبدأ المراجعة والتقييم ، يؤدي إلى تلك الفاعلية ، فإن (الالتزام بهذا المبدأ يساعد على تحسين العملية الدعوية والفاعلية في استخدام الوسائل والأساليب الدعوية، ويقلل من الأخطاء في العمل الدعوي، ويساعد على تقديم منتجات جديدة "أفكار دعوية ووسائل مبتكرة مشروعة" مع تحسين استجابة المؤسسة في وقت قياسي، مما يساعد على تنمية كفاءة العاملين عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات اللازمة ؛ لإنجاز أعمالهم بجودة عالية)^(١). ففحوى النص تقطع بالفاعلية حالة الالتزام بمبدأ المراجعة والتقييم كما هو ظاهر ، والحمد لله رب العالمين .

- وتعني المراجعة أيضا: إذابة العراقيل، وحل الإشكاليات، وتقديم الحلول، وتفادي الأخطاء، وكلها إذا تم توجيهها فيما يخص الطرح للخطاب الدعوي، فلن يثمر إلا: الأفضل، والأحسن والأكمل، وكلها تؤدي إلى الفاعلية بفضل الله تعالى.

(١) نظم ضمان الجودة في العمل الدعوي، د / عثمان القميحي، ص ٣٧.

المطلب الثاني

أثر الثقافة الوظيفية المؤسسية في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي

تمثل ما يسمى بـ (الثقافة المؤسسية) محورا هاما في تشكيل قيم وسلوكيات العمل المؤسسي الذي تنتظمه تلك الثقافة ؛ إذ على إثرها يتبلور اهتمام ونظرة العاملين بتلك المؤسسة والقائمين بهذا العمل المؤسسي ، وفي الوقت نفسه فإن تلك الثقافة المؤسسية تمثل (الهوية) التي تعمل على انتماء هؤلاء العاملين بتلك المؤسسة ، مما يعزز من حبهم وولائهم لها ، والذود والذب عن حياضها ، والتفاني والإخلاص في العمل بها .

وفي الوقت ذاته، فإن ما سيتعرض له البحث هنا من مقومات تلك (الثقافة المؤسسية) هي في الوقت ذاته الأعمدة الرئيسية للوظائف الأصلية للعمل المؤسسي الإداري، بحيث يصح أن يطلق عليها (ثقافة مؤسسية)، أو (الوظائف الإدارية المؤسسية).

وقبل البدء في بيان أثر تلك الثقافة على الطرح الدعوي ، ومن ثمّ الفاعلية المنشودة له ، لابد أولا من التعريف بماهية تلك الثقافة ، حتى يمكن الحكم عليها حكما صحيحا ، ومن ثمّ التعامل معها يكون صحيحا أيضا .

تُعرف الثقافة المؤسسية بأنها (مزيج من القيم والمعتقدات والسلوكيات التي يتبناها منتسبو المؤسسة، وتعتبر الثقافة من الملامح المميزة لها (هوية المؤسسة)، وتعني طريقة حياة المؤسسة)^(١).

إنها تعني إذاً: الهوية التي تحدد التمسك بما تتبعه تلك المؤسسة من مجموعة: القيم والسلوكيات والمعتقدات والأفكار والأيدولوجيات والاستراتيجيات التي تتبعها المؤسسة، ويتم محاكمة الشخص من خلالها ، من حيث تفانيه و حبه للمؤسسة من عدمه.

إنه إذا كانت (التنشئة الثقافية) تعني (عملية اكتساب التقاليد الثقافية

(١) دورة المؤسسة في المنظمات (الحكومية - الخاصة - الأهلية) ، د / محمد أكرم العدلوني ، ص ١٣ .

للمجتمع^(١)، فلا غرو حينئذ أن تنبع ثقافة مؤسسية من داخل المؤسسة، تمثل طريقاً موحداً ينبغي أن يسير عليها العاملون بها، ومن خلالها يتم التوصيف الصحيح للفرد العامل: هل هويته تبعٌ للمؤسسة أم يخالفها.

وتلك الثقافة المؤسسية لها أهمية كبرى وتأثير عظيم في حياة العاملين بالمؤسسة، والملاحظ الكبرى التي يسرون عليها، إذ (تملك هذه "الثقافة" تأثيراً بالغاً على سلوك الأفراد داخل المؤسسة وخارجها. وتؤثر - أيضاً - على كل عناصر المنظومة والحياة المؤسسية)^(٢).

وإذا كان لا بد من تطبيق هذا كله على المؤسسات الدعوية، فإن هذا كله مما يساعد على تماسك تلك المؤسسات، وتفعيل تلك المجموعة من القيم والمعتقدات، التي تؤثر تأثيراً إيجابياً على مضمون ما تحمله تلك المؤسسات، ألا وهو الخطاب الدعوي من حيث: طرحه وفاعليته.

ولا ريب في أن تلك الثقافة تمثل (انطلاقة واعدة لسير دعوي ناجح، يقوم على أساس تبني الإدارة العلمية، وفتيات إدارة الأعمال الحديثة، واعتماد الأداء الإداري والتنظير والتأسيس لنظرية إسلامية تتعلق بوظائف الإدارة وتطبيقاً على العمل الإسلامي المعاصر، من شأنها دفع مسيرة الدعوة الإسلامية ومؤسستها إلى الإمام، ومن ثم التأكد من صحة الخطط وسلامة التنظيم وقوة التوجيه وفعالية الرقابة)^(٣).

ونظراً لأن مجموعة القيم والمعتقدات والأيدولوجيات والاستراتيجيات التي تتبعها أي مؤسسة توصف بكونها: متعددة، متشعبة، متنوعة، مختلفة في بعضٍ منها من

(١) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، أ. د / أحمد زكي بدوي، ص ١٣٣. مكتبة لبنان، بيروت، بدون تاريخ ولا رقم طبع.

(٢) دورة المؤسسة في المنظمات (الحكومية - الخاصة - الأهلية)، د / محمد أكرم العدلوني، نفس المرجع ونفس الصفحة.

(٣) إدارة المؤسسات الدعوية، بدر الدين مصطفى زواقة، ص ٢٦، ٢٧.

مؤسسة إلى أخرى، فسيكون الحديث هنا - إن شاء الله تعالى - على بعض قيم مؤسسية تتفق عليها جميع المؤسسات ، ويسير العمل المؤسسي من خلالها ، وفي الوقت ذاته تكون أنموذجا على المطلوب بإذن الله تعالى، وهي:

١ - التنظيم.

٢- التخطيط.

٣ - الرقابة^(١).

