



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
المعهد العالي للدعوة والاحتساب
قسم الدعوة

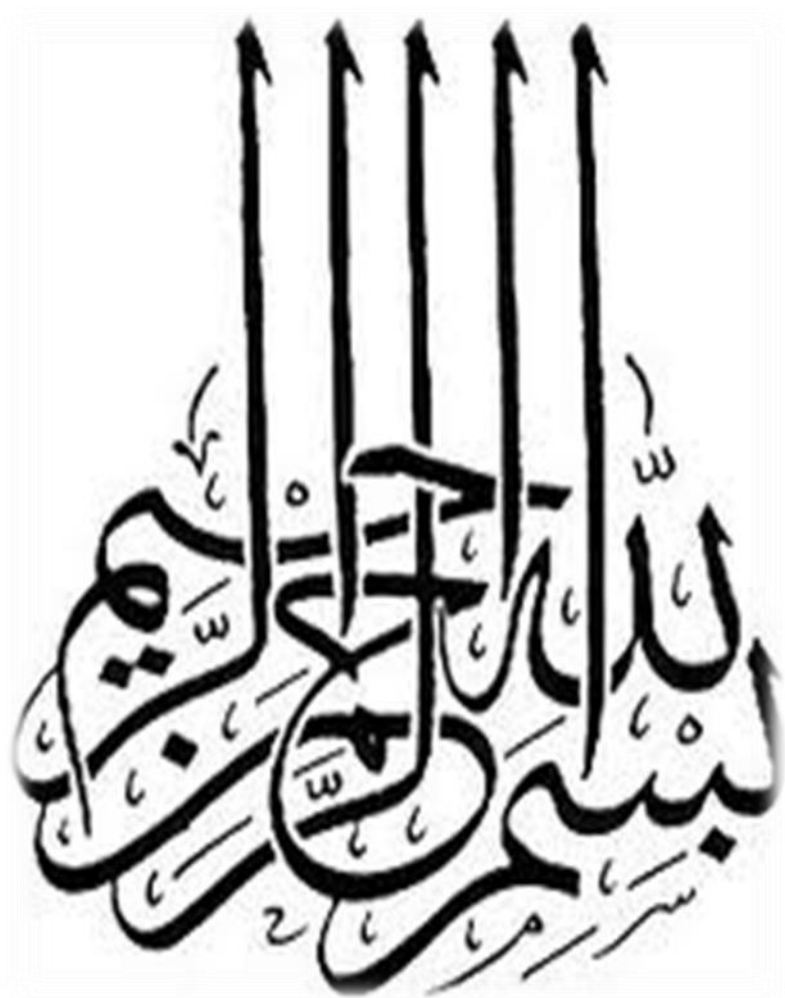
الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية دراسة تقويمية استشرافية

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه
في قسم الدعوة

إعداد الطالبة
نداء بنت سالم بن عبدالعزيز السويلم

إشراف
أ.د. الجوهرة بنت محمد بن عبد الله العمراني
الأستاذ في قسم الدعوة

العام الجامعي
١٤٣٦ - ١٤٣٧ هـ



الأمام

إلى

والديّ؛ أمّي وأبي حفظهما الله

وأبنائي وبناتي رعاهم الله

وإخوتي وأحبابي في الله

ويشرفني أن أقدمها

لمقام خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود حفظه الله

خدمة لهذا الوطن الذي قام على التوحيد والدعوة إليه

وكل مسؤول يحمل همّ الاستشارة الدعوية وخدمتها

وتأهيل الدعاة لها.

الباحثة

شكر وتقدير

أشكر الله عز وجل أولاً وآخراً؛ فهو صاحب الفضل والمنّة، والجود والإحسان، الكريم الرحمن، ذي الطول والإنعام، ثم أتوجه بالشكر بعد الله تعالى إلى كل من بذل جهداً، أو قدم مشورة، أو دعا في ظهر الغيب لإتمام العمل وإتقانه، وأخص بذلك والديّ الكريمين حفظهما الله، فقد كان فضلهما عليّ عظيماً في كل خطوات الدراسة، فאלله أسأل أن يثقل بها موازين حسناتهما، وأن يرزقني بفضله برهما، والإحسان إليهما، والشكر موصول لأبنائي وبناتي الذين تحملوا انشغالي عنهم لإتمام هذه الرسالة، ولا أنسى الإخوة، والأخوات، وأفراد أسرتي الأوفياء، وأخواتي في الله من الصاحبات الفاضلات، فجزاهم الله عني خير الجزاء.

ثم أتوجه بخالص شكري وتقديري لأستاذتي الفاضلة: الدكتورة الجوهرة بنت محمد عبد الله العمراني، أستاذ الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المشرفة على إعداد هذه الرسالة؛ لتكرمها بالإشراف عليها، ولما أكرمتني به من توجيهات سديدة، وإرشادات قيمة، فالله أسأل أن يسدها، وينفع بها، ويرفع قدرها في الدارين، ويجعل ذلك في موازين حسناتها، ويمد لها في عمرها ويبارك لها فيه.

وأشكر عضوي لجنة المناقشة: الدكتور عبدالله بن إبراهيم اللحيدان؛ أستاذ الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، والدكتورة حصة بنت عبد الكريم الزيد؛ أستاذ الدعوة والاحتساب، بقسم الدراسات الإسلامية، بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن على تفضلهما بقبول مناقشة هذه الرسالة، وتحملهما مشقة قراءتها، أسأل الله أن ينفع بتوجيهاتهما.

كما أتقدم بالشكر لجهة عملي، ولجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؛ ممثلة بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، على إتاحة الفرصة لي لمواصلة الدراسة، والشكر موصول لعميد المعهد، ووكلائه، ورئيس القسم، وجميع أعضاء هيئة التدريس بالقسم، لما يبذلونه في سبيل خدمة العلم وأهله، والدعوة والدعاة.

وأختم بشكر معلمتي في المرحلة المتوسطة: الأستاذة الفاضلة "هدى بنت علي
السليماني"، التي كان لها الفضل بعد الله تعالى في توجيهي للاهتمام بجانب الدعوة إلى الله
وَعَلَّكَ، أثابها المولى، ورفع قدرها في الدارين.

وأسال الله التوفيق والسداد في القول والعمل، والصلاة والسلام على نبينا مُحَمَّد، وعلى آله
وصحبه وتابعيه بإحسان إلى يوم الدين.



ملخص الدراسة

هدفت دراسة "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" إلى: التعرف على محددات العمل الاستشاري الدعوي، والاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، إلى جانب تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوثائقي، والمنهج المسحي التقويمي، وأسلوب دلفي؛ وذلك باستخدام أداة المقابلة الهاتفية، لاستقصاء رأي كل من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع تجاه الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردية؛ باختيار عينة عمدية من الخبراء، بواقع (٦٥) خبيراً، وعينة عشوائية من مسؤولي المكاتب التعاونية في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية، بواقع (٦٠) مسؤولاً، وعينة عمدية من أفراد المجتمع بواقع (٢٠٤) أفراد.

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

أولاً: تحديد مفهوم العمل الاستشاري الدعوي باعتبار أركان الدعوة يُسهم في إجابة توصيفه، ومن ثم منع تداخله مع مجالات استشارية أخرى يشترك معها في بعض المهام، مثل الاستشارات: (الشرعية، الاجتماعية، التربوية، النفسية، ...).

ثانياً: أولوية التركيز في الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي على: (التخطيط للعمل الدعوي، بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها)، وعلى المستوى الفردي يُعنى بـ: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، التخطيط للعمل الدعوي، تقويم العمل الدعوي).

ثالثاً: التوصل إلى تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية وفق رؤية ورسالة وأهداف؛ متضمناً عرض إجراءات التنفيذ على المدى القريب والمتوسط والبعيد، والصعوبات المحتملة وسبل التغلب عليها؛ وقد تم الاتفاق عليه من قبل مجموعة من الخبراء

في المجال الاستشاري والدعوي؛ وذلك سعياً لتيسير تطبيقه فور اعتماده من قبل الجهات المعنية بإذن الله تعالى وتوفيقه.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها: أهمية الأخذ بمخرجات التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية عند إقامة المشروع؛ كونها حصيلة جهد مجموعة من الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي؛ وهو ما يضيف نوعاً من المصداقية على الآراء المقدمة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي، إلى جانب بناء شراكات وتبادل خبرات مع جهات أمنية وتعليمية ومجتمعية، لتقديم استشارات دعوية نوعية من قبل المتخصصين البارزين في هذا المجال، وفي المقابل إسهام تلك الجهات في تأهيل المستشارين الدعويين المستجدين؛ بتزويدهم بمهارات نوعية في مجال تخصصاتهم التي من شأنها تطوير قدراتهم الاستشارية.



summary of study

the study of " guiding consultants in the kingdom of Saudi Arabia" aimed to : recognizing the determinants of the guiding consulting work , and real requirements of guiding consults in the kingdom of Saudi Arabia , in addition to presenting an imagination of guiding consults suggestion in the kingdom of Saudi Arabia .

for achieving this objective, we used the documentary methodologies, assessing surveying methodology and Delfi system, by using the call interview tool, for questionnaire point of view of all experts and academics in the field of guiding to allah, the persons in charge of the guidance cooperative offices and awareness of the people , and society members towards the actual needs of the guidance consults at the level of individual and establishment , by selecting a sample of the expertise , about (65) expertise, and a random sample of cooperative office responsible over different regions of the kingdom of Saudi Arabia, (60) responsible, and a sample of society's members of (204) members.

the study extracted some results as the following :

first: determining the concept of the consult guiding work with consideration of that the corner of the guidance participating in this work, accordingly prevent the intervention with other consulting fields jointing with in some tasks, such as: (legitimate, social, educational and psychological) consults.

second: the priority of concentration on guidance's consults at the level of the establishment on: (guidance's work's consults, searching for problems facing the organized guidance's work and methods of solution, recognizing the concept of the guidance's work and its objectives and tasks, and recognizing the limitations of guidance's work and its systems and laws), and at the level of individual , interested in (searching for the causes and reasons of the problems facing the individual and ways of solution and planning for the guidance's work and assessing the guidance working).

third: setting an imagination for the guidance's consults in the kingdom of Saudi Arabia according to the vision and message and objectives, including showing the long, medium and short term executing procedures, and the potential difficulties and ways of solutions, which were agreed on by a group of expertise in the field of guidance and consultants, seeking for facilitate the applying by the related authorities.

the study obtained number of recommendations including: the importance taking into consideration the outcomes of the imagination suggested for the guidance consults in the kingdom of Saudi Arabia when setting the project considered as an effort of a group of expertise of consults and guidance's field, and this enable the previous opinions the distinguished with the sincerity for supporting consults' and guidance's work in addition to building partnerships and exchanging experts with the security, educational and social authorities, for presenting guidance relative consults by brilliant specialists and on the other side participation of these authorities for qualifying guidance new consultants by providing relative skills in the field of their specialization supporting the their consults' abilities.



مُقَدِّمَةٌ

إِنِ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ، وَنُسْتَعِينُهُ، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ، فَلَا مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يُضِلِّهِ، فَلَا هَادِيَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ.

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ﴾^(١)
 ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ، وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾^(٢)
 ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا﴾^(٣).

والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، نبينا محمد عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم، وعلى آله وأصحابه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين.
 أما بعد^(٤):

فتُعد الشورى من المبادئ الأساسية التي أرساها الإسلام وأكد عليها؛ حيث أوجبها الله تعالى على المسلمين في جميع شؤونهم؛ فهي من عزائم الأحكام ومفاخر الإسلام، الذي يُربي أتباعه على المناقشة والحوار، وتبادل الآراء حول القضايا الخاصة والعامة؛ قال تعالى:

(١) (سورة آل عمران، الآية: ١٠٢).

(٢) (سورة النساء، الآية: ١).

(٣) (سورة الأحزاب، الآيتان: ٧٠-٧١).

(٤) خطبة الحاجة، أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الجمعة، باب تخفيف الصلاة والخطبة، ص ٨١٣، رقم الحديث (٨٦٨)، وأخرجه النسائي في سننه، كتاب الجمعة، باب كيفية الخطبة، ص ٢١٨٠، رقم الحديث (١٤٠٥)، صحيحه الألباني (صحيح وضعيف سنن النسائي، ج ٣، ص ٣٠٨، مُجَدِّد ناصر الدين الألباني، ط [د.ر.ت.])، مركز نور الإسلام لأبحاث القرآن والسنة، الإسكندرية. (انظر: موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، بإشراف ومراجعة صالح بن عبدالعزيز آل الشيخ، ط [الرابعة، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، دار السلام، الرياض]).

﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾^(١)، وقال تعالى: ﴿وَأْمُرْهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ﴾^(٢). وتعد الشورى سمة من سمات المجتمع المسلم، وصفة من صفاته اللازمة، التي ينبغي أن يتمسك بها المسلمون أفراداً وجماعات، ودولاً ومؤسسات، امتثالاً لأمر الله تبارك وتعالى، واقتداء بسنة الرسول ﷺ، وسيراً على نهج أصحابه رضوان الله عليهم^(٣).

ولقد اعتنت حكومة المملكة العربية السعودية بتفعيل هذا المبدأ الشرعي في مختلف المجالات؛ إدراكاً منها لأهمية الشورى في تطبيق مقاصد الشريعة الإسلامية، وتحقيق العدالة الاجتماعية، ومراعاة المصلحة العامة ومتطلبات التنمية؛ فأنشأت مجلس الشورى منذ توحيد البلاد على يد مؤسسها الملك عبدالعزيز بن عبدالرحمن آل سعود ﷺ للإسهام في سن الأنظمة، وإبداء الرأي في السياسات العامة للدولة، ويمارس المجلس سلطته الرقابية في حدود مهامه؛ من خلال: طلب الوثائق والبيانات، واقتراح الأنظمة وتعديلها وتفسيرها، ومناقشة المسؤولين الحكوميين واللجان المختصة^(٤).

كما فتحت المجال للأفراد والمؤسسات للمشاركة في تقديم الخدمات الاستشارية في مختلف الجوانب: (الاجتماعية، والتربوية، والأسرية، والنفسية، والزوجية، والإدارية، والقانونية، والشرعية، والعمرانية، والاقتصادية، والمالية، والزراعية،...)، وذلك وفق ضوابط وأنظمة واضحة، من خلال متابعة وزارة العمل والتنمية الاجتماعية، التي وضعت إدارتها القانونية قواعد تنفيذية لللائحة التنظيمية لمراكز الإرشاد الأسري الأهلية، ضببت فيه عمل تلك المراكز المنحصر في تقديم: خدمات التوعية والإرشاد والتثقيف الأسري والاجتماعي، والمساندة النفسية والاجتماعية لكلا الجنسين، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة بالأسرة والتربط بين أفرادها، سواء كان عبر المقابلة، أم الهاتف، أم الإنترنت

(١) (سورة آل عمران، الآية: ١٥٩).

(٢) (سورة الشورى، الآية: ٣٨).

(٣) انظر: الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين، ص ٥، أ.د. محمد بن أحمد الصالح، ط [الأولى، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(٤) انظر: رقابة مجلس الشورى على أعمال السلطة التنفيذية، ص ٦٧، إبراهيم بن حمد الزير، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في السياسة الشرعية، شعبة الأنظمة، قسم السياسة الشرعية، المعهد العالي للقضاء، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٨هـ-١٤٢٩هـ. انظر: موقع ويكيبيديا، <http://ar.wikipedia.org>.

ونحوها من وسائل التواصل الاجتماعي والإعلامي، وقد اشترطت أن لا تُقدم الخدمات الاستشارية إلا في مقر المركز أو الفروع المعتمدة^(١)، كما يتبع للغرفة التجارية الصناعية عدد من المراكز والمكاتب الاستشارية الربحية - التي لها سجل تجاري - تقدّم استشارات في مختلف المجالات: (الإدارية، والقانونية، والشرعية، والعمرانية، والاقتصادية، والمالية، ...)، وذلك وفق ضوابط وأنظمة الغرفة التجارية^(٢).

وفي ظل تغير ثقافة المجتمع السعودي تجاه تقبل الاستفادة من الاستشارات المقدمة في مختلف الجوانب، واستشعار الحاجة الماسة لذلك، تقديرًا لخبرات المستشارين، وثقة بحصافة رأيهم في مجالات تخصصاتهم، ازداد الطلب على فتح المزيد من المكاتب والمراكز الاستشارية المتخصصة لسد حاجة المجتمع.

ورغم هذا التقدم النوعي - إلى حد ما - في مجال الاستشارات في المملكة العربية السعودية أسوة بالتقدم العالمي في عدد من المجالات الاستشارية، نجد أنه لا يزال الاعتناء بجانب الاستشارات الدعوية يقتصر على بعض الجهود الفردية أو المؤسسية غير المنظمة، ومن قبل بعض العلماء، والدعاة، والمواقع الإلكترونية، والتي تقدّم بصورة تطوعية، وضعيفة نوعاً ما؛ حيث تبين بعد البحث والتحري والتأكد من المسؤولين في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، والغرفة التجارية الصناعية بمدينة الرياض خلال الفترة (١٤٣٤-١٤٣٥هـ)، عدم وجود مراكز ومكاتب للاستشارات الدعوية ضمن المكاتب التابعة لها، وأوضح مسؤولون في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد أنه يوجد (٣٠) مستشاراً دعوياً يعملون في أفرع الوزارة، تقتصر خدمتهم الاستشارية على إدارتهم عند الحاجة، ووصفوا العمل الاستشاري في الوزارة بأنه لم يقنن بعد، كما تم القيام بمسح للمواقع الإلكترونية التي تقدّم استشارات دعوية، فوجدت أنها جهود فردية اجتهادية، أو عمل مؤسسي تناول الاستشارة الدعوية ضمن خدمات استشارية أخرى أسرية واجتماعية وتربوية لا ترتقي للطرح التخصصي، وهو ما يوضح أن

(١) انظر: القواعد التنفيذية لللائحة التنظيمية لمراكز الإرشاد الأسري الأهلية، وزارة العمل والتنمية الاجتماعية،

<http://mosa.gov.sa>

(٢) تم سؤال عدد من المسؤولين في الغرفة التجارية الصناعية بمدينة الرياض، وزيارة مقر الغرفة قسم السيدات بتاريخ:

١٤٣٥/٤/٢٣هـ؛ للتأكد من وجود مكاتب استشارات دعوية تابعة للغرفة التجارية.