ولا ريب في أن هذه تمثل قيما واستراتيجيات تسيير عليها أي مؤسسة أو منظمة ، لها من التأثير ما لا يمكن تجاهله أو غض الطرف عنها، على المؤسسة والعاملين بها وإنتاجها المتنوع من ناحية ، وعلى الدعوة وخطابها الحامل لمضمونها وطرحه وفاعليته من ناحية أخرى. وذلك على النحو التالي بإذن الله تعالى .

أولا : التنظيم :

إنه لا يمكن - إطلاقا - تصور أن تكون هناك مؤسسة ما، بدون تنظيم لأموورها، وأعضائها، وأعمالهم، وأهدافهم... الخ، وإذا حدث فستكون الفوضى العارمة، والعطب المحقق، والفشل الذريع لها، وستكتب نهايتها بيد من يريد ذلك لا محالة.

يعرف التنظيم بأنه (الترتيب ووضع الأشخاص والأشياء في الأماكن التي تصلح فيها للعمل والإنتاج. وهذا تعريف عام .

أما التعريف العلمي فهو: توزيع العمل إلى جزئيات (تقسيمه) ثم توزيع ذلك على العاملين ، وبذلك ينتظم العمل ويعرف كل شخص مسؤوليته وصلاحياته)^(٢).

وهذا يعني أن التنظيم لا يعني الترتيب فقط، بل الترتيب مصحوبا بالتنسيق

(١) هذه الثلاثة تسمى بـ (الوظائف الرئيسية للإدارة أو العمل المؤسسي)، وهي الوقت نفسه تمثل قيما مهمة لأي مؤسسة.

(٢) الإدارة والحكم في الإسلام، أ. د. / عبد الرحمن الضحيان ، ص ٩٥ .

وتوجيه ذلك لتحقيق الأهداف، وهو عين جماع التنظيم وعماده الذي يقوم عليه : ترتيب - تنسيق - توجيه نحو تحقيق الهدف، وبدون تلك الثلاثة ينخرم سلك التنظيم ولا يصح.

وهذه القضية بلا شك أمر جامع بين الإدارة في الفكر المعاصر والإدارة في الفكر الإسلامي، فلا ريب أن كل شيء في الإسلام قائم على التنظيم والترتيب، فلا شيء على الإطلاق يوجد فيه خلل أو نقص، أو فوضى، فـ (إن التنظيم الذي تفرضه الدراسات العلمية أمر يدعو إليه النظام الإسلامي، فلا يكفي أن يكون العمل جماعيا في النظام الإسلامي، بل لابد فيه من التنظيم الذي يؤدي إلى تحقيق الهدف المنشود. ولا يكون ذلك إلا بوجود قيادة مسئولة، ونظام أساسي ينظم العلاقات بين القيادة ومن تحتها، ويحدد المسئوليات والواجبات، ويبيّن الوسائل)^(١).

وتلك الدراسات العلمية المشار إليها في النص إنما تعني الدراسات المختصة بعلم الإدارة والمنظمات والمؤسسات، وهنا تتفق جميع المؤسسات في ذلك.

وإذا كان التنظيم متعلقا بالفكر الإسلامي عموما، فهو داخل أيضا وبقوة في العمل الدعوي، إذ إن (قضية التنظيم من القضايا الهامة التي ينبغي على الحركات الإسلامية، والجماعات الدعوية)^(٢) أن يعيروها اهتماما، وأن يعطوها كل جهودهم وعنايتهم.

وما ذاك إلا حتى يتم البناء التكويني لها على أساس من الترابط والتماسك، وعلى دعائم من القوة والصمود، وفي ذلك مناعة للبناء، وترسيخ له من أن يتأثر بمخاضات

(١) تنظيم العمل الإداري في النظام الإسلامي، أ.د. / محمد الرضا عبد الرحمن الأغيش، ص ٣٠٩. مجلة كلية الشريعة وأصول الدين بالجنوب - أمها -، جامعة الإمام محمد بن سعود - السعودية، العدد (٣)، ١٤٠٣ هـ = ١٩٨٣ م.

(٢) ليس المقصود هنا جماعات وحركات بعينها، لكن لفظة الجماعات على عموما، وليست تعني تنظيمًا ولا حزبا ولا تيارا ولا جماعة بعينها، فليس هذا هو المقصود إطلاقا.

الليالي ، أو يتزعرع من نكبات الأيام^(١) .

إن التنظيم فيما هو بين العمل المؤسسي - عامة - والمؤسسات الدعوية خاصة ، يعني تنظيم كل شيء ، فهو ينظم : العلاقات - الأوقات - الأهداف - السلوكيات - الرؤى - الرسالة - الرقابة - الخطط - التوجيه - العاملين والأفراد - المديرين والمسؤولين - الرواتب - الحوافز - الثواب - العقاب ... الخ ، إنه يعني : تنظيم كل شيء داخل المؤسسة ، ومن ثم يكون العمل المؤسسي قائما على التنظيم أيضا .

- موقع الفاعلية في الطرح الدعوي من قضية التنظيم :

لا ريب أن دخول مثل هذا التنظيم في كل شيء - ومنه بطبيعة الحال الخطاب الدعوي - له أثره البالغ في تلك الفاعلية المنشودة ، حيث إحداثها ووقوعها حالة الطرح ، بل تفاعل المدعويين معها ، وهذا - بفضل الله تعالى - يتضح من خلال :

- أن التنظيم يستوجب الترتيب ، والتنسيق ، وكلاهما يقضي بوقوع كل شيء في موقعه ومحله ، بما يؤدي إلى التناغم والانسجام ، وعدم التنافر ، وتلك حالة (أعني الانسجام والتناغم) تؤدي إلى الفاعلية المرجوة ، حيث إنها تعني : ترتيب عناصر الخطاب وأدلته ، تنسيقه حالة الطرح ، انسجامه مع الواقع ، توافقه مع عقول المدعويين ... الخ ، وكلها حالات تؤدي إلى الفاعلية بفضل الله تعالى .

- إن تفشي حالة الفوضى عند انعدام التنظيم تعني : الغوغائية ، الهلامية ، المهرطقة ، الترهات ، وكلها لا تتفق مع الشرع ، ولا صحيح العقل ، ولا قوة مضمون الخطاب الدعوي ، ومن ثم إذا ثبت نقيض تلك الحالات المرذولة فقد ثبت وقوع الفاعلية في طرح الخطاب الدعوي .

- ويترتب على التنظيم أيضا الضبط والإحكام وترتيب الجهود ، ووحدة الهدف ، وكلها

(١) سلسلة : مدرسة الدعاة - فصول هادفة في فقه الدعوة والداعية ، العلامة عبد الله ناصح علوان ، ج ٢ ، ص ٢٢٦ . دار السلام ، القاهرة ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م . الطبعة الثانية .

إذا تبدّت وظهرت في طرح الخطاب الدعوي أحدث حالة تفاعلية عجيبة ، إذ لا يستوي إطلاقاً وحدة الهدف وترتيب الجهود مع ضدهما .

- وترتيب الجهود وتنظيم العناصر الدعوية وتوحيد المقصد إذا تم ذلك كله حالة الإعداد للخطاب الدعوي - والخارج من المؤسسات الدعوية - أحدث هذه الفاعلية ، حيث إنها تؤثر على القائم بالخطاب (الداعية) ، وتؤثر على المدعو (المتلقي) ، وتؤثر على الطرح للمضمون ، إنما حالة يتفاعل معها الجميع في بوتقة واحدة ، تؤدي إلى قوة الطرح وفاعليته وقبوله والعمل به إن شاء الله تعالى وحده .

ثانياً: التخطيط :

من القيم العالية المرتبطة بالعمل المؤسسي ، وكذا من الأصول الإدارية التي لا يحصى عنها إطلاقاً ، والتي بدورها يتخبط أصحاب هذا العمل وتقع العشوائية ، ويحل الفشل : التخطيط ؛ إذ هو المنوط به: رسم أمور مستقبلية تصب في صالح المؤسسة على المدى القريب والبعيد .

ولأهمية التخطيط عموماً، وفي المجال المؤسسي على وجه الخصوص، لا سيما العمل الدعوي المؤسسي أيضاً ، فقد كثرت الدراسات حول هذا الأمر، ما بين وقوعه في المنظور الإسلامي من جانب ، وارتباطه الوثيق بنظم الإدارة الحديثة من جانب ثاني، مما يدل على أهميته البالغة ومدى تأثيره العميق على ما يدخله وينتظمه .

يُعرف التخطيط بأنه (أسلوب في التنظيم يهدف إلى استخدام الموارد، على أفضل وجه ممكن وفقاً لأهداف محددة)^(١).

وعلى هذا، يرتبط (التخطيط) بأفضل الأشياء المتعلقة فيما دخل عليه كما هو فحوى النص السابق ، حيث (الفاعليات البشرية - بصورة عقلانية - على أفضل وجه)

(١) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، أ . د / أحمد زكي بدوي ، ص ٣١٦ .

كما في التعريفين .

إنه بذلك يتعلق بأفضل ما يمكن تطبيقه واستثماره والاستفادة منه ، مما يقرر تلك الفاعلية المنوطة به حال استخدامه وتنفيذه .

ويتعلق التخطيط بأمور مستقبلية استراتيجية متعلقة بأهداف المؤسسة، حيث (يحتاج التخطيط إلى التنبؤ ، وتحديد الأهداف ، والسياسات ، والإجراءات ، والقواعد ، والموازنات التخطيطية)^(١) .

وفضلا عن هذا فإن التخطيط يربط بين أمرين في غاية الأهمية ، حيث الربط بين الإنجاز المتوقع والهدف المرجو، حيث (يبين التخطيط مدى الحاجة للتغيير في المستقبل ويضع الأسس الضرورية للضبط والتوجيه ، فيجنب نتائج العمل الانحراف عن الهدف ، ويشجع على الإنجاز ، ويعين على الشمولية في تصور المشاريع وتنفيذها ، كما يضمن الاستخدام الأمثل للإمكانات والموارد)^(٢) .

وهذا كله مما يبين أهميته ومدى تأثيره ، ومدى الحاجة الفائقة للعناية به .

وفوق هذا، فإن انتفاء التخطيط يعني بكل صراحة : الفشل ، ذلك المصير المجهول الذي ينتظر التخبط والعشوائية وضياع التخطيط ، حيث (إن التخبط - مع الرقابة والسيطرة - يتيح للمرء أن يحافظ على السير في الاتجاه الصحيح .

وفي هذا الصدد يصدق المثل القائل : إن الفشل في التخطيط كالتخطيط للفشل ، فإذا فشلت أن تخطط فقد خطت للفشل)^(٣) .

والتخطيط في الإسلام لا يقل عن ذلك المرتبط بالمؤسسة أو العمل المؤسسي ، بل يفوقه ، تبعا لأوامر القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة .

(١) المنظمات العامة - البناء - العمليات - النمط الإداري ، د / محمد حافظ حجازي ، ص ٢١ .

(٢) دليل التدريب القيادي ، هشام الطالب ، ص ١٠٦ ، ١٠٧ .

(٣) دليل التدريب القيادي ، نفس المرجع ، ص ١٠٦ .

حيث (يعد التخطيط أحد الأسس والدعامات القوية ، والوظائف الرئيسية ذات الأهمية في الإدارة الإسلامية.

فالتخطيط هو فن تعامل مع المستقبل ، وفن إنجاز وتحقيق آماله ، كما يجب أن تكون ، وليس كما ينبغي أن تكون^(١).

وإذا كان التخطيط ماثلاً في العمل الإسلامي برمته على وجه العموم ، نزولاً على التخطيطات التي قام بها رسول الله - صلى الله عليه وسلم - ، فإنه في المجال الدعوي خصوصاً ذو منزلة دعوية تبين أهميته في هذا المجال، من أجل هذا (التخطيط للعمل الإسلامية هو عمدة التنظيم، بل هو المنهج الذي يسير عليه التنظيم على أساسه وقراره.

فإن كان التخطيط محكماً ، والمراحل الدعوية حكيمة ، والمنهج الذي يسير عليه الدعاة سليماً ، تقدمت الدعوة الإسلامية خطوات وخطوات في مسيرتها ، ووصلت في تعقل وإيجابية إلى غايتها ، وحققت لأمة الإسلامية أسمى آيات العز والمجد والعطاء^(٢).

فلينظر القارئ الكريم، كيف علق النص تقدم الدعوة بأكملها على حسن التخطيط لها، ورسم ما ينبغي في المستقبل مما هو متعلق بها، ولا ريب في أن الخطاب الدعوي بطرحه وفاعليته مما يدخل تحت تلك الدعوة المباركة الميمونة ، وكيف سيحقق للأمة أسمى آيات العز والمجد والعطاء ، كما هو ظاهر في النص السابق.

طرح الخطاب الدعوي بين التخطيط والفاعلية :

من خلال ما سبق من النصوص التي تبرز أهمية التخطيط ومكانته وأثره ، وكيف أنه متعلق بالمستقبل على المدى القريب والبعيد ، يتضح بجلاء كيف سيكون تأثير هذا التخطيط - والمائل في العمل المؤسسي - كقيمة مؤسسية على تعزيز وقوة فاعلية الطرح

(١) الوظائف الإدارية في الإسلامية، د / محسن محمد الخضيري ، ص ١٧٠. ضمن وقائع ندوة (الإدارة في الإسلام)، رقم الندوة (٣١).