الاستشارات الدعوية تواجه بعض أنواع القصور في ظل ازدياد الحاجة المجتمعية لعمل مؤسسي منظم، يستقبل طلبات الاستشارات الدعوية المتخصصة من قبل القائمين بالعمل الدعوي المؤسسي والفردى، ويعمل على تقديم المشورة المدروسة لتقويم العمل الدعوي؛ لضمان نجاحه وتحقيق الغاية من إقامته، وللارتقاء بجودته، خاصة في ضوء ما أثبتته دراسة "مدى إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في العمل الدعوي: دراسة ميدانية مطبقة على المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض"^(١) من ضعف تطبيق تلك المكاتب لكافة معايير الجودة.

لذا جاءت الحاجة لقيام دراسات علمية تقويمية استشرافية، تقف على الاحتياج الفعلي لتلك الاستشارات الدعوية، وتقدم تصوراً لتنظيمها، في ضوء الحاجة المجتمعية الماسة للاستشارات الدعوية في مختلف مجالات الحياة: (الشرعية، والأمنية، والاجتماعية، والتعليمية، والتربوية، والإعلامية...)، وهو ما يتبين من التالي:

أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها:

١. تتضح مشكلة الدراسة وأهميتها من عدة جوانب، تتمثل في الآتي:
١. الحاجة الشديدة لجهة رسمية عليا في المملكة العربية السعودية تقدم الاستشارات الدعوية للمؤسسات القائمة بالدعوة إلى الله تعالى في الداخل والخارج، تسهم في تقويم العمل الدعوي وتوجيهه بما يتوافق مع المنهج القرآني والنبوي في الدعوة إلى الله ﷻ، خاصة في ضوء المكانة الدعوية لهذه الدولة لدى المسلمين في مختلف دول العالم.
٢. ضرورة حماية الأمن الفكري للمجتمع الذي قد يؤثر عليه قيام جهود دعوية غير منضبطة، تُفسد من حيث لا تشعر بسبب غياب التوجيه والإرشاد الدعوي المناسب، فضلاً عن وجود جهات لها أهداف مغرضة تسعى لاستغلال ذلك في خدمة توجهاتها الفاسدة، الأمر الذي يستلزم تخصيص جهة دعوية تتولى المتابعة والإرشاد والتقويم، لا سيما في ظل اهتمام المسؤولين بذلك، وهو ما اتضح من الأمر الملكي بتشكيل لجنة من وزارة الداخلية، ووزارة

(١) بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدعوة والاحتساب، دراسة ميدانية مطبقة على المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض، للباحثة: شيخة بنت دخيل العتيبي، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، عام ١٤٣٣/١٤٣٤هـ.

الخارجية، ووزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، ووزارة العدل، وديوان المظالم، وهيئة التحقيق والادعاء العام تكون مهمتها إعداد قائمة تُحدث سنوياً بالتيارات والجماعات الدينية المتطرفة والمنظمات الإرهابية داخلياً أو دولياً، مؤكداً أن الأمر ينطلق من سد الذرائع المفضية لاستهداف منهج البلاد الشرعي، وتآلف القلوب عليه من قبل المناهج الوافدة، التي تتخطى ضوابط الحرية في التبنى المجرد للأفكار والاجتهادات إلى ممارسات عملية تخل بالنظام، وتستهدف الأمن والاستقرار، وتلحق الضرر بمكانة البلاد عربياً وإسلامياً ودولياً وعلاقاتها مع الدول الأخرى^(١).

٣. عدم وجود مستشارين ومستشارات في المجال الدعوي من أهل الخبرة والتخصص - مفرغين لتلك المهمة رسمياً، بمقابل مادي من الدولة - لتقديم المشورة والإرشاد الدعوي لأفراد المجتمع، ليكون بالإمكان التواصل معهم بصورة منظمة، يُراعى فيها حاجة المستشار العاجلة للاستشارة وعدم انشغال المستشار بمهام أخرى تحول بينه وبين أداء هذه المهمة بالصورة المثلى، حيث يُعاني بعض أفراد المجتمع من عدم تفرغ الدعاة للاستماع إلى مشاكلهم الدعوية، أو التعرض لاعتداءات أخلاقية من قبل من يدعي أنه مستشار دعوي^(٢).

٤. وجود حاجة للمستشار الدعوي في عدد من القطاعات - (الأمنية، والتعليمية، والصحية، والقانونية،...) -؛ نظراً لأهمية قيام النشاط الدعوي المنضبط في تلك القطاعات لمعالجة المشكلات التي تواجهها بمنهجية علمية سليمة.

(١) انظر: "أمر ملكي سعودي يعزز مكافحة الإرهاب داخلياً..."، ص ١، عبيد السهيمي، (٤/ربيع الثاني/١٤٣٥هـ -

٤/فبراير/٢٠١٤)، العدد (١٢٨٥٢)، صحيفة الشرق الأوسط.

(٢) وذلك بحكم خبرة الباحثة في تقديم الاستشارة الدعوية النسائية بالتعاون مع عدد من الدعاة، منذ عام ١٤٢٢هـ، واستقبال حالات تعرضت فيها بعض النساء لمشكلات أخلاقية مع أشخاص تلبسوا بمهمة الدعوة ادعاءً، وذلك في ظل غياب البديل المناسب لتقديم الاستشارة الدعوية بصورة آمنة فكرياً ودينياً وأخلاقياً، تشرف عليها جهات عليا في الدولة، على غرار الاستشارات الأخرى الاجتماعية، والأسرية، والتربوية، والإدارية، والقانونية... الخ، وقد تم التأكد من عدد من المسؤولين في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد - الجهة الرسمية المسؤولة عن الدعوة في الداخل والخارج - من عدم اضطلاعها بتلك المهمة، وتمت إشادتهم بفكرة الدراسة لتحسين الواقع العملي الدعوي.

ثانياً: أسباب اختيار موضوع الدراسة:

١. الرغبة بالمشاركة في تقويم الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، واستشراف مستقبلها؛ لتغطية احتياجات المجتمع بما يعود بالنفع على الأمة بأكملها.
٢. الاهتمام بجانب سبر غور الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، من قبل المؤسسات والأفراد بصورة شاملة، للاستفادة من ذلك عند استشراف مستقبلها.
٣. استشعار أهمية التخطيط لتنظيم الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، وإدارتها من خلال الاستفادة من الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي.
٤. قلة الدراسات العلمية المتخصصة في المجال الاستشاري بصورة عامة، فضلاً عن افتقاد المتخصص منها في الجانب الدعوي - حسب اطلاع الباحثة -، مما يؤمل منه تقديم إضافة علمية في هذا المجال يُنتفع بها.
٥. التطلع لجعل الدراسة الحالية مشروعاً مستقبلياً توصيفياً، يُسهم في التخطيط المستقبلي للمؤسسات الاستشارية الدعوية داخل المملكة العربية السعودية، وخارجها.

ثالثاً: التعريف بمصطلحات عنوان الدراسة:

تضمّن عنوان الدراسة "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية: دراسة تقويمية استشرافية" مصطلحات تحتاج إلى توضيح، تتمثل في التالي:

١. الاستشارات الدعوية:

أ. الشورى في اللغة^(١):

الشورى مشتقة من الفعل "شَوَّرَ"، والفعل شَوَّرَ ومشتقاته له عدة معانٍ، منها:

(١) انظر: أساس البلاغة، مادة ش و ر، ج ١، ص ٥٢٦، الزمخشري، تحقيق: مُجَدِّد باسل عيون السود، ط [الأولى، ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م، دار الكتب العلمية، بيروت]؛ تهذيب اللغة، مادة الشين والراء، ج ١١، ص ٢٧٧، مُجَدِّد بن أحمد الازهري الهروي، تحقيق: مُجَدِّد عوض مرعب، ط [الأولى، ٢٠٠١م، دار إحياء التراث العربي، بيروت]؛ لسان العرب، مادة الشين المعجمة، ج ٤، ص ٤٣٤، ابن منظور، ط [الثالثة، ١٤١٤هـ، دار صادر، بيروت]؛ المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، مادة الشين مع الواو وما يثلثهما، ج ١، ص ٣٢٦، أحمد بن مُجَدِّد الفيومي، ط [د (ر.ت)، المكتبة العلمية، بيروت]؛ المعجم الوسيط، مادة الشين، ج ١، ص ٤٩٩، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، ط [د (ر.ت)، دار الدعوة، القاهرة].

شار الرجل: أي حسن مظهره، وشار الشيء: عرضه ليدي ما فيه من محاسن، والشارة والشورة: الحسن والهيئة واللباس. ويقال: شُرت الدابة شوراً: عرضته للبيع، والشور: العسل. وشاوره في الأمر مشاورة، وشواراً: طلب رأيه، والمشورة: ما يُنصح به من رأي وغيره، والمستشار: العليم الذي يؤخذ رأيه في أمر مهم: علمي، أو فني، أو سياسي، أو قضائي، أو نحوه.

ب. الشورى في الاصطلاح:

أورد العلماء عدة تعريفات للشورى، تدور في مجملها حول المعنى نفسه، منها الآتي: عرفها الراغب الأصفهاني بأنها: "استخراج الرأي بمراجعة البعض إلى البعض"^(١). وعرفها ابن العربي المالكي: "المشاورة هي الاجتماع على الأمر ليستشير كل واحد منهم صاحبه ويستخرج ما عنده"^(٢). في حين عرفها الدكتور محمد بن أحمد الصالح: "عرض الآراء المختلفة في قضية من القضايا أو مسألة من المسائل، وتقليب وجهات النظر فيها، واختبارها من أصحاب العقول والأفهام، حتى يتوصل إلى الصواب منها، أو إلى أصوبها وأحسنها، ليعمل بها، حتى تتحقق أحسن النتائج المرجوة"^(٣). وأفاد الدكتور محمد عبد الغني هلال أن: "كلمة استشارة تقترب في معناها من كلمة إرشاد، والمقصود بهذا هو الإصلاح أو العمل على إصابة الصواب، وهو غالباً ما يكون بين القائم بالإرشاد وفرد آخر، أو مجموعة أخرى. وتتضمن كلمة الاستشارة أيضاً معنى التوجيه، وهي علاقة يتم فيها مساعدة الآخرين على اكتشاف قدراتهم وإمكانياتهم وتنظيم خبراتهم، بحيث يستطيعون استخدامها لأقصى مدى؛ لزيادة فعالية إنتاجهم في المهام المطلوبة منهم"^(٤).

(١) المفردات في غريب القرآن، مادة شور، ص ٤٧٠، الراغب الأصفهاني، تحقيق: صفوان عدنان الداودي، ط [الأولى، ١٤١٢هـ، دار القلم، دمشق].

(٢) أحكام القرآن، ج ١، ص ٣٨٩، محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي المالكي، ط [الثالثة، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٣) الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين، ص ١٣، مرجع سابق.

(٤) مهارات تقديم الاستشارات، ص ٦، د. محمد عبد الغني هلال، ط [الأولى، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، دار قرطبة، الرياض].

وبذلك يتضح أن الاستشارات الدعوية تعني: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

٢. دراسة تقويمية استشرافية:

أ. **الدراسة التقويمية^(١)**: تُجرى لتحسين العمل و أساليبه، وتساعد متخذ القرار في اتخاذ قرارات تتعلق بتطوير العمل و تنفيذه، وقد يترتب عليها إضافة معرفة جديدة في مجال تطبيقي.

ب. **الدراسة الاستشرافية^(٢)**: تُعنى بالتطور المستقبلي للبشرية؛ مما يسمح باستخلاص عناصر تنبئية، ومحاولة سبر أغوار القادم بهدف التعامل مع المستقبل، من خلال محاولة تحسينه وتطويره؛ لمسايرة الجديد ومعايشة المستجدات، ومراجعة الأصول التي تحكم الواقع لاستنباط آليات التعامل مع الوقائع.

وهو ما اضطلعت الدراسة الحالية به من جانب تتبع الاستشارات الدعوية المقدمة بصورة غير منظمة واجتهادية من قبل البعض، سواءً على النطاق الرسمي، الممثل بالمكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد، أو النطاق الفردي، الممثل بجهود بعض الدعاة أصحاب الخبرة في المجال الدعوي، والتعرف على مدى الاحتياج الفعلي لتنظيم العمل الاستشاري الدعوي سعياً لتقويمه، وفي ضوء ذلك تم استشراف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات، والمدى البعيد (بعد عشر سنوات) وفق آراء الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي.

التعريف الإجرائي للدراسة:

يُقصد بعنوان الدراسة في تعريفه الإجرائي: تقويم الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية بالوقوف على احتياجات تفعيلها، واستشراف مستقبلها على المدى القريب،

(١) انظر: أساليب البحث العلمي، موقع شبكة صوت العربية، <http://www.voiceofarabic.net>.

(٢) انظر: مهارات استشراف المستقبل، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ص ٩، ط [الأولى، ٢٠١٢-٢٠١٣م، دار الكتب المصرية، القاهرة].

والبعيد؛ بما يخدم المؤسسات والأفراد ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى؛ من خلال الاستفادة من رأي الخبراء في مجالي الاستشارة والدعوة إلى الله ﷻ.

رابعاً: أهداف الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيس للدراسة، المتمثل في: تقديم الرؤية الاستشرافية المستقبلية للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

وتمثلت الأهداف الفرعية للدراسة في التالي:

١. التعرف على محددات العمل الاستشاري الدعوي.
٢. التعرف على الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.
٣. تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

أجابت الدراسة الحالية عن التساؤل الرئيس التالي: ما الرؤية الاستشرافية المستقبلية للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؟

وتمثلت التساؤلات الفرعية للدراسة في التالي:

- س١: ما محددات العمل الاستشاري الدعوي؟
- س٢: ما الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؟
- س٣: ما التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؟

سادساً: الدراسات السابقة:

تم التوصل بعد التحري والبحث إلى عدم وجود دراسة دعوية تناولت الموضوع المطروح "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" بصورة مباشرة على حد علم الباحثة وإطلاعها، عدا بعض الدراسات العلمية غير المباشرة التي تناولت بعض جزئيات الموضوع، ومن تلك الدراسات ما يلي:

١. دراسات تناولت المجال الاستشاري:

أ. دراسة بعنوان (فقه الشورى: دراسة تأصيلية نقدية)^(١): دراسة نظرية تهدف إلى تأصيل مبدأ الشورى، وإبراز جوانب الأخذ به. وكان من أبرز نتائج الدراسة التي جاءت في تسعة فصول: أن من علامات المجتمع الناجح الأخذ بالمشاورة، وأن الشورى واجبة ومن تركها يأثم ويستحق أن يُعزل إن كان ولياً، وأن ليس كل أحد يصلح لأن يكون من أهل الشورى.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراستين:

اتفقت الدراستان في جانب تناول الجانب التأصيلي للاستشارة، واستفادت الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في الفصل التمهيدي المتعلق: بالتأصيل الشرعي للاستشارات. إلا أن الدراستين مختلفتان في المضمون والمنهج؛ إذ الدراسة الحالية ميدانية، وتتعلق بتقويم الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية واستشراف مستقبلها.

ب. دراسة بعنوان (الاستشارات الإدارية في خدمة منظمات العمل الحكومي: تجربة معهد

الإدارة العامة)^(٢): دراسة ميدانية من أهدافها: التعرف على طبيعة الأجهزة الحكومية المستفيدة من الخدمات الاستشارية التي يقدمها معهد الإدارة العامة، والتعرف على مجالات الاستشارات الإدارية المقدمة للأجهزة. واستخدمت المنهج الوصفي والمسحي والارتباطي والاحصائي التحليلي. وكان من أبرز نتائج الدراسة التي جاءت في سبعة فصول: تحديد العوامل المؤدية إلى تطبيق الاستشارة، والعوامل المعيقة، والمساعدة لها من وجهة نظر رئيس الجهاز. وكان من أبرز ما توصلت له من توصيات: ضرورة مواصلة الاهتمام بتنمية قدرات المستشارين بكل ما يرفع درجة المستوى ويحسن من عائد الأداء المهني.

(١) رسالة علمية منشورة، للباحث: د. علي بن سعيد الغامدي، ط [الأولى، ١٤٢٢هـ-٢٠٠١م، دار طبية، الرياض].

(٢) رسالة علمية منشورة، للباحث: د. علي بن أحمد السلطان و د. علي بن أحمد الصبيحي، ط [د (ر)، ١٤٢٧هـ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراستين:

اتفقت الدراستان في جانب تناول واقع الاستشارات في المؤسسات، واستفادات الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في الفصل التمهيدي المتعلق: بنشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية، وكذلك في الفصل الثالث المتعلق: بالتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية. إلا أن الدراستين مختلفتان في نوع الاستشارات؛ إذ الدراسة الحالية تختص بالاستشارات الدعوية، والدراسة محل الاستفادة تتعلق بالاستشارات الإدارية.

ج. دراسة بعنوان (رقابة مجلس الشورى على أعمال السلطة التنفيذية)^(١): دراسة نظرية تهدف إلى تقديم تصور واضح لأوضاع رقابة مجلس الشورى في المملكة العربية السعودية. وكان من أبرز نتائج الدراسة التي جاءت في فصل تمهيدي، وفصلين: أن رقابة مجلس الشورى تستمد مشروعيتها من الكتاب والسنة، وفقاً لمبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وأن لرقابة مجلس الشورى وسائل متعددة يطبق جزء منها في النظام السعودي. وتوصلت لتوصيات منها: تطبيق مجلس الشورى لمبدأ الشفافية، والسماح للاطلاع على محاضره ونشر قراراته وخضوع أعماله لرقابة الصحافة والرأي العام.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراستين:

اتفقت الدراستان في جانب تقويم العمل الاستشاري، واستفادات الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في الفصل الثالث المتعلق: بالتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية. إلا أن الدراستين اختلفتا في المضمون والمنهج؛ إذ الدراسة الحالية ميدانية، وتتعلق بتقويم الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية واستشراف مستقبلها.

(١) رسالة ماجستير في السياسة الشرعية، للباحث: إبراهيم بن حمد الزير، شعبة الأنظمة، المعهد العالي للقضاء، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٨هـ/١٤٢٩هـ، إشراف: د. سعد بن مطر العتيبي.

٢. دراسات تناولت الحاجة الفعلية للاستشارات الدعوية:

أ. دراسة بعنوان (مدى إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في العمل الدعوي: دراسة ميدانية مطبقة على المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض)^(١): دراسة ميدانية، جاءت في فصلين نظري وميداني، تناولت: (إدارة الجودة الشاملة: مفهومها ومبادئها، وأهميتها، تطبيقات إدارة الجودة في العمل الدعوي، واقع تطبيق المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات لإدارة الجودة). وكان من أبرز أهدافها تحديد مستوى الجودة في العمل الدعوي ومدى إمكانية تحقيقها. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت أداة الاستبانة. وكان من أبرز نتائجها: ضعف المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في تطبيق كافة معايير الجودة، ومن ذلك ما يتعلق بإنتاج الأعمال الدعوية. وكان من أهم توصياتها: أن تعمل مكاتب الدعوة على تطبيق إدارة الجودة. واعتمدت الدراسة الحالية نتائج الدراسة محل الاستفادة للانطلاق منها في دراسة الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وذلك في المبحث الأول في الفصل الثاني من الدراسة.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراستين:

اتفقت الدراستان في السعي لتقويم المؤسسات الدعوية من خلال معرفة احتياجاتها. إلا أن الدراسة الحالية تخصص في جانب الاستشارات الدعوية، ومراعاة تطبيق إدارة الجودة في هذا الجانب عند تقديم التصور المقترح.

ب. دراسة بعنوان (واقع العلاقات العامة في المؤسسات الدعوية النسائية في المملكة العربية السعودية: دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الدعوية)^(٢): دراسة ميدانية، جاءت في ثلاثة فصول، تناولت: (أهداف المؤسسات الدعوية النسائية في المملكة العربية السعودية، وكان من بينها المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات). كان من

(١) بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدعوة والاحتساب، للباحثة: شيخة بنت دخيل العتيبي، مرجع سابق.

(٢) بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإعلام، للباحثة: عهود بنت علي الفرهود، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، عام ١٤٣٢/١٤٣٣هـ.

أبرز أهدافها دراسة واقع المؤسسات الدعوية النسائية في المملكة العربية السعودية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت أداة الاستبانة. وكان من أبرز نتائجها: ضعف برامج التدريب التي تخضع لها العاملات في العلاقات العامة في المؤسسات الدعوية. وتم الاستفادة منها في المبحث الأول في الفصل الثاني من الدراسة الحالية، المتعلق: بالاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراستين:

اتفقت الدراستان في السعي لتقويم المؤسسات الدعوية من خلال معرفة احتياجاتها. إلا أن الدراسة محل الاستفادة تناولتها من جانب العلاقات العامة، في حين الدراسة الحالية تخصص في جانب الاستشارات الدعوية، وتتوسع فيما يتعلق بالاحتياجات الفعلية للمؤسسات الدعوية للقيام بواجباتها بصورة فاعلة.

نتائج الدراسات العلمية:

يتضح مما سبق من الدراسات العلمية السابقة، أن:

١. الدراسات السابقة لم تتناول موضوع الاستشارات الدعوية، سواء في المملكة العربية السعودية، أو غيرها من الدول الإسلامية المهتمة بالجانب الدعوي؛ مما يؤكد أهمية هذه الدراسة التي نسأل الله تعالى أن يعم بها نفع التخصص في أي مكان.
٢. الدراسات السابقة التي تناولت بعض جوانب الموضوع كان تناولها له من جانب جزئي يتناسب مع الموضوع المطروح كل في مجاله، في حين سعت الدراسة الحالية إلى الاستفادة من الجانب الميداني لاستشراف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

سابعاً: منهج الدراسة:

تُعَدُّ الدراسة الحالية دراسة وصفية تحليلية تقويمية استشرافية، تعتمد على منهج الاستشراف القائم على استقراء الماضي وخصوصياته، وفهم الحاضر ومعطياته، من أجل وضع تصور مستقبلي بما يمكن أن تكون عليه الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية. وبناء عليه استخدمت هذه الدراسة المناهج العلمية التالية:

١. **المنهج الوثائقي:** وهو الذي يُعنى "بجمع الحقائق، والمعلومات؛ من خلال دراسة الوثائق، والسجلات، والآثار، ويستخدم في دراسة الظواهر، والأحداث، والمواقف التي مضى عليها زمن قصير أو طويل"^(١). ولقد تم اختيار هذا المنهج؛ تحقيقاً للاستفادة من بعض الوثائق المتعلقة بالمنهجية الاستشارية؛ لتغطية إجابة التساؤل الأول: المتعلق بتقديم محددات العمل الاستشاري الدعوي، وذلك في الفصل الأول من الدراسة الحالية.

٢. **المنهج المسحي التقويمي:** يُعنى "بجمع المعلومات، والبيانات عن ظاهرة، أو حدث، أو واقع ما؛ وذلك بقصد التعرف على الظاهرة، ودراستها، وتحديد الوضع الحالي لها، والتعرف على جانب القوة والضعف فيها؛ من أجل معرفة صلاحية هذا الوضع، أو مدى الحاجة لإحداث تغييرات جزئية أو أساسية فيه"^(٢)؛ وذلك باستخدام أداة المقابلة (الهاتفية)^(٣)، لاستطلاع رأي أفراد العينة؛ لمعرفة آرائهم حول الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، وفق ثلاثة نماذج: النموذج الأول: يتعلق بالخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى؛ باعتبار تقديمهم للاستشارات الدعوية، والنموذج الثاني: يتعلق بالمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ باعتبار تمثيلهم للجانب المؤسسي الدعوي المستفيد من الاستشارات الدعوية، والنموذج الثالث: يتعلق بأفراد المجتمع المستفيدين من الاستشارات الدعوية.

وقد تم تصميم ثلاثة نماذج لاستمارات المقابلة، تضم قائمة من الأسئلة المترابطة المغلقة والمفتوحة؛ بما يخدم أهداف الدراسة؛ وفق المنهج التقويمي الذي هو عبارة عن: عملية تستهدف إصدار الحكم بدقة، وموضوعية على مدخلات، وعمليات، ومخرجات أي نظام، وتحديد مواطن القصور والقوة في كل منها، واتخاذ ما يلزم من: قرارات،

(١) البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ص ٢٣٣، د. ذوقان عبيدات وآخرون، ط [د (ر)، ٢٠٠٥ م، دار أسامة للنشر والتوزيع، الرياض].

(٢) المرجع السابق، ص ٢٦٣.

(٣) لتسهيل التواصل مع المسؤولين ذكوراً وإناثاً في كافة مناطق المملكة العربية السعودية، وهو ما يتوافق مع طبيعة الدراسة الحالية.

وإجراءات العلاج، وإصلاح ما يتم كشفه من نقاط القصور والخلل^(١). وتم تناول نتائج ذلك في الفصل الثاني من الدراسة.

٣. **أسلوب دلفي:** وهو أحد الأساليب العلمية التي تُستخدم في مجالات: (التصور المستقبلي لأي نظام، التنبؤ، تحديد الأهداف، تقدير الحاجات، صنع السياسات)، ويعتمد هذا الأسلوب على أخذ آراء وتصورات عدد من الخبراء في مجال الموضوع بصورة غير مباشرة - أي أن كل عضو من الخبراء يبدي رأيه بعيداً عن تأثير رأي المجموعة -، وذلك من واقع خبراتهم ورؤاهم أو استشفافهم لحركة المجتمع المستقبلية، وتجمع هذه التصورات وتُصنف بوضوح مواقع الاتفاق والاختلاف في الآراء، ثم ترسل النتائج مرة ثانية إلى الخبراء لتوضيح رأي كل واحد منهم تجاه رأي الآخرين، ثم يُطلب من كل خبير مرة ثانية إبداء الرأي في ضوء ما أُحيط به من علم بآراء الخبراء، وتمتد هذه العملية لعدد من الجولات حتى يتم الوصول إلى مجموعة من التصورات التي يتفق عليها الجميع أو الغالبية^(٢). وفي ضوء ذلك تم اختيار هذا الأسلوب باستخدام أداة الاستبانة؛ تحقيقاً للاستفادة منه للإجابة عن التساؤل الثالث المتعلق: بتقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، وذلك في الفصل الثالث من الدراسة الحالية.

كما اتبعت الدراسة الخطوات التالية:

١. عزو الآيات القرآنية إلى مواضعها في القرآن الكريم؛ بذكر اسم السورة ورقم الآية.
٢. كتابة الآيات بالرسم العثماني، وضبط جميع الأحاديث الواردة في الدراسة بالشكل.
٣. تخريج الأحاديث النبوية من مظانها في كتب الحديث؛ بذكر موضع الحديث، واسم الكتاب، والباب، ورقم الحديث، ورقم الجزء والصفحة.

(١) انظر: الموسوعة العربية لمصطلحات التربية وتكنولوجيا التعليم، ص ٢٥٢، د. ماهر إسماعيل صبري، ط [الأولى، ١٤٢٣هـ-٢٠٠٢م، مكتبة الرشد، الرياض].

(٢) انظر: التخطيط التعليمي: أسسه وأساليبه ومشكلاته، ص ١٩١، د. مُجَدِّد سيف الدين فهمي، ط [د (ر)، ٢٠٠٨م، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر]؛ أساليب بناء التصور المقترح في الرسائل العلمية، ص ١٨، د. مُجَدِّد مجاهد زين الدين، ط [د (ر)، ٢٠١٣م، جامعة أم القرى، مكة المكرمة].

٤. الإشارة إلى درجة الحديث إن لم يكن في الصحيحين، أو في أحدهما، وذلك بذكر من صححه من أهل العلم، مع تقديم حكم الشيخ الألباني رحمته الله على تلك الأحاديث.
٥. وضع فواصل بين الفصول فقط، مع مراعاة التنسيق المناسب في الترقيم، وابتداء كل مبحث، ومطلب في صفحة جديدة ما لم تكن مقدمة الفصل قصيرة، أو زيادة الصفحات شبه الفارغة.
٦. اعتماد ترتيب موحد في وضع الحواشي وفق قواعد البحث العلمي؛ وذلك بذكر اسم الكتاب، ثم رقم الجزء والصفحة، ثم اسم المؤلف، ثم التحقيق أو التقديم إن وجد، معلومات الطبعة [رقم الطبعة، تاريخها، دار النشر، مكان النشر]، وعند فقد رقم الطبعة يرمز له د (ر)، وعند فقد التاريخ يرمز له د (ت)، وعند فقد دار النشر د (ن)، وعند فقد مكان النشر د (م).
٧. ذكر معلومات المصادر أو المراجع كاملة عند إيرادها أول مرة فقط، ويكتفى عند تكرار إيرادها بذكر اسم الكتاب، ثم رقم الجزء والصفحة، مع الإشارة إلى أنه مرجع سابق.
٨. محاولة عزو المعلومة الواحدة إلى أكثر من مرجع إثراءً للمعلومة قدر المستطاع، وترتيبها حسب الترتيب الأبجدي لأسمائها.
٩. شرح المفردات الغريبة في الأحاديث، والألفاظ الغامضة في الدراسة؛ بالرجوع إلى كتب تفسير غريب الحديث، أو كتب اللغة، أو الكتب المتخصصة قدر المستطاع.
١٠. ترجمة الأعلام - الذين يغلب على الظن ندرة تداول أقوالهم في دراسات وكتابات أهل التخصص - الوارد ذكرهم في ثنايا الدراسة ترجمة موجزة عند ذكرهم لأول مرة.
١١. تقديم عرض إجراءات الدراسة الميدانية في مقدمة الدراسة؛ لضمان تسلسل الأفكار وتتابعها عند عرض نتائج الدراسة الميدانية في الفصلين الثاني والثالث.
١٢. اعتماد خلاصة تُذكر نهاية كل فصل، تُجمل أبرز ما تناوله الفصل من أفكار، وذلك لضمان استيعاب القارئ لمخرجات الدراسة بعد ربط الأفكار بعضها ببعض، عدا الفصل الثالث؛ لتضمن المبحث الثاني منه التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية الذي أجمل خلاصة الفصل.

١٣. اعتماد محددات العمل الاستشاري الدعوي من القراءات المتنوعة في الجانب الاستشاري في مختلف التخصصات، وتطويرها بما يتناسب مع الجانب الدعوي، وذلك لافتقاد الكتابات المتخصصة في هذا المجال بصورة مباشرة.

١٤. وضع فهرس تفصيلية في آخر الدراسة، وهي: (فهرس الآيات القرآنية، فهرس الأحاديث النبوية، فهرس الآثار، فهرس ترجمة الأعلام، فهرس الأبيات الشعرية، فهرس الكلمات الغريبة، فهرس الجداول، فهرس الرسوم البيانية، فهرس المصادر والمراجع، فهرس الموضوعات)، وقد تم ترتيب فهرس الآيات حسب ترتيب سور القرآن، وبقية الفهارس حسب الترتيب الأبجدي، عدا فهرس الجداول، والرسوم البيانية، والموضوعات فحسب ترتيبها في الدراسة، وُرمز في فهرس ترجمة الأعلام لرقم الصفحة مع الإشارة لموقعها في التوثيق برمز (ت) مع ذكر رقم الصفحة.

١٥. اعتماد الخط العربي التقليدي (Traditional Arabic) في الكتابة - تقيداً بالقواعد المنظمة لتسجيل الرسائل العلمية، وكتابتها، وطباعتها، وإخراجها، وتقديمها^(١) -، إلا أنه تم استثناء الجداول باعتماد خط (Arabic Transparent)، وذلك للتقليل من حجم الجداول، وكذلك في الفواصل تم اختيار خط مناسب للإخراج.

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من: الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى^(٢)؛ باعتبار تقديمهم للاستشارات الدعوية، إضافة إلى مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في جميع مناطق المملكة العربية السعودية الـ (١٣)، البالغ عددها (٢٧٦) مكتباً^(٣)؛ باعتبار تمثيلهم للجانب المؤسسي المستفيد من الاستشارات الدعوية، إلى

(١) القواعد المنظمة لتسجيل الرسائل العلمية، وكتابتها، وطباعتها، وإخراجها، وتقديمها، ص ١٠، وكالة عمادة الدراسات العليا للتطوير والجودة، ط [د (ر)، ١٤٣٠-١٤٣١هـ، مطابع الجامعة، الرياض].

(٢) الذين يحملون تخصصاً دعوياً أو شرعياً ويقدمون استشارات دعوية للأفراد وللمؤسسات، سواء للجهات الرسمية أو غيرها من المؤسسات الدعوية.

(٣) انظر: دليل إدارات ومكاتب الأوقاف والمساجد والدعوة والإرشاد ومراكز الدعوة والإرشاد والمكاتب التعاونية بمناطق المملكة العربية السعودية، وكالة الوزارة للتخطيط والتطوير، الإدارة العامة للتطوير الإداري، ط [الخامسة، ١٤٣٥هـ، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية].

جانب جميع أفراد المجتمع السعودي ذكوراً وإناثاً، البالغ عددهم (٢٦٠٩٠٥٥٥) (٢٦٠٩٠٥٥٥) ستة وعشرين مليوناً وتسعين ألفاً وخمسمائة وخمسة وخمسين) فرداً^(١)؛ فمعظمهم يحتاجون للاستشارات الدعوية بمختلف المجالات.

وتم اختيار عينة عمدية^(٢) من الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى؛ لإجراء المقابلة (الهاتفية)، بواقع (٦٥) خبيراً؛ لاستقصاء آرائهم تجاه الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وعلى المستوى الفردي؛ باعتبار تقديمهم للاستشارات الدعوية، كما تم أخذ عينة عشوائية^(٣) من مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، موزعة بدقة على المدن الرئيسة في مناطق المملكة العربية السعودية؛ لإجراء المقابلة معهم؛ لاستقصاء الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وذلك بنسبة (٢٢) بالمئة من تلك المكاتب تقريباً، بواقع (٦٠) مسؤولاً، في حين تم اختيار عينة عمدية من أفراد المجتمع - وفقاً لطبيعة الدراسة وصعوبة اختيار العينة العشوائية فيها -؛ لإجراء مقابلة معهم؛ لاستقصاء الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، وذلك بواقع (٢٠٤) أفراد^(٤)، تم اختيارهم بعناية حسب توزيعهم السكاني في مناطق المملكة العربية السعودية: (الوسطى، الشمالية، الجنوبية، الشرقية، الغربية)^(٥). أما ما يتعلق بتطبيق أسلوب دلفي فتم اختيار عدد من الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي؛ للمشاركة في جولات دلفي، بواقع (٣٧) خبيراً^(٦)، وذلك باستخدام أداة الاستبانة.