(٢) سلسلة : مدرسة الدعاة ، عبد الله ناصح علوان ، ج ٢ ، ص ٧٥٥ .

للخطاب الدعوي ، وذلك من خلال ما يلي بفضل الله تعالى :

- إن التخطيط يعني - كما سبق - تجنب المسار أن يقع في الأخطاء ، وتلك الأخطاء على عمومها ، فأى أخطاء يُراد تحاشيها وتخطيها ونفاديتها ينبغي التخطيط الأمثل لكيفية عمل ذلك ، ولا أفضل للفاعلية من تحاشي الأخطاء التي تعوق حرارتها وحيوتها ونشاطها ، فإذا تم ذلك انطلقت الفاعلية لتأخذ مسارها ولتحدد طريقها بلا شك .

- إن الخطاب الدعوي الرسمي المؤسسي خارج من تلك المؤسسات والهيئات والتنظيمات الدعوية ، التي تتولى الإشراف على مثل ذلك ، فإذا كان التخطيط منهجا مؤسسيا لها ، فإن جميع ما يُقال في التخطيط عموما يقال فيها أيضا ، ولا ريب في أن من ضمن ما يدخله تخطيط تلك المؤسسات : الخطاب الدعوي ، من حيث : الطرح والقوة والفاعلية .

- علقت بعض الدراسات - بكل وضوح - ضعف الخطاب الدعوي على فشل التخطيط صراحة، حيث إن (الواقع الدعوي يؤكد على أن فقد المنهجية وغياب التخطيط في العمل الدعوي - عند- بعض الدعاة - من أبرز المشكلات التي يعاني منها الخطاب الدعوي المعاصر ، والذي غلب عليه طابع الفوضى والارتجال)^(١).

والسؤال الآن : إذا كان الخطاب الدعوي يعاني من فقدان التخطيط ، وبالتالي أدى إلى ضعفه وغلبة الفوضى عليه ، أليس الطرح لهذا الخطاب وكذا فاعليته أولى بهذا الضياع والتخبط حالة هذا الفقدان؟.

- إذا كان التخطيط في أبرز وظائفه يتعلق بالأهداف وتحقيقها ، فإن ذلك هو عين الفاعلية، حيث (الفاعلية تعني : مدى تحقيق الأهداف)^(٢).

(١) أسباب ضعف فاعلية الخطاب الدعوي ، د / أسامة حمدي ، ص ١٠٨٢ .

(٢) المنظمات العامة ، د / محمد حافظ حجازي ، ص ٢٩ .

- ومن وظائف التخطيط عموماً - والعمل المؤسسي خصوصاً - وحدة الهدف ، وتقليل الجهد ، والتركيز على الشيء المراد بأقل تكلفة وأقل جهد وأعظم تأثير ، فإن هذا كله يعد مقومات حقيقة للفاعلية المنشودة، (فالتخطيط يعمل على تحقيق الجهد ، وعلى منع الخلاف والتعارض والتضاد والتناحر والازدواج ، ومن ثم يتحقق الهدف المنشود)^(١).

وإذا تم منع الخلاف والتناحر والتشاجر والتعارض... الخ ، فلم يبق إلا أصدقاء تلك المصطلحات ، حيث التعاون والتوافق والوفاق ، وكلها بيئة تنبت فيها الفاعلية بكل كفاءة إن شاء الله تعالى .

ثالثاً: الرقابة:

من الأصول الرئيسية والأعمدة القطعية التي يقوم عليها العمل المؤسسي في العصر الحاضر ، وجود رقابة قوية على تلك المؤسسة ، بكل ما ينضوي تحتها : من موظفين وعمال وإنتاج ، وحركة العمل وانتظامه ، وتحديد الوقت ابتداءً وانتهاءً... الخ .

وبغير وجود الرقابة الحازمة والمؤثرة تتهاوى منظومة المؤسسة، حيث انعدام الثواب والعقاب ، واللذان يؤديان إلى القيام بما يجب تجاه تلك المؤسسة .

تُعرف الرقابة في العمل المؤسسي بأنها (التأكد والتحقق من أن تنفيذ الأهداف المطلوب تحقيقها في العملية الإدارية تسير سيراً صحيحاً، حسب الخطة والتنظيم والتوجيه المرسوم لها)^(٢).

ولا شك أن ما هو مذكور في التعريف يعني تفاعلاً على نطاق واسع ، إنه يعني : تفاعلاً من المسئول مع مرءوسيه ، ويعني تفاعلاً في حركة دؤوب تراقب وتوجه وتنظم .

(١) الوظائف الإدارية في الإسلامية ، د / محسن محمد الخضير ، ص ١٧٢ . ضمن وقائع ندوة (الإدارة في الإسلام) ، رقم الندوة (٣١) .

(٢) الإدارة والحكم في الإسلام، أ . د / عبد الرحمن الضحيان، ص ١٢٩ .

إن الرقابة أصل أصيل في العملية المؤسسية ، إذ إن الهدف منها ما يؤكد ذلك ، حيث (تهدف وظيفة الرقابة إلى التأكد من أن الأداء الفعلي يتم وفقا للأهداف والسياسات والخطط التي سبق وضعها ، ومن خلال الهيكل التنظيمي للموضوع ، ومدى خلو الأداء من العيوب ، ومدى انتظام الأفراد)^(١).

ومعنى هذا أنها المتممة لجميع الأصول الإدارية الأخرى: التنظيم ، التخطيط ، التوجيه ، تحقيق الأهداف ، الانسجام مع بيئة العمل ، مخرجات العمل... الخ ، مما يؤكد فاعليتها وحيويتها وأهميتها في آن واحد .

ومما يؤكد تلك الأهمية ، أن الإدارة بجميع أنواعها ومسئولياتها وأنشطتها متوقفة على تلك الرقابة ، فـ (لا تستقيم الإدارة بدون متابعة ولا رقابة)^(٢) ، وهذه أيضا مما يبين أهميتها والقطع بتأثيرها .

هذا ، وإذا كانت الرقابة أصلا في الإدارة العامة والمنظمات والمؤسسات في الفكر الإداري المعاصر ، فهي أعظم وأشمل وأحكم في الفكر الإسلامي ، حيث إن (الرقابة في الإسلام متعددة الجوانب متكاملة الأبعاد ، فهي رقابة علوية من الله سبحانه وتعالى على البشر ، وعلى سائر الأعمال ، ورقابة إدارية من الرئيس على المرءوس ، ومن القائد على أفراد المنظمة ، ومن الراعي على الرعية ، ورقابة شعبية من الأفراد على الرؤساء ، وعلى غيرهم من الأفراد في سلوكهم ، وفي نتائج هذا السلوك .