(١) انظر: النتائج التفصيلية للتعداد العام للسكان والمساكن ١٤٣١هـ، مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، www.cdsi.gov.sa

(٢) العينة العمدية (الطريقة المقصودة): يتم اختيارها بناءً على خبرة الباحث ومعرفته بأن هذه المفردة أو تلك تمثل مجتمع البحث. (انظر: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ص ١٠١، د. صالح العساف، ط [الغاية، ١٤٣٣هـ- ٢٠١٢م، دار الزهراء، الرياض]).

(٣) العينة العشوائية: يتم اختيارها في حال توافر شرطين هما: (أن يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين، ويكون هناك تجانس بين هؤلاء الأفراد). (انظر: البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ص ١٣٦، مرجع سابق).

(٤) باعتبار تنوع خصائصهم من حيث: (الجنس، الجنسية، المنطقة، العمر، المؤهل العلمي)؛ للحصول على رأي شامل لمختلف الفئات المستفيدة من الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

(٥) انظر: النتائج التفصيلية للتعداد العام للسكان والمساكن ١٤٣١هـ، مرجع سابق.

(٦) ملحق رقم (٨): قائمة بأسماء الخبراء المشاركين في التصور المقترح، ص ٤٠٦.

تاسعاً: حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة الحالية على عدد من الحدود:

١. حدود موضوعية:

اقتصرت الدراسة الحالية على تناول الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، سواء ما يتعلق بمحدداتها، أو اكتشاف الاحتياجات الفعلية لها على المستوى المؤسسي والفردى، وصولاً لتقديم تصور مقترح لتفعيلها بصورة منظمة ومقننة على غرار الاستشارات الأخرى.

٢. حدود زمانية:

تم تحديد تطبيق الدراسة الميدانية بعد اعتماد خطة الدراسة والانتهاء من الجزء النظري منها، وذلك خلال العام الدراسي ١٤٣٦/١٤٣٧هـ.

٣. حدود مكانية:

تم تحديد تطبيق الدراسة الميدانية على كافة مناطق المملكة العربية السعودية الـ (١٣) على المستوى المؤسسي، والتوزيع المناطقي: (الوسطى، الشمالية، الجنوبية، الشرقية، الغربية) على المستوى الفردى، وتم الاقتصار على المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، لتمثيل المؤسسات الدعوية في المملكة العربية السعودية؛ وذلك بحكم انتشارها في كافة مناطق المملكة العربية السعودية، وتمثيلها للجانب الرسمي للدولة، ومسؤولية وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد عن متابعة كافة النشاط الدعوية التي تقيمها المؤسسات الدعوية الخيرية الأخرى.

عاشراً: إجراءات الدراسة الميدانية:

اتبعت الباحثة في إعداد استمارات المقابلة (الهاتفية)، وتفعيلها الخطوات التالية:

١. تم تحديد هدف المقابلة في ضوء أهداف الدراسة الحالية.

٢. تم تحديد الاحتياجات الفعلية المحتملة للاستشارات الدعوية بعد القراءة الموسعة في مجال الاستشارة وأهميتها، إلى جانب الاستماع لآراء عينة أولية من القائمين بمهمة الاستشارات الدعوية والمستفيدين منها، بلغ عددهم ما يقارب (٣٠) شخصاً.

٣. تم تصميم استثمارات المقابلة في صورتها الأولية لتحديد الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية في عبارات قصيرة ومختصرة^(١): ضماناً لمشاركة من شملتهم الدراسة، وضماناً لمصداقيتهم، وقد تم الابتداء في كل نموذج من الاستثمارات بمقدمة، وضحت فيها هدف الدراسة، وغايتها، وحث المستجيب على التفاعل معها، واشتملت الاستثمارة على محورين: المحور الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، تضمنت إجمالاً (١٨) احتياجاً، والمحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، تضمنت إجمالاً (١٦) احتياجاً. ولتسهيل تفسير النتائج تم إعطاء وزن للبدائل: (عالية جداً=٥، عالية=٤، متوسطة=٣، ضعيفة=٢، ضعيفة جداً=١)؛ لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل الأداة} = (5 - 1) \div 5 = 0.8$$

نحصل على التصنيف التالي:

جدول رقم (١)

يوضح توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

مدى المتوسطات	درجة الموافقة
٤.٢١ - ٥.٠٠	عالية جداً
٣.٤١ - ٤.٢٠	عالية
٢.٦١ - ٣.٤٠	متوسطة
١.٨١ - ٢.٦٠	ضعيفة
١.٠٠ - ١.٨٠	ضعيفة جداً

٤. تم عرض النماذج الثلاثة لاستثمارات المقابلة على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص بصورة مباشرة من قسم الدعوة والاحتساب، أو غير مباشرة من ذوي الاختصاص في البحث العلمي، بلغ عددهم (١٦) محكماً^(٢)؛ للتأكد من الصدق الظاهري للاستثمارات، وفي ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون تم إجراء التعديل على بعض فقرات الاستثمارات، وقد كان لتوجيهاتهم السديدة أثر إيجابي في تطوير بناء الاستثمارات^(٣).

(١) ملحق رقم (١): نموذج تحكيم استثمارات المقابلة، ص ٣٧٥.

(٢) ملحق رقم (٣): قائمة بأسماء المحكمين لاستثمارات المقابلة، ص ٣٩٠.

(٣) ملحق رقم (٥)، (٦)، (٧): النماذج الثلاثة لاستثمارات المقابلة في صورتها النهائية، ص ٣٩٤-٤٠٢.

٥. تم قياس صدق الاتساق الداخلي لاستمارات المقابلة من خلال بيانات استجابات أفراد الدراسة في نماذجها الثلاث: النموذج الأول: المتعلق بالخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والنموذج الثاني: المتعلق بالمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، والنموذج الثالث: المتعلق بأفراد المجتمع المستفيدين من الاستشارات الدعوية؛ للتأكد من تماسك العبارات بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وقد أثبتت النتائج ذلك؛ حيث جاءت جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) في كافة النماذج، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، كما يتضح من الجداول التالية:

جدول رقم (٢)

يوضح معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه في استمارة مقابلة الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	معامل الارتباط					
	الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي			الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي		
	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	محاور الاستشارات الدعوية	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	محاور الاستشارات الدعوية
١	**٠.٧٨٤	**٠.٦٧٨	**٠.٦٨٥	**٠.٧٤٨	**٠.٦٦٠	**٣.٩٥
٢	**٠.٧٥٤	**٠.٧٥٦	**٠.٨٠٧	**٠.٦٥٣	**٠.٦٧٦	**٧.٣٧
٣	**٠.٧٨١	**٠.٨٣٠	**٠.٨٤١	**٠.٧٣٦	**٠.٧٢٩	**٠.٧٧١
٤	**٠.٨٠٨	**٠.٧٨٣	**٠.٧٩٢	**٠.٧٧٥	**٠.٨٢١	**٠.٧٣٠
٥		**٠.٨٢٥	**٠.٧٣٠	**٠.٧٢٢	**٠.٨٠٤	**٠.٨٠٨
٦		**٠.٧٧٥	**٠.٨٢٣		**٠.٧٨٤	**٠.٥٥٠
٧						**٠.٦٥٨

(**) دالة عند ٠.٠١

جدول رقم (٣)

يوضح معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه
في استمارة مقابلة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	معامل الارتباط					
	الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي			الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي		
	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	محاور الاستشارات الدعوية	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	محاور الاستشارات الدعوية
١	**٠.٧٧٨	**٠.٨٠٩	**٠.٥٦٥	**٠.٥٩٩	**٠.٥٧٧	**٠.٦١٨
٢	**٠.٨٢٢	**٠.٧١١	**٠.٦٦١	**٠.٧٢٣	**٠.٧٣١	**٠.٥١٩
٣	**٠.٦٧٦	**٠.٨٧٩	**٠.٧٨٩	**٠.٦٣٠	**٠.٧٤٤	**٠.٧٦٣
٤	**٠.٨٠٩	**٠.٧٧٩	**٠.٧٤٣	**٠.٧٨١	**٠.٦٥١	**٠.٦٨٦
٥		**٠.٨٧٩	**٠.٧٥٩	**٠.٧٠٢	**٠.٨٢٢	**٠.٥١٣
٦		**٠.٧٩٤	**٠.٧٤٥		**٠.٧٦٧	**٠.٧٨٥
٧						**٠.٥١٩

(**) دالة عند ٠.٠١

جدول رقم (٤)

يوضح معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه
في استمارة مقابلة أفراد المجتمع

م	معامل الارتباط					
	الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي			الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي		
	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	محاور الاستشارات الدعوية	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	محاور الاستشارات الدعوية
١	**٠.٨٤١	**٠.٧٣٠	**٠.٦٨٦	**٠.٧٧٤	**٠.٧٢٢	**٠.٥٧٣
٢	**٠.٨٤٦	**٠.٧٨٦	**٠.٧٩٦	**٠.٧٨٥	**٠.٧٣٤	**٠.٦٨٥
٣	**٠.٨٢٨	**٠.٨٠٩	**٠.٧٦١	**٠.٧٥٧	**٠.٧٥٥	**٠.٧٣٣
٤	**٠.٨٣٥	**٠.٨٢١	**٠.٧٨١	**٠.٧٤٠	**٠.٨١٣	**٠.٦٥٨
٥		**٠.٨٥٦	**٠.٨٣٢	**٠.٧٥٧	**٠.٧٨٨	**٠.٦٣١
٦		**٠.٨٠٣	**٠.٧٩٥		**٠.٧٦٤	**٠.٦٩١
٧						**٠.٦٦٤

(**) دالة عند ٠.٠١

٦. تم حساب مقدار الثبات الكلي للاستثمارات بطريقة " ألفا كورنباخ " ولكل جزء من أجزاء الاستثمار، وكانت النتيجة تمتع الاستثمارات بدرجة ثبات عالية، كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

يوضح معاملات ثبات ألفا كورنباخ لمحاور ومجالات

استمارة مقابلة الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

المحور/ المجال	معامل ثبات ألفا كورنباخ
محاور الاستشارات الدعوية	٠.٧٨٨
الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي	٠.٨٣٥
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري وتنظيمه	٠.٧٦٦
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	٠.٨٧١
محاور الاستشارات الدعوية	٠.٨٥٧
الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي	٠.٧٨٧
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري وتنظيمه	٠.٩٥٤
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	كامل الاستثمار

جدول رقم (٦)

يوضح معاملات ثبات ألفا كورنباخ لمحاور ومجالات

استمارة مقابلة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

المحور/ المجال	معامل ثبات ألفا كورنباخ
محاور الاستشارات الدعوية	٠.٧٤٥
الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي	٠.٨١٠
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري وتنظيمه	٠.٧١٩
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	٠.٨١٨
محاور الاستشارات الدعوية	٠.٨٩٤
الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي	٠.٧٦٠
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري وتنظيمه	٠.٩٤٩
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	كامل الاستثمار

جدول رقم (٧)

يوضح معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور ومجالات استثمار مقابلة أفراد المجتمع

المحور/ المجال	معامل ثبات ألفا كرونباخ
محاور الاستشارات الدعوية	٠.٧٧٣
الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي	٠.٨٥٦
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري وتنظيمه	٠.٨١٦
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	٠.٨٦٨
محاور الاستشارات الدعوية	٠.٨٨٦
الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي	٠.٨٥٥
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري وتنظيمه	٠.٩٥٩
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	كامل الاستثمار

٧. تم تطبيق استمارات المقابلة - بعد اعتمادها في ضوء ما سبق - على عينة عمدية من الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، بلغت (٦٥) خبيراً، وعينة عشوائية من مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، بواقع (٦٠) مسؤولاً، إلى جانب عينة عمدية من أفراد المجتمع، بلغت (٢٠٤) أفراد.

٨. تم مراجعة البيانات بعد جمعها للتأكد من اكتمال الإجابات، وعدم تناقضها.

٩. تم تفرغ البيانات وتبويبها آلياً باستخدام برنامج (spss) الإحصائي.

كما تم تصميم استثمار التصور المقترح للجولة الأولى^(١)، وحُكمت من قبل (٢٠) مختصاً في المجال الدعوي والاستشاري^(٢)، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل^(٣)، ومن ثم البدء في (جولات دلفي) لاعتماد التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، وقد تم توضيح تفاصيل نتائج (جولات دلفي) وتفسيرها في الفصل الثالث من الدراسة.

(١) ملحق رقم (٢): نموذج تحكيم التصور المقترح، ص ٣٨٣.

(٢) ملحق رقم (٤): قائمة بأسماء المحكمين لاستثمار التصور المقترح، ص ٣٩٢.

(٣) ملحق رقم (٩): نموذج استثمار التصور المقترح (الجولة الأولى) بصورته النهائية، ص ٤٠٩.

الحادي عشر: أساليب المعالجة الإحصائية:

- استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية لمعالجة بياناتها، وهي كالاتي:
١. حساب التكرارات والنسب المئوية؛ لبيان نسبة الموافقة في استجابات أفراد عينة الدراسة.
 ٢. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات المحاور؛ لمعرفة اتجاهات استجابات أفراد العينة، وترتيب أولوية الفقرات داخل كل محور.
 ٣. معاملات ارتباط بيرسون، لمعرفة مدى الاتساق - الصدق - الداخلي لأداة الدراسة.
 ٤. معامل "ألفا كرونباخ"، لقياس ثبات الأداة.

الثاني عشر: تقسيمات الدراسة:

المقدمة: تشمل:

- مشكلة الدراسة وأهميتها.
- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- التعريف بمصطلحات عنوان الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- تساؤلات الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- منهج الدراسة.
- مجتمع وعينة الدراسة.
- حدود الدراسة
- إجراءات الدراسة الميدانية.
- أساليب المعالجة الإحصائية.
- تقسيمات الدراسة.

الفصل التمهيدي:

- المبحث الأول: التأصيل الشرعي للاستشارات.
- المبحث الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية.

الفصل الأول: محددات العمل الاستشاري الدعوي.

المبحث الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي.

المبحث الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي.

المبحث الثالث: وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه.

المبحث الرابع: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي.

المبحث الخامس: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي.

الفصل الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية.

المبحث الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي.

المبحث الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي.

الفصل الثالث: التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، بناء

على تطبيق (أسلوب دلفي).

المبحث الأول: تفسير نتائج (جولات دلفي).

المبحث الثاني: التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

الخاتمة: وتشمل أهم النتائج العامة والتوصيات.

الفهارس

الملاحق



الفصل التمهيدي

المبحث الأول: التأصيل الشرعي للاستشارات

المبحث الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في

المملكة العربية السعودية

الفصل التمهيدي

إن دراسة الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية يستلزم وجود تصور واضح عن التأصيل الشرعي للاستشارات ابتداءً، ومن ثم التعرف على نشأة وتطور الاستشارات بصورة عامة في المملكة العربية السعودية؛ وهو ما جعل من الأهمية استعراض ذلك في فصل تمهيدي مستقل، عبر مبحثين، يتناول المبحث الأول: التأصيل الشرعي للاستشارات من القرآن الكريم، والسنة النبوية، وآثار السلف الصالح، ويناقش المبحث الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستويين الرسمي وغير الرسمي.

المبحث الأول

التأصيل الشرعي للاستشارات

تمهيد:

ثبتت مشروعية الاستشارة - الشورى - بالقرآن الكريم، والسنة النبوية المطهرة (القولية والعملية)، وإجماع الصحابة رضي الله عنهم عليها وعملهم بها، ودعا الإسلام إلى الشورى، وحث على الأخذ بها، وأعطاه أهمية كبيرة؛ فرغم اختلاف الفقهاء حول آليات تنفيذ هذا المبدأ من ناحية الاختيار أو الوجوب والإلزام، لكنهم متفقون على ضرورة تحققها بين المسلمين^(١). لذا جاءت أهمية فقه الاستشارة والتأصيل الشرعي لها، وهو ما يتم استعراضه خلال هذا المبحث على النحو التالي:

المطلب الأول: التأصيل الشرعي للاستشارة من القرآن الكريم.

المطلب الثاني: التأصيل الشرعي للاستشارة من السنة النبوية.

(١) انظر: الأم، ج ٧، ص ١٠٠، الشافعي أبو عبد الله محمد بن إدريس، ط [د (ر)، ١٤١٠هـ-١٩٩٠م، دار المعرفة، بيروت]؛ بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ج ٧، ص ١٢، علاء الدين أبو بكر بن مسعود الكاساني الحنفي، ط [الثانية، ١٤٠٦هـ-١٩٨٦م، دار الكتب العلمية، د(م)]؛ الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين، ص ١٥١، مرجع سابق؛ المغني، ج ١٠، ص ٤٦، ابن قدامة المقدسي، ط [د (ر)، ١٣٨٨هـ-١٩٦٨م، مكتبة القاهرة، القاهرة].

المطلب الثالث: التأصيل الشرعي للاستشارة من آثار السلف الصالح.

المطلب الأول: التأصيل الشرعي للاستشارة من القرآن الكريم^(١):

جاء ذكر الشورى باسمها ومشتقاتها في القرآن الكريم، كما تناولت بعض نصوصه ألفاظاً وعبارات تؤدي إلى معنى الشورى، ومن ذلك ما يلي:

١. قال تعالى: ﴿فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِّنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا﴾^(٢).

هذه الآية في موضوع إرضاع الصبي، ووجوب التشاور حول فطامه.

قال الطبري رحمه الله: وأما قوله: ﴿عَنْ تَرَاضٍ مِّنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ﴾، فإنه يعني بذلك: عن تراض من والدي المولود وتشاور منهما، وقال قتادة رحمه الله: إذا أرادت الوالدة أن تفصل ولدها قبل الحولين، فكان ذلك عن تراض منهما وتشاور، فلا بأس به، وقال مجاهد رحمه الله: التشاور فيما دون الحولين، ليس لها أن تطفمه إلا أن يرضى، وليس له أن يطفمه إلا أن ترضى^(٣).

وقال ابن كثير رحمه الله: "فإن اتفق والدا الطفل على فطامه قبل الحولين، ورأيا في ذلك مصلحة له وتشاورا في ذلك وأجمعا عليه فلا جناح عليهما في ذلك"^(٤). ومن هنا تتضح أهمية

(١) انظر: الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين، ص ٤٤، مرجع سابق؛ فقه الاستشارة، ص ٢١، أ.د.

ناصر بن سليمان العمر، ط [الثانية، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م، مكتبة الرشد، الرياض]؛ فقه الشورى: دراسة تأصيلية

نقدية، ص ٢٩، مرجع سابق.

(٢) (سورة البقرة، الآية: ٢٣٣).

(٣) انظر: جامع البيان في تأويل القرآن، ج ٥، ص ٦٧-٦٨، محمد بن جرير الطبري، ط [الأولى، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م،

مؤسسة الرسالة، د(م)].

(٤) تفسير القرآن العظيم، ج ١، ص ٤٨٠، إسماعيل بن عمر بن كثير، تحقيق: محمد حسين شمس الدين، ط [الأولى،

١٤١٩ هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].

التشاوُر في كافة الأمور ما عظم شأنه وما قلّ، ما كان متعلقاً بالمجتمع بأكمله، وما كان متعلقاً بأفراد منه، وذلك لتحقيق المصلحة.

٢. قال تعالى: ﴿فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾﴾^(١).

قال الشافعي رحمه الله: "قال الله تعالى لنبيه ﷺ: ﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾، ولم يجعل الله لهم معه ﷺ أمراً، إنما فرض عليهم طاعته، ولكن في المشاورة استطابة أنفسهم، وأن يستق بها من ليس له على الناس ما لرسول الله ﷺ، والاستدلال بأن يأتي من بعض المشاورين بالخير قد غاب عن المستشير، وما أشبه هذا"^(٢).

وقال القاسمي رحمه الله: "شاوَرهم في الأمر: أي أمر الحرب وغيره تودداً إليهم وتطيباً لنفوسهم واستظهاراً بآرائهم وتمهيداً لسنة المشاورة في الأمة"^(٣). وفي هذه الآية تقرير لمبدأ الشورى في الحكم، وتأكيد وجوبها، ودعوة إلى الاستمسك بها وإشاعتها في الناس.

٣. قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ﴿٢٨﴾﴾^(٤).

قال البغوي رحمه الله: "﴿وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ﴾ يتشاورون فيما يريدوا لهم وَلَا يعجلون"^(٥).

(١) (سورة آل عمران، الآية: ١٥٩).

(٢) تفسير الإمام الشافعي، ج ١، ص ٤٩٣، مُجَدِّد بن إدريس الشافعي، تحقيق: د. أحمد بن مصطفى الفزان، ط [الأولى، ١٤٢٧هـ-٢٠٠٦م، دار التدمرية، المملكة العربية السعودية].

(٣) محاسن التأويل، ج ٢، ص ٤٤٧، مُجَدِّد جمال الدين بن مُجَدِّد القاسمي، تحقيق: مُجَدِّد باسل عيون السود، ط [الأولى، ١٤١٨هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٤) (سورة الشورى، الآية: ٣٨).

(٥) معالم التنزيل في تفسير القرآن، ج ٤، ص ١٥٠، الحسين بن مسعود بن مُجَدِّد البغوي، تحقيق: عبد الرزاق المهدي، ط [الأولى، ١٤٢٠هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت].

وقال القرطبي رحمه الله: " كان الأنصار قبل قدوم النبي ﷺ إليهم إذا أرادوا أمراً تشاوروا فيه ثم عملوا عليه، فمدحهم الله تعالى به" ^(١).

كما قال أبو بكر الجصاص رحمه الله في تفسير الآية: "يدل ذلك على جلالة موقع المشورة لذكره لها مع الإيمان، وإقامة الصلاة، ويدل على أننا مأمورون بها" ^(٢).
وهذا ما يؤكد أن الشورى سمة مميزة للقيادة الناجحة.

٤. قال تعالى: ﴿وَإِنْ خِفْتُمْ شِقَاقَ بَيْنِهِمَا فَأَبْعَثُوا حَكَمًا مِّنْ أَهْلِهِ وَحَكَمًا مِّنْ أَهْلِهَا إِنْ يُرِيدَا إِصْلَاحًا يُوَفِّقِ اللَّهُ بَيْنَهُمَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا خَبِيرًا﴾ ^(٣).

تشير الآية في سياقها إلى أن أمر الشورى مطلوب إذا استحكم النزاع بين الزوجين؛ فالحكمان يتشاوران فيما يكون الأصلح بين الزوجين وبمضيانه، فذكر أبو بكر الجصاص رحمه الله في تفسير الآية: "حكماً من أهله وحكماً من أهلها ليتوليا النظر فيما بينهما ويردّا إلى الحاكم ما يقفان عليه من أمرهما" ^(٤).

٥. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقْتُلُوا الصَّيْدَ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ وَمَنْ قَتَلَهُ مِنْكُمْ مُتَعَمِّدًا فَجَزَاءٌ مِّثْلُ مَا قَتَلَ مِنَ النَّعَمِ يَحْكُمُ بِهِ ذَوَا عَدْلٍ مِّنْكُمْ هَدْيًا بَالِغَ الْكَعْبَةِ﴾ ^(٥).

(١) الجامع لأحكام القرآن، ج ١٦، ص ٣٦، محمد بن أحمد القرطبي، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، ط [الثانية، ١٣٨٤هـ - ١٩٦٤م، دار الكتب المصرية، القاهرة].

(٢) أحكام القرآن، ج ٣، ص ٥١٠، أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص، تحقيق: عبد السلام محمد علي شاهين، [الأولى، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٣) (سورة النساء، الآية: ٣٥).

(٤) أحكام القرآن، ج ٢، ص ٢٣٩، مرجع سابق.

(٥) (سورة المائدة، الآية: ٩٥).

قال البغوي رحمه الله: "يَحْكُمُ بِهِ ذَوَا عَدْلٍ مِّنكُمْ" أي: يحكم بالجزاء رجلان عدلان، وينبغي أن يكونا فقيهين ينظران إلى أشبه الأشياء من النعم فيحكمان به" (١)، ومن ذلك يتبين دخول الشورى في الحكم في جزاء الصيد ولو كان عناقاً.

٦. قال تعالى: ﴿قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِ فِرْعَوْنَ إِنَّ هَذَا لَسَاحِرٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٩﴾ يُرِيدُ أَنْ يُخْرِجَكُمْ مِنْ أَرْضِكُمْ فَمَاذَا تَأْمُرُونَ ﴿١١٠﴾ قَالُوا أَرْجِهْ وَأَخَاهُ وَأَرْسِلْ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ ﴿١١١﴾﴾ (٢).

قال الطبري رحمه الله: "قال فرعون للملأ: ﴿فَمَاذَا تَأْمُرُونَ﴾، يقول: فأبي شيء تأمرون أن نفعل في أمره؟ بأي شيء تشيرون فيه؟" (٣).

وقال ابن كثير رحمه الله: "فلما تشاوروا في شأنه، واثتمروا فيه اتفق رأيهم على ما حكاه الله ﷻ عنهم في قوله تعالى: ﴿قَالُوا أَرْجِهْ وَأَخَاهُ وَأَرْسِلْ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ﴾" (٤)، ومن هنا يتضح أن الشورى عرفت أهميتها في الأمم السابقة كذلك.

٧. قال تعالى: ﴿وَإِذْ يَمْكُرُ بِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا لِيُثْبِتُوكَ أَوْ يَقْتُلُوكَ أَوْ يُخْرِجُوكَ وَيَمْكُرُونَ وَيَمْكُرُ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينَ ﴿٣٠﴾﴾ (٥).

قال قتادة ومقسم رحمهما الله: "تشاوروا فيه ليلة وهم بمكة، فقال بعضهم: إذا أصبح فأوثقوه بالوثاق، وقال بعضهم: بل اقتلوه، وقال بعضهم: بل أخرجوه" (٦).

وقال السعدي رحمه الله: "حين تشاور المشركون في دار الندوة فيما يصنعون بالنبي ﷺ،

(١) معالم التنزيل في تفسير القرآن، ج ٢، ص ٨٤، مرجع سابق.

(٢) (سورة الأعراف، الآيات: ١٠٩-١١١).

(٣) جامع البيان في تأويل القرآن، ج ١٣، ص ٢٠، مرجع سابق.

(٤) تفسير القرآن العظيم، ج ٣، ص ٤٠٩، مرجع سابق.

(٥) (سورة الأنفال، الآية: ٣٠).

(٦) جامع البيان في تأويل القرآن، ج ١٣، ص ٤٩٥، مرجع سابق.

إما أن يثبتوه عندهم بالحبس ويوثقوه، وإما أن يقتلوه، وإما أن يخرجوه ويجلوه من ديارهم^(١).
فالشورى كما تستخدم في الخير، تستخدم في الشر، وهو ما قرره القرآن الكريم في
الآية السابقة والآيات اللاحقة في قصة إخوة يوسف عليه السلام.

٨. قوله تعالى عن إخوة يوسف عليه السلام: ﴿إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِمَّا نَحْنُ
عُصْبَةٌ إِنَّ أَبَانَا لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ ۖ اقْتُلُوا يُوسُفَ وَأَوْطَرِحُوهُ أَرْضًا يَحُلْ
لَكُمْ وَجْهَ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ ۖ قَالَ قَائِلٌ مِنْهُمْ لَا تَقْتُلُوا
يُوسُفَ وَالْقَوْهَ فِي غَيْبَتِ الْجُبِّ يَلْتَقِطُهُ بَعْضُ السَّيَّارَةِ إِنْ كُنْتُمْ فَاعِلِينَ ۖ﴾^(٢).
وكذلك في قصة السرقة التي ذكرها الله تعالى في نهاية السورة ﴿فَلَمَّا اسْتَيْسَسُوا مِنْهُ
خَلَصُوا نَجِيًّا قَالَ كَبِيرُهُمْ أَلَمْ تَعْلَمُوا أَنَّ أَبَاكُمْ قَدْ أَخَذَ عَلَيْكُمْ مَوْثِقًا
مِّنَ اللَّهِ وَمِن قَبْلُ مَا فَرَّطْتُمْ فِي يُوسُفَ فَلَن أَبْرَحَ الْأَرْضَ حَتَّى يَأْذَنَ لِي أَبِي أَوْ
يَحْكُمَ اللَّهُ لِي وَهُوَ خَيْرُ الْحَاكِمِينَ ۖ﴾^(٣).

ذكر أبو بكر الجصاص رحمته الله في تفسير مطلع قصة يوسف عليه السلام مع إخوته: "﴿إِذْ
قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِمَّا نَحْنُ﴾ تفاوضوا فيما بينهم و أظهروا الحسد الذي كانوا
يُضمرونه لقرب منزلته عند أبيهم دونهم^(٤)، وذلك بتشاورهم في كيفية التخلص من يوسف
عليه السلام.

وقال سفيان الثوري رحمته الله في قوله: "﴿فَلَمَّا اسْتَيْسَسُوا مِنْهُ خَلَصُوا نَجِيًّا﴾:

(١) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص ٣١٩، عبد الرحمن بن ناصر السعدي، تحقيق: عبد الرحمن بن معلا

اللوحيق، ط [الأولى، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م، مؤسسة الرسالة، (د م)].

(٢) (سورة يوسف، الآيات: ٨-١٠).

(٣) (سورة يوسف، الآية: ٨٠).

(٤) (أحكام القرآن، ج ٢، ص ٢٣٩، مرجع سابق).

تشاؤروا تشاوراً بوسوسة^(١).

٩. قال تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِثْتُمْ قَالُوا لَبِثْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِثْتُمْ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا﴾^(٢).

تناولت الآية الشورى في قصة أصحاب الكهف، وقد وضّح ابن عاشور رحمته الله معناها بقوله: "وجملة: ﴿قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ﴾ بيان لجملة ﴿لِيَتَسَاءَلُوا﴾، وسميت هذه المحاورة تساؤلاً لأنها تحاور عن تطلب كل رأي الآخر للوصول إلى تحقيق المدة^(٣)، وهذا أحد أهداف الشورى: التوصل لرأي صحيح مناسب.

١٠. قال تعالى: ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ ءَامَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِذَا كَانُوا مَعَهُ عَلَى أَمْرٍ جَامِعٍ لَّمْ يَذْهَبُوا حَتَّى يَسْتَأْذِنُوهُ﴾^(٤).

قال الطبري رحمته الله: "﴿عَلَى أَمْرٍ جَامِعٍ﴾ يقول: على أمر يجمع جميعهم من حرب حضرت، أو صلاة اجتمع لها، أو تشاور في أمر نزل ﴿لَمْ يَذْهَبُوا﴾ يقول: لم ينصرفوا عما اجتمعوا له من الأمر، حتى يستأذنوا رسول الله ﷺ"^(٥).

وقال ابن كثير رحمته الله: "إِذَا كَانُوا فِي أَمْرٍ جَامِعٍ مَعَ الرَّسُولِ ﷺ من صلاة جمعة، أو عيد، أو جماعة، أو اجتماع في مشورة ونحو ذلك، أمرهم الله تعالى أن لا يتفرقوا عنه والحالة

(١) تفسير الثوري، ج ١، ص ١٤٥، سفيان بن سعيد الثوري، ط [الأولى، ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٢) (سورة الكهف، الآية: ١٩).

(٣) (التحرير والتنوير، ج ١٥، ص ٢٨٤، محمد الطاهر بن عاشور، ط [د (ر)، ١٩٨٤ م، الدار التونسية للنشر، تونس].

(٤) (سورة النور، الآية: ٦٢).

(٥) جامع البيان في تأويل القرآن، ج ١٩، ص ٢٢٨، مرجع سابق.

هذه إلا بعد استئذانه ومشاورته"^(١).

١١. قال تعالى: ﴿قَالَ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي أَمْرٍ مَا كُنْتُ قَاطِعَةً أَمْرًا حَتَّى تَشْهَدُونِ﴾^(٢).

قال الطبري رحمه الله: "قالت ملكة سبأ لأشراف قومها: ﴿يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي أَمْرٍ﴾ تقول: أشيروا عليّ في أمري الذي قد حضرني من أمر صاحب هذا الكتاب الذي ألقى إليّ، فجعلت المشورة فتياً، ﴿مَا كُنْتُ قَاطِعَةً أَمْرًا حَتَّى تَشْهَدُونِ﴾ تقول: ما كنت قاضية أمراً في ذلك حتى تشهدون، فأشاوركم فيه"^(٣).

(١) تفسير القرآن العظيم، ج ٦، ص ٨١، مرجع سابق.

(٢) (سورة النمل، الآية: ٣٢).

(٣) جامع البيان في تأويل القرآن، ج ١٩، ص ٤٥٣، مرجع سابق.

المطلب الثاني: التأصيل الشرعي للاستشارة من السنة النبوية^(١):

تم تناول أدلة مشروعية الشورى في السنة النبوية القولية والعملية، سواء ما كان منها بصورة مباشرة وغير مباشرة، وذلك على النحو الآتي:

١. عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ ﷺ لِأَبِي الْهَيْثَمِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: «هَلْ لَكَ حَادِمٌ؟» قَالَ: لَا، قَالَ: «فَإِذَا أَتَانَا سَبِيٌّ^(٢) فَأْتِنَا»، فَأُتِيَ النَّبِيُّ ﷺ بِرَأْسَيْنِ لَيْسَ مَعَهُمَا ثَالِثٌ، فَأَتَاهُ أَبُو الْهَيْثَمِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «اخْتَرِ مِنْهُمَا»، قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، اخْتَرِ لِي، فَقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «إِنَّ الْمُسْتَشَارَ مُؤْتَمَنٌ^(٣)، خُذْ هَذَا، فَإِنِّي رَأَيْتُهُ يُصَلِّي، وَاسْتَوْصِ بِهِ خَيْرًا»، فَقَالَتِ امْرَأَتُهُ: مَا أَنْتَ بِبَالِغٍ مَا قَالَ فِيهِ النَّبِيُّ ﷺ إِلَّا أَنْ تُعْنِفَهُ، قَالَ: فَهُوَ عَتِيقٌ^(٤) ^(٥).

ويتضح من الحديث عظم مسؤولية المستشار، وأهمية العناية بجانب الاستشارة حين التكليف بها، وقد قال ابن عطية رحمته الله: "صفة المستشار في الأحكام أن يكون عالماً ديناً، وقل ما يكون ذلك إلا في عاقل، فقد قال الحسن بن أبي الحسن رحمته الله: ما كمل دين امرئ

(١) انظر: الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين، ص ٤٤، مرجع سابق؛ فقه الاستشارة، ص ٢١، مرجع سابق؛ فقه الشورى: دراسة تأصيلية نقدية، ص ٢٩، مرجع سابق.