فالرقابة الإدارية في الإسلام رقابة شاملة ، ومتكاملة ، ومتعمقة ، وتفصيلية)^(٣).

وهذا يعني أن الرقابة في المنظور الإسلامي أعظم من الرقابة في المنظور الإداري في

(١) المنظمات العامة، د / محمد حافظ حجازي، ص ٢٢ .

(٢) الفكر الإداري في الإسلام، د: محسن أحمد الخضيرى، ص ١٩١ . بحث تابع لندوة (الإدارة في الإسلام)،

رقم الندوة (٣١).

(٣) نفس المرجع، نفس الصفحة.

الفكر المؤسسي المعاصر ؛ لكونها: - أوضح تعلقا بالله تعالى. - أشمل إحاطة. - أوسع فروعاً. - أعظم أثراً. - أعمق تأثيراً ؛ لتعلقها بالله تعالى.

إن الرقابة في الفكر الإسلامي أصبحت علماً مستقلاً قائماً بذاته، يُدرّس ويعمل به.

هذا، وإذا كانت الرقابة في الفكر الإسلامي بهذا الشمول والاتساع والأثر والمكانة والأهمية، فإن ما ينطبق عليها ينطبق على الدعوة بلا ريب ، إذ إن الدعوة تدرج تحت الإسلام عموماً ، بل هي هو إذا تم قصدها ديناً .

ولا يمكن ادعاء الفصل بين الإسلام ككل، والدعوة إليه، فكلاهما صنوان لا يفترقان أبداً .

والحق يقال: أنه ليس من بين المصادر والمراجع التي بين يدي الباحث ما هو مرتبط بالرقابة في العمل الدعوي ، لكن يكفي - إن شاء الله تعالى - باندرج الرقابة الدعوية تحت الرقابة الإدارية الإسلامية .

- موقع الفاعلية في الطرح الدعوي من قضية الرقابة :

لا يختلف عاقلان أن دخول الرقابة الصحيحة في أي عمل له من الآثار الجليلة والمحمودة ما يمكن به تقرير فاعلية هذا الطرح للخطاب الدعوي ، إذ يمكن توضيح ذلك من خلال:

- أن الرقابة تعني : المراجعة وتصحيح الخطأ وتقويم المعوج ، وإذا حدث ذلك فلن يبقى إلا الصحيح إن شاء الله تعالى، وليست ثمة فاعلية إلا إذا وُجد ما تقوم عليه من هذا الصحيح .

- والرقابة أيضاً تؤدي إلى تحسين العمل وجودته بكل أبعاد هذا التحسين والجودة ومقوماتهما ، وهذا يؤدي إلى الفاعلية بإذن الله تعالى ، فجودة الخطاب وتحسينه حالة الطرح تؤدي إلى تلك الفاعلية .

- إن الرقابة تشمل جميع الأصول الإدارية، من: تخطيط، وتنظيم، وتوجيه... الخ، وإذا كانت تلك الأمور مما تعمل على تفعيل وفاعلية الطرح الدعوي، فإن ما يشملها جميعا (وهي الرقابة) مما يؤكد تلك الفاعلية بفضل الله تعالى.
- إن الرقابة إذا تم انتهاج سياستها، وتفعيل مضمونها على الدعاة في مواقعهم، وحالة الطرح للمضمون الدعوي المحمول عبر الخطاب الدعوي، فسيؤدي هذا إلى تضمين هذا الخطاب - بناء على ما سبق - أجود وأحسن ما يمكن تقديمه للمدعو، وهنا تظهر الفاعلية الحقيقية؛ حيث التفاعل الحقيقي - وربما غير المقصود ولا المتعمد - من هؤلاء المدعويين.

الختامة

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين ، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ، أما بعد..

رغم تلك الدراسات المتعددة التي كُتبت وسُطرت في مجال العمل المؤسسي ، في كثير مما يتعلق به: من ماهيته، ووظائفه، وضوابطه، وأصوله، وإدارته، وقياداته، وثقافته المؤسسية... الخ ، إلا أن الكتابة في هذا الموضوع (العمل المؤسسي) في ارتباطه بالمجال الدعوي عموماً، والخطاب الحامل لهذه الدعوة على وجه الخصوص، لا يزال بكراً أو ثقلاً الكتابة فيه بشكل ملحوظ، مما يستدعي ضرورة قيام دراسات منهجية دعوية تبحث في المجال المؤسسي، في كل ما يتعلق به، وأثر ذلك على الدعوة بكل ما يتعلق بها أيضاً.

إن العصر الحديث - وما استتبعه من قيام تقنيات وتكنولوجيا ووسائل تواصل وعناصر اتصال متنوعة -، جعل من العمل المؤسسي ضرورة عملية حياتية وظيفية، وحتى تقوم تلك الضرورة المؤسسية على قواعد منهجية، وأصول إدارية صحيحة، فلا بد من إجراء ذلك كله وفق تلك المناهج والأصول، ثم ربطها بالعمل الدعوي؛ حتى تقوم تلك المؤسسات الدعوية على تلك الأصول والمناهج من جانب، ويتم الاستفادة منها دعويًا من جانب آخر.

وتلك الدراسة الماثلة الآن لا يزعم الباحث أنه بلغ فيها المنتهى أو وصل فيها إلى التمام، أو أنه استقصى فيها كل ما يتعلق بالعمل المؤسسي في ارتباطه بالمجال الدعوي، فهذا أمر يصعب حصره ويستعصي - على تلك الورقات - استقصاءه وجمعه، لكنها دراسة جمعت شذراً من متفرقات مؤسسية، وأخرى دعوية، أراد صاحبها جمعاً بين الأمرين، واستفادة من ذينك العَلَمين، حتى تخرج دراسة جديدة تفتح الأبصار وتوجه العقول حول ضرورة البحث في هذين المجالين المهمين.

إنها خطوة بحثية تطرقت بشكل سريع إلى أهمية العمل المؤسسي عموماً، وكذا

العمل المؤسسي الدعوي على وجه الخصوص، وما يمكن أن يؤثر العمل المؤسسي في اختيار الحاملين للخطاب الدعوي، وأثر ذلك على فاعلية الخطاب الدعوي، حيث الاختيار والتأهيل والتدريب، وكلها أمور منهجية لا بد منها في هذا الاختيار لمن يتصدى لتلك المهمة.