(٢) السبي: أي "النهب وأخذ الناس عبيداً وإماءً". (النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة السين مع الهمزة، ص ٤١٧، مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري ابن الأثير، ط [الخامسة، ١٤٣٠هـ، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية]).

(٣) مؤتمن: أي "الذي يثقون إليه ويتخذونه أميناً حافظاً". (النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة الهمزة مع الميم، ص ٤٨، مرجع سابق).

(٤) عتيق: أي "حرته فصار حراً". (المرجع السابق، مادة العين مع التاء، ص ٥٩١).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في الأدب المفرد، باب المستشار مؤتمن، ص ٩٩، رقم الحديث (٢٥٦) (الأدب المفرد، محمد بن إسماعيل البخاري، تحقيق: سمير بن أمين الزهيري، ط [الأولى، ١٤١٩هـ-١٩٩٨م، مكتبة المعارف، الرياض])، قال الشيخ الألباني رحمته الله: صحيح. (صحيح الأدب المفرد، ص ١١٣، محمد بن إسماعيل البخاري، تحقيق وتعليق: محمد ناصر الدين الألباني، ط [الرابعة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م، دار الصديق، د(م)].)

لم يكمل عقله، وصفة المستشار في أمور الدنيا أن يكون عاقلاً مجرباً واداً في المستشار، والشورى بركة" (١).

٢. عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: «أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ شَاوَرَ حِينَ بَلَغَهُ إِفْبَالُ أَبِي سُفْيَانَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: فَتَكَلَّمَ أَبُو بَكْرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، فَأَعْرَضَ عَنْهُ، ثُمَّ تَكَلَّمَ عُمَرُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، فَأَعْرَضَ عَنْهُ، فَقَامَ سَعْدُ بْنُ عُبَادَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، فَقَالَ: إِيَّانَا تُرِيدُ يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ، لَوْ أَمَرْتَنَا أَنْ نُخِضَّهَا (٢) الْبَحْرَ لَأَخْضَنَاهَا، وَلَوْ أَمَرْتَنَا أَنْ نَضْرِبَ أَكْبَادَهَا إِلَى بَرْكِ الْعِمَادِ لَفَعَلْنَا، قَالَ: فَندَبَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ النَّاسَ، فَانْطَلَقُوا حَتَّى نَزَلُوا بَدْرًا...» (٣).

الحديث يوضح استشارة الرسول ﷺ لأصحابه قبل غزوة بدر، وذلك لأهمية استشارة أهل الرأي والخبرة في الأمور المشتركة التي تخص الجماعة أو الأمة، وقيل في شرح الحديث: "قال العلماء: إنما قصد ﷺ اختبار الأنصار رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ لأنه لم يكن بايعهم على أن يخرجوا معه للقتال وطلب العدو، وإنما بايعهم على أن يمنعوهم من يقصده، فلما عرض الخروج لغير أبي سفيان أراد أن يعلم أنهم يوافقون على ذلك فأجابوه أحسن جواب بالموافقة التامة في هذه المرة وغيرها" (٤)؛ وفيه استشارة الأصحاب وأهل الرأي والخبرة.

٣. شَاوَرَ النَّبِيُّ ﷺ أَصْحَابَهُ يَوْمَ أُحُدٍ فِي الْمُقَامِ وَالْخُرُوجِ، فَرَأَوْا لَهُ الْخُرُوجَ، فَلَمَّا لَبَسَ لَأُمَّتَهُ وَعَزَمَ قَالُوا: أَقِم، فَلَمْ يَلِمْ إِلَيْهِمْ بَعْدَ الْعَزْمِ، وَقَالَ: «لَا يَنْبَغِي لِنَبِيِّ يَلْبَسُ لَأُمَّتَهُ (٥) فَيَضَعُهَا حَتَّى

(١) المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، ص ٥٣٤، عبد الحق بن غالب بن عطية، تحقيق: عبد السلام عبد الشافي، مجلد، ط [الأولى، ١٤٢٢ هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٢) الخوض: أي "المشي في الماء وتحريكه". (النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة الخاء مع الواو، ص ٢٨٩، مرجع سابق).

(٣) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الجهاد، باب غزوة بدر، ص ٩٩٤، رقم الحديث (١٧٧٩).

(٤) المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، ج ١٢، ص ١٢٤، يحيى بن شرف النووي، ط [الثانية، ١٣٩٢ هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت].

(٥) اللأمة: أي "الدرع، وقيل: السلاح، ولأمة الحرب: أداته". (النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة اللام مع الهمزة، الهمزة، ص ٨٢٣، مرجع سابق).

يَحْكُمُ اللَّهُ». وَشَاوَرَ عَلِيًّا، وَأُسَامَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا فِيمَا رَمَى بِهِ أَهْلُ الْإِفْكِ ^(١) عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا فَسَمِعَ مِنْهُمَا حَتَّى نَزَلَ الْقُرْآنُ، فَجَلَدَ الرَّامِينَ، وَلَمْ يَلْتَفِتْ إِلَى تَنَازُعِهِمْ، وَلَكِنْ حَكَمَ بِمَا أَمَرَهُ اللَّهُ... ^(٢).

فكان الرسول ﷺ يستشير فإذا عزم لم يرجع؛ وهو ما حدث في غزوة أحد عندما شاور أصحابه رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ في البقاء داخل المدينة أو الخروج، فما مال إلى كلامهم بعد العزم، وقال: ليس ينبغي له إذا عزم على أمر أن ينصرف عنه لأنه نقض للتوكل الذي أمر الله به عند العزيمة، كما شاور النبي ﷺ علي بن أبي طالب، وأسامه بن زيد رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا فيما رمى به أهل الإفك أم المؤمنين عائشة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا فسمع كلامهما ولم يعمل به حتى نزل القرآن الكريم، فجلد الرامين ولم يلتفت إلى تنازعهما، ولكن حكم بما أمره الله به؛ لذا اتخذ السلف الصالح من بعد النبي ﷺ ذلك منهجاً في استشارة أهل العلم، وسلوك مبدأ التيسير مالم يخالف ذلك الشرع ^(٣).

٤. عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ إِسْحَاقَ، عَنْ الزُّهْرِيِّ، عَنْ سَالِمٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ أَبِيهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ اسْتَشَارَ النَّاسَ لِمَا يُهْمُّهُمْ ^(٤) إِلَى الصَّلَاةِ، فَذَكَرُوا الْبُوقَ فَكَرِهَهُ مِنْ أَجْلِ الْيَهُودِ، ثُمَّ ذَكَرُوا النَّاقُوسَ، فَكَرِهَهُ مِنْ أَجْلِ النَّصَارَى، فَأَرَى النَّدَاءَ تِلْكَ اللَّيْلَةَ رَجُلٌ مِنَ الْأَنْصَارِ يُقَالُ لَهُ: عَبْدُ اللَّهِ بْنُ زَيْدٍ، وَعُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا فَطَرَقَ الْأَنْصَارِيُّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ لَيْلًا، فَأَمَرَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ بِأَلَا، فَأَذَّنَ ^(٥).

(١) الإفك: "الإفك في الأصل: الكذب، وأراد به ها هنا ما كُذِبَ عليها مما رُميت به". (المرجع السابق، مادة الهمزة مع الفاء، ص ٤١).

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الاعتصام، باب قول الله تعالى: ﴿وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ﴾...، ص ٦١٣.

(٣) انظر: عمدة القاري شرح صحيح البخاري، ج ٢٥، ص ٧٩، محمود بن أحمد الغيتابي، ط [د (ر.ت)، دار إحياء التراث العربي، بيروت].

(٤) يهيمهم: يقال: "همه الأمر، وأهمه، إذا أوقعه في الهم: أي لما يوقعهم في التعب والشدة". (حاشية السندي على سنن ابن ماجه، ج ١، ص ٢٤١، نور الدين السندي، ط [د (ر.ت)، دار الجيل، بيروت]).

(٥) أخرجه ابن ماجه في سننه، كتاب الصلاة، باب بدء الأذان، ص ٢٥١٩، رقم الحديث (٧٠٧)؛ قال الشيخ الألباني رحمته الله: حسن. (انظر: الدرر السنية، الموسوعة الحديثية، <http://www.dorar.net>).

وبظهر من سياق الحديث حرص النبي ﷺ على استشارة أصحابه رضي الله عنهم فيما يزيد همتهم وإقبالهم على الصلاة والاهتمام بشأن المسارعة إليها، وذلك قبل أن يُشرع الأذان، وباستقراء النص يُتوصل إلى أن المستشار إذا رأى أن رأي المستشار يخالف الشرع لا يأخذ به.

٥. استشارة الرسول ﷺ أم سلمة رضي الله عنها في صلح الحديبية عندما أمر الصحابة رضي الله عنهم أن يحلوا بالحلقة بعد النحر، فما قام منهم رجل واحد؛ ففي الرواية: «... دَخَلَ عَلَى أُمِّ سَلَمَةَ رضي الله عنها، فَذَكَرَ لَهَا مَا لَقِيَ مِنَ النَّاسِ، فَقَالَتْ أُمُّ سَلَمَةَ رضي الله عنها: يَا نَبِيَّ اللَّهِ، أَتُحِبُّ ذَلِكَ؟ أَخْرُجْتُ ثُمَّ لَا تُكَلِّمُ أَحَدًا مِنْهُمْ كَلِمَةً، حَتَّى تَنْحَرَ بُدْنَكَ، وَتَدْعُو حَالِقَكَ فَيَحْلِقَكَ، فَخَرَجَ فَلَمْ يُكَلِّمْ أَحَدًا مِنْهُمْ حَتَّى فَعَلَ ذَلِكَ: نَحَرَ بُدْنَهُ، وَدَعَا حَالِقَهُ فَحَلَقَهُ، فَلَمَّا رَأَوْا ذَلِكَ قَامُوا، فَنَحَرُوا...»^(١).

ويتبين من أخذ الرسول ﷺ بمشورة أم المؤمنين أم سلمة رضي الله عنها في ذلك الشأن العظيم، أنه لا فرق بين الرجل والمرأة في جانب الاستشارة إذا كان الرأي صواباً، ويخدم المصلحة العامة.

(١) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الشروط، باب الشروط في الجهاد والمصالحة...، ص ٢١٧، رقم الحديث (٢٧٣١، ٢٧٣٢).

المطلب الثالث: التأصيل الشرعي للاستشارة من آثار السلف الصالح^(١):

استخدم السلف الصالح عليه السلام الشورى منهجاً؛ اتباعاً لما جاء في الكتاب والسنة، واتضح ذلك من آثارهم، والمتمثل أهمها في التالي:

١. كَانَتِ الْأَئِمَّةُ بَعْدَ النَّبِيِّ عليه السلام يَسْتَشِيرُونَ الْأَمَنَاءَ مِنْ أَهْلِ الْعِلْمِ فِي الْأُمُورِ الْمُبَاحَةِ لِيَأْخُذُوا بِأَسْهَلِهَا، فَإِذَا وَضَحَ الْكِتَابُ أَوْ السُّنَّةُ لَمْ يَتَعَدَّوْهُ إِلَى غَيْرِهِ، اقْتِدَاءً بِالنَّبِيِّ عليه السلام؛ فَرَأَى أَبُو بَكْرٍ رضي الله عنه قِتَالَ مَنْ مَنَعَ الزَّكَاةَ، فَقَالَ عُمَرُ رضي الله عنه: كَيْفَ تُقَاتِلُ النَّاسَ وَقَدْ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ عليه السلام: «أُمِرْتُ أَنْ أَقَاتِلَ النَّاسَ حَتَّى يَقُولُوا لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، فَإِذَا قَالُوا: لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ عَصَمُوا مِنِّي دِمَاءَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ إِلَّا بِحَقِّهَا وَحَسَابُهُمْ عَلَى اللَّهِ»؟ فَقَالَ أَبُو بَكْرٍ رضي الله عنه: وَاللَّهِ لَا أَقَاتِلَنَّ مَنْ فَرَّقَ بَيْنَ مَا جَمَعَ رَسُولُ اللَّهِ عليه السلام، «ثُمَّ تَابَعَهُ بَعْدُ عُمَرُ رضي الله عنه فَلَمْ يَلْتَفِتْ أَبُو بَكْرٍ رضي الله عنه إِلَى مَشُورَةٍ إِذْ كَانَ عِنْدَهُ حُكْمُ رَسُولِ اللَّهِ عليه السلام فِي الَّذِينَ فَرَّقُوا بَيْنَ الصَّلَاةِ وَالزَّكَاةِ وَأَرَادُوا تَبْدِيلَ الدِّينِ وَأَحْكَامِهِ»، وَقَالَ النَّبِيُّ عليه السلام: «مَنْ بَدَّلَ دِينَهُ فَاقْتُلُوهُ»، وَكَانَ الْقُرَاءُ أَصْحَابَ مَشُورَةِ عُمَرَ رضي الله عنه كَهُولًا كَانُوا أَوْ شُبَّانًا، وَكَانَ وَقَافًا عِنْدَ كِتَابِ اللَّهِ وعنه^(٢).

ومن هنا يتبين أن الاستشارة لا بد أن تُبنى على أسس سليمة وصحيحة، خاصة إذا كانت تتعلق بالجانب الشرعي والدعوي؛ إذ الجهاد في سبيل الله تعالى يُعد أحد الوسائل الدعوية. وقد عني السلف الصالح عليه السلام من الخلفاء الراشدين رضي الله عنهم ومن تبعهم بإحسان بجانب انتقاء من يتم استشارتهم واشتراط أن يكون منهمجهم الكتاب والسنة.

٢. عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رضي الله عنه: «أَنَّ النَّبِيَّ عليه السلام أُتِيَ بِرَجُلٍ قَدْ شَرِبَ الْخَمْرَ، فَجَلَدَهُ بِجَرِيدَتَيْنِ نَحْوِ الْأَرْبَعِينَ»، قَالَ: "وَفَعَلَهُ أَبُو بَكْرٍ رضي الله عنه. فَلَمَّا كَانَ عُمَرُ رضي الله عنه اسْتَشَارَ النَّاسَ، فَقَالَ

(١) انظر: الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين، ص ٤٤، مرجع سابق؛ فقه الاستشارة، ص ٢١، مرجع سابق؛ فقه الشورى: دراسة تأصيلية نقدية، ص ٢٩، مرجع سابق.

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الاعتصام، باب قول الله تعالى: ﴿وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ﴾...، ص ٦١٣.

عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ عَوْفٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: أَحَفُّ الْحُدُودِ ثَمَانُونَ، قَالَ: " فَأَمَرَ بِهِ عُمَرُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ"^(١).

"وبيان ذلك أن رسول الله ﷺ لم يحد في ذلك حداً يرجع إليه، وإنما كان مقصوده التأديب والردع، فاتفق أنه جلد نحو الأربعين، فلما تتابع الناس في شرب الخمر رأى عمر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ الزيادة في الردع، وأصل الردع مسنون، فكذلك فرعه، ثم إنما أطلقه بعدد مشروع ولم يقف برأيه على عدد"^(٢)؛ لذا جازت الاستشارة هنا، فاستشار عمر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ ثقة: عبد الرحمن بن عوف رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ؛ أحد العشرة المبشرين بالجنة.

٣. أَنَّ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ حَطَبَ يَوْمَ جُمُعَةٍ، فَذَكَرَ نَبِيَّ اللَّهِ ﷺ، وَذَكَرَ أَبَا بَكْرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، وَقَالَ: إِنِّي قَدْ رَأَيْتُ كَأَنَّ دِيكًا قَدْ نَقَرَنِي نَقْرَتَيْنِ، وَلَا أَرَاهُ إِلَّا لِحُضُورِ أَجَلِي، وَإِنَّ أَقْوَامًا يَأْمُرُونِي أَنْ أَسْتَخْلِفَ، وَإِنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُنْ لِيُضَيِّعْ دِينَهُ، وَلَا خِلَافَتَهُ، وَالَّذِي بَعَثَ بِهِ نَبِيَّهُ ﷺ، فَإِنْ عَجَلَ بِي أَمْرٌ فَالْخِلَافَةُ شُورَى بَيْنَ هَؤُلَاءِ السِّتَةِ الَّذِينَ تُؤَيِّي رَسُولُ اللَّهِ ﷺ وَهُوَ عَنْهُمْ رَاضٍ...^(٣).

فلقد كان عمر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ حريصاً على تطبيق مبدأ الشورى طيلة فترة خلافته إلى آخر حياته، فلم يستخلف بعده أحداً بعينه، بل فتح المجال للاستشارة في أمر الخلافة بصورة منضبطة، بتحديد أهل الرأي والمشورة فقال: فالخلافة شورى بين هؤلاء الستة: "بمعنى شورى يتشاورون فيه ويتفقون على واحد من هؤلاء الستة: عثمان وعلي وطلحة وزيبر وسعد بن أبي وقاص وعبد الرحمن بن عوف رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ، ولم يدخل سعيد بن زيد رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ معهم وإن كان من العشرة لأنه من أقاربه فتورع عن إدخاله كما تورع عن إدخال ابنه عبد الله رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ"^(٤).

(١) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الحدود، باب حد الخمر، ص ٩٨٠، رقم الحديث (١٧٠٦).

(٢) كشف المشكل من حديث الصحيحين، ج ١، ص ١٦٥، عبد الرحمن بن علي الجوزي، تحقيق: علي حسين البواب، ط [د (ر.ت)، دار الوطن، الرياض].

(٣) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب المساجد ومواضع الصلاة، باب نهي من أكل ثوماً أو بصلاً...، ص ٧٦٥، رقم الحديث (٥٦٧).