ولم تغفل تلك الدراسة عن أثر هذا العمل المؤسسي في مرحلة تكوين الدعاة، حيث القدرة على الابتكار، وصحة الاتصال بين أعضاء المؤسسة، وأثر ذلك على فاعلية الخطاب الدعوي أيضا.

وأخيرا تطرقت الدراسة إلى أثر العمل المؤسسي وكذا الثقافة المؤسسية على كل من : طرح الخطاب الدعوي وفاعليته حالة ذلك الطرح، وما يمكن أن يقدمه هذا العمل وتلك الثقافة المؤسسية على تعزيز وقوة فاعلية الطرح للخطاب الدعوي.

أسأل الله العظيم رب العرش العظيم أن تكون الرسالة قد وضحت، والمقصد قد تمّ، والعمل قد قُبِلَ من الله العلي، والله وحده المستعان وعليه التكلان، والحمد لله رب العالمين.

النتائج

بعد تلك الدراسة - بفضل الله تعالى وحده - والتي جمعت طرفا من العمل المؤسسي مرتبطين بالمجال الدعوي ، يمكن استخلاص أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسة ، من خلال ما يلي:

١ - اتضح مما سبق أن تكامل العلوم في ما بينها أمر ضروري منهجي؛ حتى يمكن الاستفادة منها بشكل أكبر، وأعمق أثرا، وأوضح منهجا، ولا ريب في أن دراسة علم واحد منفصل، ليس لها ما لدراسته متصلا بعلوم أخرى ، وهو ما اتضح جليا في هذه الدراسة بفضل الله تعالى.

٢ - أثبتت الدراسة - بما لا يدع مجالا للشك - أنه كما للخطاب الدعوي فاعلية منشودة ، تؤثر في طرحه، ومتلقيه... الخ ، فكذا للعمل المؤسسي فاعلية هو الآخر، تتمثل في صور مؤسسية كثيرة، حيث الإدارة الفاعلة، والتخطيط الفعال، والقائد المؤثر، والتوجيه المثمر، والتنظيم المنتج... الخ ، فكيف لو اجتمعت الفاعليتان في صورة عمل واحد؟ وهنا أيضا اتحاد في هذين المجالين، يستدعي الاهتمام به بشكل أكثر.

٣ - توصلت الدراسة بشكل شبه قطعي، أن العمل القائم على المؤسسي، مقارنة بالفردية التي قد يجدها البعض - أكثر فاعلية، وأعمق تأثيرا، وأوسع امتدادا، وأرجى قبولا، وأكثر تعاونا، وأشمل صورة، وأفضل تخطيطا، وأجمع منهجا؛ إذ الرقابة، والإدارة، والمسئولية... الخ، مما يدفع بالعمل المؤسسي إلى تحقيق تلك الأمور بشكل أكثر بكثير من العمل الفردي. وليس هذا إطلاقا تقليلا للجهود الفردية؛ إذ هي العامل الرئيسي في قيام العمل الجماعي المؤسسي، لكن الأمر يُنظر إليه من عدة زوايا أخرى، حيث: الأثر، والتأثير، والفاعلية، والحيوية، والتكامل، والتعاون... الخ.

٤ - يظهر من خلال الدراسة أيضا فاعلية وأثر وتأثير الإدارة الناجحة، بكل مقوماتها وأعضائها ومسئولياتها؛ إذ عن طريقها يتم: التوجيه، والرقابة، والتخطيط، والتنظيم، وتلك أصول وظيفية رئيسية في العمل المؤسسي في أي مؤسسة كانت، فكيف لو اجتمعت تلك الإدارة الناجحة في مؤسساتنا الدعوية المرموقة؟.

٥ - لقد اتضح من تلك الدراسة أيضا أن الخطاب الدعوي لا بد أن يشتمل على فاعلية فاعلة مؤثرة، ذات حيوية وتأثير قوي، في كل ما يتعلق به: حاملوه، طرحه، مضمونه، دلالاته، رؤاه، تصوراته، مراعاته للمدعو، تكيّفه مع الواقع بكل أنواعه، ثم ضرورة تضمين ذلك كله العمل المؤسسي، لا سيّما تلك المؤسسات الدعوية.

٦ - لقد تقرر مما سبق، أن الخطاب الدعوي قد يحمل فاعلية ذاتية، من حيث حمله للمضمون من القرآن والسنة؛ إذ إن القرآن والسنة مفعمان وممتنان بالفاعلية الحقيقية، لكن الأمر قد يتوقف على أمور خارجية عن هذا الخطاب، قد تتوقف عليها فاعلية أخرى، حيث حاملو الخطاب، حالة الطرح... الخ، وهو ما يستدعي ضرورة الجمع بين الأمرين، حتى تكون الفاعلية المؤثرة بإذن الله تعالى.

التوصيات

- ١ - ينبغي اهتمام القائمين على المؤسسات المختلفة ، بالدراسات المتنوعة ، تلك التي تخدم الجانب المؤسسي عموماً، والبحث في تطويره وقوته ومدى تأثيره، فالعمل المؤسسي والمؤسسية أصبحت نقطة الانطلاق والتقدم في العصر الحاضر.
- ٢ - إن المؤسسات والوزارات والهيئات الدعوية في واقعنا المعاصر ، ينبغي أن تولي اهتماماً بالغاً في مدى الانطلاق الدعوي من العمل المؤسسي، ومدى تأثير كل من الطرفين على الآخر، وإلى أي حد وصلت تلك العلاقة ، وكيفية استثمار ذلك في نشر وامتداد واتساع العمل الدعوي في ربوع الأرض ، إن شاء الله تعالى.
- ٣ - وما ينبغي الاهتمام به أيضاً: التخطيط واسع المدى (الاستراتيجي) للنهوض بالمؤسسات الدعوية ، ومدى التوصيف الصحيح لها ، ومدى الاستفادة من معطيات هذا التوصيف وذلك التخطيط ، بما يضمن سلامة الخطط ، وتأثير التنظيم ، وفاعلية الرقابة ، في تلك المؤسسات .
- ٤ - ومما ينبغي كذلك: البحث المنهجي التأسيلي لكل ما يتعلق بالخطاب الدعوي، من حيث جوانبه المتعددة ، كالارتقاء بالطرح للخطاب الدعوي ، ومدى مواكبة الفاعلية للخطاب حالة هذا الطرح ، والبحث في العوامل المؤدية إلى تعزيز وقوة هذا الطرح ، بما يضمن فاعليته وقوته وتأثيره على المتلقين له .
- ٥ - وأخيراً ... ينبغي دخول نظم الجودة العالمية في المؤسسات الدعوية ، والانطلاق من خلالها إلى نشر وتمكين وتعزيز وقوة الخطاب الدعوي في كل ما يتعلق به ، وتزليل وتطبيق كل تلك النظم على تلك الدعوة المباركة الميمونة ، بما يضمن فاعليتها وتأثيرها بإذن الله تعالى .