(٤) المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، ج ٥، ص ٥٢، مرجع سابق.

٤. كان عمر بن الخطاب رضي الله عنه يكتب لعماله يأمرهم بالتشاور، ويتمثل لهم في كتبه بقول الشاعر:

خَلِيلِي لَيْسَ الرَّأْيُ فِي صَدْرٍ وَاحِدٍ أَشِيرَا عَلَيَّ بِالَّذِي تَرَى بَانٍ^(١)

وذلك يؤكد حرص عمر رضي الله عنه على رعيته وولاته، وإيجاد سبل إصلاح المجتمع الإسلامي، وتحقيق العدالة، والمحبة بين الراعي والرعية، بإلزام من ولاه الله عليهم على تطبيق مبدأ الشورى، واعتبار ذلك حاجة وضرورة لاتخاذ القرار.

٥. قال عمرو بن العاص رضي الله عنه: "ما نزلت بي قط عظيمة فأبرمتها حتى أشاور عشرة من قريش، فإن أصبت كان الحظ لي دونهم، وإن أخطأت لم أرجع على نفسي بلائمة"^(٢)، وهو ما يكشف فائدة استشارة أولي الألباب والرشاد، سواء أصاب رأيهم أم أخطأ؛ فتكون المسؤولية جماعية، لا فردية.

٦. عَنِ الْحَسَنِ رضي الله عنه قَالَ: "وَاللَّهِ مَا اسْتَشَارَ قَوْمٌ قَطُّ إِلَّا هُدُوا لِأَفْضَلِ مَا بِحَضْرَتِهِمْ، ثُمَّ تَلَا: ﴿وَأْمُرْهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ﴾"^(٣)^(٤). مما يثبت أن عائد الاستشارة الهداية، وتحقيق النجاح في مختلف جوانب الحياة الدنيوية والدنيوية، وعدم الخسارة بإذن الله ويعلي.

٧. أَنَّ عُمَرَ بْنَ عَبْدِ الْعَزِيزِ رضي الله عنه اسْتَشَارَ النَّاسَ يَوْمًا، قَالَ: مَا تَقُولُونَ فِي هَذِهِ الْقَسَامَةِ^(٥)؟

(١) التحرير والتنوير، ج ٤، ص ١٥٠، مرجع سابق.

(٢) الآداب الشرعية، ج ١، ص ٣٤٧، محمد بن مفلح المقدسي، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، وعمر القيّام، ط [الرابعة، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، مؤسسة الرسالة، بيروت].

(٣) (الشورى، الآية: ٣٨).

(٤) أخرجه الإمام البخاري في الأدب المفرد، باب المشورة، ج ١، ص ١٠٠، رقم الحديث (٢٥٨)؛ قال الشيخ الألباني رحمته الله: صحيح الإسناد. (صحيح الأدب المفرد، ص ١١٤، مرجع سابق)

(٥) الْقَسَامَةُ: من "أقسم يُقسم قسمًا وقسامًا: إذا حلف. وقد جاءت على بناء الغرامة والحمالة؛ لأنها تلزم أهل الموضع الذي يوجد فيه القتل". (النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة القاف مع السين، ص ٧٥٢، مرجع سابق).

فَقَالُوا: "حَقُّ قَضَىٰ بِهَا رَسُولُ اللَّهِ ﷺ، وَقَضَتْ بِهَا الْخُلَفَاءُ قَبْلَكَ"^(١).

لذا لا تكاد تجد شخصية كان لها أثر على مرّ العصور، إلا تجد في سيرتها عدم التفرد بالرأي، وتطبيق مبدأ الاستشارة مع كل من يحيط بها.

٨. قال الطبري رحمه الله: "فأما النبي ﷺ، فإن الله كان يُعَرِّفه مطالب وجوه ما حزه من الأمور بوحيه، أو إلهامه إياه صواب ذلك، وأما أمته، فإنهم إذا تشاوروا مستنين بفعله في ذلك على تصادق وتأخ للحق، وإرادة جميعهم للصواب، من غير ميل إلى الهوى، ولا حيد عن هدى، فالله مسددهم وموفقهم"^(٢)، فالمشورة السليمة الموفقة تستلزم رأياً سديداً مستمسكاً بالسنة، وإرادة الحق، والبعد عن الضلال ومتابعة الهوى.

٩. قال المروزي رحمه الله: "كان أبو عبدالله - الإمام أحمد بن حنبل رحمه الله - لا يدع المشورة إذا كان في أمرٍ حتى إن كان ليُشاور من هو دونه، وكان إذا أشار عليه من يثق به أو أشار عليه من لا يتهمه من أهل التُّسك من غير أن يشاوره قَبْلَ مشورته، وكان إذا شاوره الرجل اجتهد له رأيه، وأشار عليه بما يرى من صلاح، وظاهر هذا أنه يُشاور في كل ما يَهْمُ به"^(٣)؛ لذا فمن أهم مقومات الاستشارة الموفقة: التواضع، وقبول الحق أياً كان مقدّمها، وعدم الاستهانة بجانب الاستشارة في كل أمر ذي بال يُقبل عليه، هذا بالنسبة للمستشير، أما المستشار فيلزمه الصدق والأمانة في بذل رأيه، واستفراغ الجهد للنصح لمن طلب مشورته.

١٠. قال ابن الجوزي رحمه الله: "ومن فوائد المشاورة أن المشاور إذا لم ينجح أمره، علم أن امتناع النجاح محض قدر، فلم يلم نفسه، ومنها أنه قد يعزم على أمر، فيبين له الصواب في قول غيره، فيعلم عجز نفسه عن الإحاطة بفنون المصالح"^(٤).

(١) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب المغازي، باب قصة عكل وعرينة، ص ٣٤٤، رقم الحديث (٤١٩٣).

(٢) جامع البيان في تأويل القرآن، ج ٧، ص ٣٤٥، مرجع سابق.

(٣) الآداب الشرعية والمنح المرعية، ج ١، ص ٣٢٣، مرجع سابق.

(٤) زاد المسير في علم التفسير، ص ٣٤٠، عبد الرحمن بن علي الجوزي، تحقيق: عبد الرزاق المهدي، ط [الأولى،

١٤٢٢هـ، دار الكتاب العربي، بيروت].

فالاستشارة تبني شخصية متوازنة: متوكلة على الله مع الأخذ بالأسباب، بعيدة عن تحميل النفس ما لا تحتمل من الملامة، مع عدم الكبر والغرور، وهما آفتان يشتكي البعض من الوقوع في إحداهما.

ومما سبق عرضه يتضح أن الاستشارة مبدأ إسلامي عظيم أصيل، يدخل في كل أمر يحتاج إلى الرأي واتخاذ القرار قلّ أو كبر شأنه.



المبحث الثاني

نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية

تمهيد:

بموجب كون المملكة العربية السعودية دولة عربية إسلامية، دستورها كتاب الله وسنة رسوله ﷺ، هدفها الأول إقامة حكم الله ﷻ، وتحقيق الأمن والعدالة والرفاهية والرخاء لكل مواطن ومقيم، فقد كان من شأنها أن تسعى لتسخير كافة الموارد والمهارات البشرية والمادية؛ لتصبح دولة متطورة تراعي في بيئتها الهيكلية والتنظيمية أن تكون وفق أحدث ما وصلت إليه النظم الإدارية والسياسية والاجتماعية؛ لذا كانت من أولويات سياساتها تطبيق الشورى في مختلف أنظمتها، وتشجيع كافة المؤسسات التي تحت منظومتها على اعتماد ذلك المبدأ، وتفعيل جانب الاستشارات بما يراعي المصلحة العامة، ومتطلبات التنمية والسياسة العليا للدولة، سواء كان بصورة رسمية أو غير رسمية^(١)، ويتم خلال هذا المبحث استعراض أبرز صور ذلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى الرسمي.

المطلب الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى غير الرسمي.

(١) يُقصد بصورة رسمية: أي يكون تفعيل الاستشارات في سياستها أحد أهداف ومقاصد المؤسسة الراعية لذلك، أما غير رسمية: لا تكون الاستشارات مقصداً مباشراً لأهداف المؤسسة وإن كانت تفعله في سياستها، أو تُشرف على جهات تعتمد تفعيله بصورة مباشرة.

المطلب الأول: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى الرسمي:

لقد مرت الشورى بمراحل عدة منذ دخول الملك عبد العزيز رحمه الله مكة المكرمة عام ١٣٤٣هـ/١٩٢٤م؛ حيث دعا آنذاك إلى الشورى، وجعلها ركيزة أساساً في حكمه؛ تثبيتاً لأمر المشاورة وفق الأسس الشرعية، وهي نواة لدولة إسلامية شورية، دستورها الكتاب والسنة^(١). وتظهر نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى الرسمي في المؤسسات التالية:

أولاً: مجلس الشورى^(٢):

جاء تأسيس أول مجلس منتخب في ٢٤/٥/١٣٤٣هـ، أُطلق عليه المجلس الأهلي الشوري برئاسة الشيخ: عبد القادر بن علي الشيبني^(٣) رحمه الله، ويضم في عضويته (١٢) عضواً، ولما كان بناء الدولة لم يكتمل، فقد نيط بهذا المجلس تنظيم مواد أساسية لإدارة البلاد، ولم يكن هناك نظام يحدد عمل المجلس، واستمر هذا المجلس حوالي ستة أشهر.

ورغبة في توسيع دائرة المشاركة، فقد تم حل المجلس السابق، وصدر الأمر في ١٣٤٤/١/٨هـ، بتشكيل مجلس منتخب يمثل جميع حارات مكة المكرمة، وعددها (١٢) حارة، على أن يكون اثنان من العلماء، وواحد عن التجارة، إضافة إلى ثلاثة أعضاء يعينهم السلطان من أعيان البلد، وهنا نلاحظ الجمع بين الانتخاب والتعيين، حيث جاء المجلس برئاسة

(١) انظر: موقع مجلس الشورى، مسيرة المجلس، <http://www.shura.gov.sa>.

(٢) انظر: المرجع السابق.

(٣) هو عبد القادر بن علي بن محمد بن زين العابدين الشيبني (١٢٤٧-١٣٥١هـ)، شيخ سدة الكعبة، ولد بمكة المكرمة ونشأ بها، اشتغل بطلب العلم من صغره، وقرأ على والده، وأخذ عن جمع من العلماء، وكان ذا دراية بالفقه الشافعي، ومشاركة في علوم العربية، وكان ذا صلاح وصاحب نفوذ، يحضر مجالسه أهل العلم وكبار الحجاج. (انظر: موقع ويكيبيديا، <http://ar.wikipedia.org>).

الشيخ: محمد بن عبدالرحمن المرزوقي^(١)، والشيخ: عبد القادر بن علي الشبيبي رحمته الله، نائباً للرئيس، و(١٥) عضواً، والشيخ: محمد سرور الصبان^(٢)، أميناً للسر رحمته الله.

ومن ثم صدر أمر ملكي في ١٣٤٦/١/٩هـ، بتعديل القسم الرابع من التعليمات الأساسية الخاصة بمجلس الشورى، بحيث يعمل المجلس وفقاً للنظام الجديد المعدل، الذي بموجبه يتم تشكيل الأعضاء بانتخاب الحكومة: أربعة بعد استشارة أهل الفضل والخبرة، وأربعة تختارهم الحكومة بمعرفتها، يكون اثنان منهم من أهل نجد، أما نظام المجلس، فقد صدر في (١٥) مادة، أظهرت في تنظيمها تجارب المجلس السابقة، وهو بذلك يُعد أول نظام للمجلس، ويلزم بأعضاء مفرغين، عددهم ثمانية أعضاء، برئاسة النائب العام للملك سمو الأمير: فيصل بن عبد العزيز رحمته الله، على أن ينعقد المجلس مرتين في الأسبوع، ويمكن أن يجتمع أكثر من ذلك بناء على دعوة من رئيسه كلما دعت الحاجة، ويُعد هذا العام تاريخ التأسيس الفعلي لمجلس الشورى في عهد الملك عبد العزيز رحمته الله.

ونظراً لكثرة الأعمال المنوطة بالمجلس، فقد اقتضت المصلحة إجراء بعض التعديلات في نظامه، حيث صدر في العام نفسه نظام آخر معدل في (١٤) مادة، وكانت التعديلات التي تم إدخالها في هذا النظام، هي: إطلاق العدد الذي يؤلف منه أعضاء المجلس، وبلغ العدد ذلك العام (١٢) عضواً، بعد أن كان محددًا بثمانية أعضاء، إضافة إلى تعيين نائب دائم للمجلس من قبل الملك، وانتخاب نائب ثان من قبل المجلس، وتحديد المادة الثامنة انعقاد جلسات

(١) هو محمد بن عبد الرحمن بن محبوب المرزوقي (١٢٨٤-١٣٦٥هـ)، المكّي بأبي حسين الحنفي المكي. ولد بمكة المكرمة ونشأ بها، قام بالتدريس في المسجد الحرام، وتولى القضاء في العهد العثماني بمكة المكرمة، وكان عضواً بمحكمة التعزيرات، وعضواً بإدارة عين زبيدة، وعضواً بهيئة التمييز، وفي العهد الهاشمي عُيّن عضواً بهيئة المعارف، وفي العهد السعودي عُيّن رئيساً للمحكمة الكبرى، ورئيساً للمجلس الأهلي الاستشاري، وعضواً بهيئة رئاسة القضاء، ووكيلاً لرئيس القضاة عند غيابه. توفي بمكة المكرمة. (انظر: موقع ويكيبيديا، <http://ar.wikipedia.org>).

(٢) هو محمد بن سرور الصبان، ولد بالقنفذة عام ١٣١٦هـ، وعُيّن رئيس كتاب بلدية مكة المكرمة في عام ١٣٤٣هـ، ثم سكرتيراً للمجلس الأهلي، وترقى في الوظائف الحكومية حتى عُيّن وزيراً للمالية بعد وفاة الملك عبدالعزيز رحمته الله، وتعين أميناً عاماً لرابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة عام ١٣٨٢هـ، كما أنشأ مكتبة ثقافية عامة في كل من مكة المكرمة وجدة. (انظر: موقع ويكيبيديا، <http://ar.wikipedia.org>).

المجلس يومياً بعد أن كانت مرات انعقاده اثنتين في الأسبوع، كما صدر عن المجلس في العام نفسه ملحق للنظام في سبع مواد، تمت صياغته ليكون أكثر ملاءمة وتنظيماً لسير أعمال المجلس، وقد صدر لاحقاً بعد إدخال بعض التعديلات، تحت اسم: (النظام الداخلي لمجلس الشورى) في (٢٤) مادة، واستمر مجلس الشورى بنظامه المذكور دون تعديل، وظل يمارس قدراً واسعاً من الصلاحيات إلى أن تأسس مجلس الوزراء عام ١٣٧٣هـ/١٩٥٣م، حيث جرى توزيع الكثير من صلاحيات مجلس الشورى بين مجلس الوزراء، والأجهزة الحكومية الجديدة، والمطورة وفق أنظمتها، لكن مجلس الشورى ظل يواصل جلساته ويستعرض ما يحال إليه وفق نظامه، وإن لم يكن بالمستوى الذي كان عليه من قبل، هذا وقد عقد المجلس القديم منذ عهد الملك عبد العزيز رحمه الله حتى نهاية عهد الملك خالد بن عبد العزيز رحمه الله (٦٢٢٢) جلسة، أُصدر خلالها (٩٣٤٩) قراراً، وعدد دوراته بلغت (٥١) دورة.

وعندما قطعت المملكة العربية السعودية شأناً بارزاً في التنمية قام خادم الحرمين الشريفين الملك فهد بن عبد العزيز رحمه الله بتحديث الأنظمة في البلاد؛ فأعلن في خطابه التاريخي الذي ألقاه يوم ٢٧/٨/١٤١٢هـ عن إصدار الأنظمة الثلاثة، نظام الحكم، ونظام مجلس الشورى، ونظام المناطق، حيث رَسَخ دعائم الشورى في المملكة بإصداره نظاماً جديداً لمجلس الشورى يحل محل نظام المجلس القديم الصادر في عام ١٣٤٧هـ، واعتماده رحمه الله لللائحة الداخلية للمجلس والقواعد الملحق بها في تاريخ ٣/٣/١٤١٤هـ، ومن ثم تكوينه للمجلس في دورته الأولى من رئيس و(٦٠) عضواً، وفي دورته الثانية صار المجلس مكوناً من رئيس و(٩٠) عضواً، وفي دورته الثالثة أصبح المجلس مكوناً من رئيس و(١٢٠) عضواً، وفي دورته الرابعة صار المجلس مكوناً من رئيس و(١٥٠) عضواً، من أهل العلم والخبرة والاختصاص.

وأولى خادم الحرمين الشريفين الملك عبد الله بن عبد العزيز رحمه الله عنايته القصوى بهذا المجلس بعد أن تولى في ٢٦/٦/١٤٢٦هـ الحكم في البلاد؛ تمثلت في دعمه لمسيرته وتعزيزه لأهدافه منذ كان ولياً للعهد، حيث قام رحمه الله بإلقاء عدد من الخطابات الملكية نيابة عن الملك في بداية أعمال بعض سنوات دورتي المجلس الثالثة، والرابعة، إلى جانب ما أولاه من دعم من

خلال تعديل بعض مواد نظام المجلس كي تتفق والمتغيرات الإيجابية المتنامية التي تعيشها المملكة العربية السعودية بما يحقق الرفاه للوطن والمواطن.