المصادر والمراجع .

أولاً: القرآن الكريم، كتاب رب العالمين.

ثانياً: كتب الأحاديث النبوية الشريفة:

- ١ - الصحيح الجامع . محمد بن إسماعيل البخاري . دار طوق النجاة ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م . الطبعة الأولى .
- ثالثاً : كتب اللغة والمعاجم :
- ٢ - تاج العروس من جواهر القاموس . محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني . أبو الفيض الملقب بمرتضى الزبيدي . دار الهداية . بدون تاريخ .
- ٣ - الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية . أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي . تحقيق : أحمد عبد الغفور عطار . دار العلم للملايين . بيروت . ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م . الطبعة الرابعة .
- ٤ - الكليات معجم في المصطلحات والفروق اللغوية . أيوب بن موسى الحسيني القريني الكفوي أبو البقاء الحنفي الكفوي . تحقيق : محمد المصري - عدنان درويش . مؤسسة الرسالة . بيروت . بدون تاريخ ولا رقم طبع .
- ٥ - المحكم والحيط الأعظم . أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي . دار الكتب العلمية . بيروت ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م . الطبعة الأولى .
- ٦ - معجم اللغة العربية المعاصرة . د / أحمد مختار عبد الحميد عمر وآخرون . مطبوعات عالم الكتب . ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م . الطبعة الأولى .
- ٧ - معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية . أ . د / أحمد زكي بدوي . مكتبة لبنان . بيروت . بدون تاريخ ولا رقم طبع .
- ٨ - معجم مقاييس اللغة . أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي أبو الحسين . تحقيق : عبد السلام محمد هارون . دار الفكر ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م .

٩ - المعجم الوسيط . مجموعة مؤلفين . دار الدعوة . الإسكندرية . بدون تاريخ ولا رقم طبع.

رابعاً: كتب الدعوة الإسلامية :

١٠ - الدعوة الإسلامية دعوة عالمية . د / محمد الراوي . مكتبة العبيكان . السعودية . الطبعة الأولى .

١١ - في البناء الدعوي . أحمد عبد الرحمن الصويان . مطبوعات مجلة البيان . الرياض . ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م . الطبعة الأولى .

١٢ - المدخل إلى علم الدعوة . أ . د / محمد أبو الفتح البيانوني . مؤسسة الرسالة . بيروت . ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م . الطبعة الثالثة .

١٣ - مدرسة الدعاة - فصول هادفة في فقه الدعوة والداعية . العلامة عبد الله ناصح علوان . دار السلام . القاهرة ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م . الطبعة الثانية .

١٤ - مع الله - دراسات في الدعوة والداعية ، الشيخ محمد الغزالي . مكتبة هضنة مصر . القاهرة . ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٥م . الطبعة السادسة .

١٥ - مقرر مناهج الدعوة الإسلامية للفرقة الرابعة بكليات أصول الدين والشعب المناظرة بجامعة الأزهر الشريف . أ . د / عبد الباسط السيد مرسى . بدون بيانات .

١٦ - مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي . د / عبد الكريم بكار . دار القلم . دمشق . ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٢م . الطبعة الثانية .

١٧ - نظم ضمان الجودة في العمل الدعوي (الإطار المفاهيمي - المنطلقات - المرتكزات) . د / عثمان القميحي . مطبوعات المجموعة العربية للتدريب والنشر . القاهرة . ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م . الطبعة الأولى . والكتاب ضمن سلسلة الهيئة العالمية لضمان جودة الدعوة وتقييم الأداء .

خامساً: كتب التراجم:

١٨ - إتمام الأعلام. د : نزار أباظة . محمد رياض المالح . دار صادر . بيروت ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م .

١٩ - الأعلام . خير الدين الزركلي . دار العلم للملايين . ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٢ م .
الطبعة الخامسة عشر .

سادساً : الكتب العامة :

٢٠ - أبحاث البحث في العلوم الشرعية - محاولة في التأصيل المنهجي . د / فريد الأنصاري . مطبعة النجاح الجديدة . الدار البيضاء . ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م .
الطبعة الأولى .

٢١ - الاتصال والعلاقات العامة . ربحي مصطفى عليان . دار صفاء للنشر والتوزيع . عمان . ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م .
الطبعة الأولى .

٢٢ - الإدارة في الإسلام. الندوة التي نظمها المعهد الإسلامي للبحوث والتنمية والتابع للبنك الإسلامي للتنمية بجدة. بالتعاون مع جامعة الأزهر. في الفترة من ٢٦ - ٣٠ صفر ١٤١١ هـ = ١٥ - ١٩ سبتمبر ١٩٩٠. وقائع ندوة رقم (٣١).
مطبوعات المعهد الإسلامي للبحوث والتنمية. جدة ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م .
الطبعة الأولى .

٢٣ - إدارة المؤسسات الاجتماعية . راغب أحمد الخطيب . مطبوعات مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع . عمّان ١٤٣٣ هـ - ٢٠١٢ م .
الطبعة الأولى .

٢٤ - الإدارة المعاصرة بين النظرية والتطبيق . د / هشام ناصر . مطبوعات دار أسامة للنشر والتوزيع . عمان ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م .
بدون رقم طبع .

٢٥ - الإدارة والحكم في الإسلام - الفكر والتطبيق. د / عبد الرحمن بن إبراهيم الضحيان . بدون دار طبع . المملكة العربية السعودية ١٤١١ هـ - ١٩٩١ م

. الطبعة الثالثة .

٢٦ - دليل الجذب والحفاظ على الموظفين . مجموعة مؤلفين . مطبوعات الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية . الإمارات العربية المتحدة ١٤٣٨ هـ - ٢٠١٧ م .
الطبعة الأولى .

٢٧ - دليل التدريب القيادي . د / هشام الطالب . مطبوعات المعهد العالمي للفكر الإسلامي . فرجينيا (الولايات المتحدة الأمريكية) . ١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م .
الطبعة الثانية .

٢٨ - دورة المؤسسية في المنظمات (الحكومية - الأهلية - الخاصة) . د / محمد العدلوني . ورقية بحشية متعلقة بدورة تدريبية . بدون بيانات .

٢٩ - شرارة الإبداع . د / علي حمادي . دار ابن حزم . بيروت . ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م .
الطبعة الأولى .

٣٠ - علم نفس الدعوة . أ . د / محمد زين عبد الهادي . مطبوعات الدار المصرية اللبنانية . القاهرة ١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م .
الطبعة الأولى .

٣١ - العمل الجماعي . د / إبراهيم الفقي . مطبوعات دار أجيال . القاهرة . ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م .
الطبعة الأولى .

٣٢ - العمل الجماعي من أجل الابتكار . إيمي سي إدموندسون . ترجمة : سارة عادل . مراجعة : مصطفى محمد فؤاد ، مؤسسة هنداوي . المملكة المتحدة . ١٤٣٧ هـ - ٢٠١٦ م .

٣٣ - المنظمات العامة . محمد حافظ حجازي . بدون بيانات .

٣٤ - المؤسسية والمؤسسات في الحضارة الإسلامية . أ . د / محمد عمارة . دار السلام . مصر . بدون تاريخ ولا رقم طبع .

سابعاً: الرسائل و المجالات و الحوليات و المؤتمرات :

٣٥ - الإبداع المؤسسي وتنمية المورد البشري في المنظمات غير الحكومية . د / أسماء رويشد . بحث مقدم للمؤتمر الدولي بجامعة سعد دحلب - البليدة . كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير . الأردن - في الفترة من ١٨ - ١٩ مايو ٢٠١١م .

٣٦ - إدارة المؤسسات الدعوية - محاولة لصياغة نظرية إسلامية في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة . بدر الدين مصطفى زواقة . رسالة دكتوراه . جامعة العقيد الحاج لخضر - كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية - قسم أصول الدين . فرع الدعوة والإعلام - الجزائر . ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م .

٣٧ - أسباب ضعف فاعلية الخطاب الدعوي . د / أسامة حمدي سعد . حولية كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية بطنطا . العدد (٨) . ١٤٣٧هـ - ١٩١٦م .

٣٨ - أسباب نجاح الدعوة الإسلامية في العهد النبوي . د / عبد الله بن محمد الموسى . رسالة ماجستير . جامعة الإمام محمد بن سعود . المعهد العالي للدعوة الإسلامية . المملكة العربية السعودية . ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م .

٣٩ - بين تغييرين . محمد عبد الله الدويش . مقال بمجلة البيان . العدد (١٨٢) .

٤٠ - تنظيم العمل الإداري في النظام الإسلامي . أ.د / محمد الرضا عبد الرحمن الأغبش . مجلة كلية الشريعة وأصول الدين بالجنوب - أهما - . جامعة الإمام محمد بن سعود - السعودية . العدد (٣) . ١٤٠٣هـ = ١٩٨٣م .

٤١ - دور الثقافة التنظيمية في تعزيز السلوك الإبداعي : دراسة حالة لكلية العلوم الإدارية في جامعة الكويت . أ . د / محمد قاسم أحمد القريوتي وآخرون . مجلة العلوم الاجتماعية . جامعة الكويت . المجلد (٤٥) . العدد (٤) . ٢٠١٧م .

٤٢ - ضعف المؤسسات الدينية والعلائق بين التطرف والإرهاب . د/ رضوان بن نايف السيد . بحث مقدم للمؤتمر العالمي (مكافحة الإرهاب) . الذي نظمته رابطة العالم الإسلامي في الفترة من ٣ - ٦ جمادى الأولى ١٤٣٦ هـ = ٢٢ - ٢٥ فبراير ٢٠١٥ م .

٤٣ - العمل المؤسسي - معناه ومقومات نجاحه . عبد الحكيم بن محمد بلال . مجلة البيان . العدد (١٤٣) .

٤٤ - فاعلية الخطاب الدعوي: دراسة موضوعية في ضوء سورة القصص . أ . د / عبدالحق غانم سيف سالم القريضي . مجلة العلوم الإسلامية الدولية . جامعة المدينة العالمية . المجلد السادس . العدد الخاص . يناير ٢٠٢٢ م .

٤٥ - كلمة وكليمة . مصطفى صادق الرافعي . مجلة الرسالة . العدد (٩٤) . محرم ١٣٥٤ هـ - ١٩٣٤ م .

فهرس الموضوعات

٦٢٣ المقدمة
٦٢٤ أسباب اختيار الموضوع :
٦٢٥ أهمية الدراسة:
٦٢٦ الهدف من البحث :
٦٢٦ منهجي في البحث :
٦٢٧ تقسيم الدراسة :
٦٢٩ أولاً : بيان مفردات عنوان البحث:
٦٤٠ ثانياً : أهمية العمل المؤسسي على وجه العموم :
٦٤٦ المبحث الأول: تميّز العمل المؤسسي في اختيار الدعاة وإعدادهم، وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي.
٦٤٨ المطلب الأول: تميّز العمل المؤسسي في مرحلة اختيار الدعاة وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي.
٦٤٨ أولاً: مرحلة اختيار المواهب:
٦٥١ ثانياً: مرحلة التأهيل.
٦٥٣ ثالثاً: مرحلة التدريب :
٦٥٧ المطلب الثاني: تميّز العمل المؤسسي في مرحلة تكوين الدعاة وأثر ذلك في فاعلية الخطاب الدعوي .
٦٥٨ أولاً: تنمية مهارات الاتصال والتواصل داخل المؤسسة:
٦٦١ ثانياً : التوجيه داخل المؤسسة:
٦٦٣ ثالثاً : القدرة على الابتكار والإبداع داخل المؤسسة :
٦٦٧ المبحث الثاني: أثر كيان العمل المؤسسي في فاعلية الخطاب الدعوي.
٦٦٩ المطلب الأول: أثر العمل المؤسسي في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي.

- أولاً : قيام الطرح الدعوي على التجربة المتكررة والخبرة الفائقة المنطلقة من المؤسسية . ٦٦٩
- ثانياً : تفاعلية الخطاب الدعوي - حالة طرحه - مع المعطيات الحضارية والتقنية والاتصالية كخطوة للفاعلية المنشودة: ٦٧٢
- ثالثاً : قيام الخطاب الدعوي في طرحه على المراجعة المستمرة : ٦٧٥
- المطلب الثاني: أثر الثقافة الوظيفية المؤسسية في تعزيز وقوة فاعلية الخطاب الدعوي ٦٧٨
- أولاً : التنظيم : ٦٨٠
- ثانياً: التخطيط : ٦٨٣
- ثالثاً: الرقابة: ٦٨٧
- الخاتمة ٦٩١
- النتائج ٦٩٣
- التوصيات ٦٩٥
- المصادر والمراجع ٦٩٦
- فهرس الموضوعات ٧٠٢