وأثبتت النخبة التي تكوّن منها هذا المجلس الحديث خلال دوراته الأربع جدارتها بما أنجزته من أعمال كبيرة، وقرارات مهمة خلال فترة وجيزة، حيث عقد المجلس في حلته الجديدة حتى نهاية السنة الأولى من دورته الخامسة (١١٤١) جلسة، وأصدر خلالها (١٣٦١) قراراً.

ويُبدى مجلس الشورى الرأي في السياسات العامة للدولة التي تحال إليه من رئيس مجلس الوزراء، وله على وجه الخصوص ما يلي:

١. مناقشة الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وإبداء الرأي نحوها.
٢. دراسة الأنظمة واللوائح والمعاهدات والاتفاقيات الدولية والامتيازات، واقتراح ما يراه بشأنها.
٣. تفسير الأنظمة.
٤. مناقشة التقارير السنوية التي تقدمها الوزارات، والأجهزة الحكومية الأخرى، واقتراح ما يراه حيالها^(١).

ولمجلس الشورى اقتراح مشروع نظام جديد، أو اقتراح تعديل نظام نافذ، ودراسة ذلك في المجلس، وعلى رئيس مجلس الشورى رفع ما يقرره المجلس للملك^(٢).

وهذا ما يؤكد اضطلاع المملكة العربية السعودية بدور بارز في مجال تطوير جانب الاستشارات في أساسيات أنظمتها منذ بداية نشأتها، والاستفادة من أهل الخبرة والاختصاص في هذا المجال في كافة المجالات.

(١) انظر: المادة الخامسة عشرة (موقع مجلس الشورى، نظام مجلس الشورى، <http://www.shura.gov.sa>).

(٢) انظر: المادة الثالثة والعشرين، حيث صدر الأمر الملكي ذو الرقم : أ / ١٨١ في تاريخ : ١٤ ذو الحجة ١٤٢٨هـ بتعديل هذه المادة (موقع مجلس الشورى، نظام مجلس الشورى، <http://www.shura.gov.sa>).

ثانياً: وزارة العمل والتنمية الاجتماعية^(١):

اعتنت وزارة العمل والتنمية الاجتماعية^(٢) بجانب الإرشاد الأسري، وجعلت ذلك أحد أهداف وسياسات وكالتي الوزارة للرعاية والتنمية الاجتماعية، تمشياً مع الأهداف العامة لخطط التنمية الوطنية، وبخاصة ما يدعو منها للاهتمام بتنمية المجتمع السعودي؛ فنصت على الاهتمام ببرامج التوعية والإرشاد الأسري، من خلال عقد الحملات التوعوية، والندوات، واللقاءات في مجالات الشؤون الاجتماعية المختلفة، ونشر الوعي الاجتماعي عبر وسائل الاتصال المسموعة والمقروءة والمرئية بالتنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة مع التركيز على التوعية الوقائية.

فالإرشاد الأسري يُعد من المفاهيم الحديثة التي ظهرت في الدراسات الاجتماعية، خاصة بعد أن مرت المجتمعات الإنسانية بتغيرات سريعة وكبيرة في عدد من النظم والبنى الاجتماعية الأساسية، ويهدف إلى مساعدة الفرد من خلال العلاقة المهنية بين المرشد والمسترشد، وهذه العلاقة تحكمها مبادئ وأخلاقيات مهنية.

وانطلاقاً من حرص وزارة العمل والتنمية الاجتماعية على تفعيل إسهاماتها الاجتماعية الوقائية تم إنشاء مركز الإرشاد الأسري للتعامل المهني والعلمي مع المشكلات التي يواجهها بعض أفراد المجتمع السعودي، وتقديم الإرشادات المناسبة عن طريق رقم هاتف مجاني خاص بالمركز وبسرية تامة، وذلك بهدف تقديم الحلول الملائمة وفق منظور علمي يتوافق مع الثوابت والأطر المرجعية للمجتمع السعودي.

ويعالج مركز الإرشاد الأسري: (المشكلات الأسرية، المشكلات الشخصية، المشكلات الدراسية، المشكلات الشرعية المرتبطة بالجوانب الاجتماعية)، وتستهدف: (الأسر المعرضة للتفكك بأشكاله المختلفة، الأراذل والمطلقات اللاتي لا يستطعن السيطرة على أبنائهن، الآباء

(١) انظر: موقع وزارة العمل والتنمية الاجتماعية، مركز المعرفة، الأنشطة والخدمات، الإرشاد الأسري، <http://mosa.gov.sa>.

(٢) تم تأسيسها عام ١٣٨٠هـ/ ١٩٦٠م بمسمى "وزارة العمل والشؤون الاجتماعية". (انظر: موقع قاعدة معلومات الملك خالد بن عبدالعزيز، <http://www.kingkhalid.org.sa>).

الذين يفقدون الآلية المناسبة لتوجيه أبنائهم، المتزوجين الجدد، الأطفال والفتيات والفتيان المعرضين للإيذاء، أسر السجناء، أسر متعاطي المخدرات، المحتاجين للخدمات الاجتماعية).

كما تقوم وزارة العمل والتنمية الاجتماعية بتنظيم عمل مراكز الإرشاد الأسري الأهلية، وتفعيل دورها في المجتمع، وتمكينها من تقديم خدمات إرشادية متخصصة، تسهم في بناء و استقرار الأسرة، ورعايتها اجتماعياً، ونفسياً، وتربوياً، وترابط المجتمع بجميع فئاته، وذلك باعتماد القواعد التنفيذية لللائحة التنظيمية لمراكز الإرشاد الأسري الأهلية^(١)، بقرار مجلس الوزراء بتاريخ ١٤٣٣/١٢/٢٧هـ، التي أعطت فرصة للمواطنين والمواطنات لافتتاح مراكز للإرشاد الأسري، وكذلك الجهات الاعتبارية: (الجمعيات الخيرية، والمؤسسات الخيرية الخاصة، والجمعيات التعاونية، ولجان التنمية الاجتماعية الأهلية، والجمعيات العلمية التخصصية،...)، وفق ضوابط يتم الالتزام بها للحصول على ترخيص للعمل في هذا المجال.

وقد أطر تلك القواعد دور المراكز الإرشادية على تقديم: خدمات التوعية والإرشاد والتثقيف الأسري والاجتماعي، والمساندة النفسية والاجتماعية لكلا الجنسين، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة بالأسرة والترابط بين أفرادها، ويشمل ذلك جميع وسائل الإرشاد، سواء كان عبر المقابلة، أم الهاتف، أم الإنترنت ونحوها من وسائل التواصل الاجتماعي والإعلامي التي تقرها وكالة الوزارة للتنمية الاجتماعية.

وحددت القواعد مقر تقديم الإرشاد والأنشطة في تلك المراكز، والمشكلات التي يتم التعامل معها: (الاجتماعية، الأسرية، الاضطرابات السلوكية النفسية، التربوية، الزوجية، النفسية)، إلى جانب توضيح آلية العمل، وشروط من يتولى إدارة المراكز، والإرشاد، وبموجبها تتولى وكالة الوزارة للتنمية الاجتماعية الإشراف الفني على تلك المراكز ومتابعة أدائها، وإعداد التقارير الدورية عنها للتأكد من تطبيقها لأحكام اللائحة وقواعدها التنفيذية، والقرارات

(١) انظر: القواعد التنفيذية لللائحة التنظيمية لمراكز الإرشاد الأسري الأهلية، وزارة العمل والتنمية الاجتماعية، <http://mosa.gov.sa>، مرجع سابق.

الصادرة بموجبها، وضبط ما قد يوجد بها من مخالفات، ومن ثم اتخاذ الإجراء اللازم بشأنها، وللوكالة الاستعانة بمن تراه في عملية الإشراف والمتابعة كلها أو بعضها مقابل تخصيص إعانة مقابل ذلك الإشراف أو المتابعة.

ويتأكد بذلك عناية المملكة العربية السعودية بجانب إدارة المراكز الاستشارية التي تُفتتح من قبل المواطنين والمؤسسات في المجتمع، ومتابعتها من قبل الجهات والوزارات المسؤولة عنها بصورة مباشرة، للتأكد من التزامها بالأنظمة والضوابط التي تخدم الصالح العام.

ثالثاً: الأجهزة الحكومية للاستشارات الإدارية^(١):

بدأ الاعتناء بالاستشارات الإدارية في المملكة العربية السعودية بشكل واضح ومنظم منذ عام ١٣٨٣هـ، إثر توصيات مؤسسة فورد الأمريكية التي تم الاتفاق معها على إعادة النظر في الجهاز الحكومي القائم ووضع التوصيات اللازمة للنهوض به وتطويره ليكون أكثر فاعلية، وهي الخطوة الأولى في مجال التنمية الإدارية في المملكة العربية السعودية؛ لذا تم استحداث عدد من الأجهزة لتقديم الاستشارات الإدارية اللازمة للأجهزة الحكومية لمساعدتها على إنجاز أعمالها بجودة عالية.

وتشمل الأجهزة الحكومية المتخصصة بتقديم الاستشارات الإدارية، والأجهزة الأخرى التي تقوم بمهمة تقديم الاستشارات الإدارية بجانب مهام أخرى أساسية مناهة بها. ومن الأجهزة الحكومية للاستشارات الإدارية في المملكة العربية السعودية ما يلي:

١. اللجنة العليا للإصلاح الإداري: تم إنشاؤها بتاريخ ١٣٨٣/٨/٧هـ للإشراف على التطوير الإداري في المملكة العربية السعودية.

(١) انظر: أجهزة الاستشارات الحكومية: إنجازاتها ومشكلاتها، ص ٦٥، عبد الإله المؤيد، ندوة الاستشارات الإدارية في المملكة العربية السعودية، ٢-٥ صفر ١٤٠٢هـ، معهد الإدارة العامة؛ المكاتب الاستشارية الخاصة: إنجازاتها ومشكلاتها، ص ٧٨، محمد عصفور، ندوة الاستشارات الإدارية في المملكة العربية السعودية، ٢-٥ صفر ١٤٠٢هـ، معهد الإدارة العامة.

٢. الإدارة المركزية للتنظيم والإدارة: تم إنشاؤها بتاريخ ١٣٨٦/٢/٢ هـ بغرض تطوير الأجهزة الحكومية القائمة، وتبسيط إجراءات العمل بها، ودراسة الأجهزة الحكومية الجديدة قبل اعتمادها.

٣. معهد الإدارة العامة^(١): تم إنشاؤه عام ١٣٨٠ هـ بغرض تنفيذ برامج تدريبية لكافة منسوبي الدولة لرفع مستوى الأداء الوظيفي لهم، ورفع كفاية موظفي الدولة وإعدادهم علمياً وعملياً، وكذلك لتقديم الاستشارات الإدارية للوزارات والأجهزة الحكومية الأخرى، إلى جانب دعم جهود الإصلاح والتطوير الإداري، وإثراء الفكر الإداري عن طريق التأليف، وإجراء البحوث والدراسات الإدارية، وترجمة الأعمال العلمية المتميزة ذات الصلة بالتنمية الإدارية .

٤. كليات العلوم الإدارية بالجامعات: حيث تُعد المصدر الرئيس للقوى العاملة المؤهلة تأهيلاً إدارياً عالياً.

٥. اللجنة العليا للتنظيم الإداري^(٢): تم إنشاؤها بتاريخ: ١٣٨٣/٣/١٢ هـ، برئاسة رئيس مجلس الوزراء، وتُعنى هذه اللجنة بتنفيذ مشروع وطني متكامل باسم: «مشروع التنظيم الإداري للأجهزة الحكومية»، ويهدف المشروع بشكل عام إلى تطوير الجهاز الحكومي وتحديثه، من خلال: إعادة الهيكلة الإدارية لمؤسسات الدولة، ودراسة نظام الموظفين، وحجم الوظائف وأعداد الموظفين ومدى الحاجة إليهم، ومدى حجم كل مصلحة أو وزارة قياساً بالمهام المنوطة بها، والنسبة والتناسب للرتب والمرتبات^(٣).

رابعاً: خدمات مكاتب الخبرة التابعة للجامعات^(٤):

تختص مكاتب الخبرة التابعة للجامعات بتقديم خدمات علمية متخصصة، أو إجراء

(١) انظر: موقع معهد الإدارة، عن المعهد، نبذة عن المعهد، أهداف المعهد، <http://www.ipa.edu.sa>.

(٢) انظر: موقع معهد الإدارة، اللجنة العليا للتنظيم الإداري، <http://www.ipa.edu.sa>، مرجع سابق.

(٣) تم إلغاء جهاز اللجنة العليا للتنظيم الإداري ضمن الأوامر الملكية، الصادرة بتاريخ: ١٤٣٦/٤/٩ هـ في عهد الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود حفظه الله. (انظر: "النص الكامل للأوامر الملكية"، ص ١، واس، (٩/ربيع الثاني/١٤٣٦ هـ - ٢٩/يناير/٢٠١٥)، العدد (١٧٠٢٠)، صحيفة الرياض).

(٤) انظر: موقع جامعة أم القرى، <https://uqu.edu.sa>؛ موقع جامعة سلمان بن عبدالعزيز، <https://ircs.sau.edu.sa>؛ موقع جامعة الملك عبدالعزيز، <http://www.kau.edu.sa>؛ موقع رسالة الجامعة، <http://rs.ksu.edu.sa>.

دراسات استشارية، أو تصميم وتنفيذ برامج تدريبية على أسس ومفاهيم استثمارية تهدف إلى تحويل المعرفة والخبرة المتوفرة لدى منسوبي الجامعة إلى مشاريع اقتصادية مبنية على أسس تجارية وذات عوائد مالية، ويمكن لمكتب الخبرة تقديم الدراسات الاستشارية والبحوثية بحسب ما تحدده الجهة المستفيدة سواء بنظام المناقصات، أو الدعوات، أو المبادرات مباشرة بعد مصادقة إدارة معهد البحوث والدراسات الاستشارية بالجامعة، ويمكن أن تقدم الدراسات الاستشارية في التخصص المطلوب بواسطة مكتب خبرة منفرد، أو تحالف لمجموعة مكاتب خبرة يحددها المعهد، ويتم تأسيس مكاتب الخبرة بموجب طلب مقدم من عضو أو مجموعة من أعضاء هيئة التدريس السعوديين بالجامعة، وبناءً على توصية مجلس المعهد يتم إنشاء المكتب لممارسة أعماله.

ولا تكاد تخلو جامعة في المملكة العربية السعودية من معهد للبحوث والدراسات الاستشارية يخدم المجتمع^(١)، وتتعاون المعاهد فيما بينها لتبادل الخبرات والارتقاء بمستوى الأداء؛ فمن أمثلة ذلك: معهد الأمير نايف للبحوث والخدمات الاستشارية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ومعهد الملك عبدالله للبحوث والدراسات الاستشارية بجامعة الملك سعود، ومعاهد البحوث والدراسات الاستشارية في كل من الجامعة الإسلامية، وجامعة أم القرى، وجامعة الملك فيصل، وجامعة الملك خالد، وجامعة الملك فهد للبترول والمعادن، وجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، وغيرها من الجامعات.

ويمكن التوصل من خلال العرض السابق إلى أن جانب تفعيل الاستشارات المنظمة في سياسة المملكة العربية السعودية جاء منذ بداية تأسيسها، واستمر في التوسع والتطور في مختلف المجالات حسب الحاجة في وقتها، وبما يخدم قضايا التنمية الشاملة في المملكة العربية السعودية، مما يفسح المجال لأي تصورات مقترحة في جانب فتح مجالات جديدة للاستشارات تتوافق مع تطلعات الدولة.

(١) حديثة النشأة، لا تزيد خبرتها عن (٢٠) سنة؛ حيث جاءت تواريخ نشأتها وفقاً لتتبع المواقع الرسمية لبعض معاهد البحوث والاستشارات بالجامعات كالتالي: (جامعة الملك سعود: ١٤١٧هـ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: ١٤٢١هـ، جامعة الأميرة نورة: ١٤٢٩هـ، جامعة أم القرى: ١٤٣٠هـ، جامعة الملك فيصل: ١٤٣٠هـ، الجامعة الإسلامية: ١٤٣١هـ، جامعة الملك خالد: ١٤٣٢هـ).

المطلب الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى غير الرسمي:

أتاحت المملكة العربية السعودية المجال أمام أفراد المجتمع، ومؤسسات القطاع الخاص لتفعيل الاستشارة في مختلف الجوانب العملية، واستثمارها بشتى الوسائل والأساليب لتحقيق التنمية الشاملة، بإشراف جهات عليا في الدولة لا تهدف بصورة مباشرة لخدمة الجانب الاستشاري فقط بقدر ما يكون هدفها تشجيع المواطن والمقيم على الاستثمار الأمثل وتذليل الصعوبات أمامه، أو تحقيق المصلحة الخاصة للمنشأة، وتناول أبرز جهود تلك الجهات في خدمة الجانب الاستشاري يوضح نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى غير الرسمي، المتمثل في الآتي:

أولاً: وزارة التجارة والاستثمار^(١):

نتيجة لتوسع الأعمال والأنشطة التجارية ونموها، صدر مرسوم ملكي بتاريخ ١١/٧/١٣٧٣هـ بإنشاء وزارة التجارة، وعُهد إليها تنظيم التجارة الداخلية والخارجية وتنمية التجارة، كما ضُم إلى الوزارة بعد تأسيسها عدد من الجهات التي تهتم بالأمور التجارية، وأصبحت تُشرف على الغرف التجارية الصناعية بالمملكة العربية السعودية^(٢)، وتضع أنظمتها، وتتابع تنفيذها وتوجيهها لتأدية رسالتها.

وينضم إلى بعض الغرف التجارية الصناعية، مثل الغرفة التجارية الصناعية بالرياض^(٣) عدد كبير من المراكز والشركات والمكاتب الاستشارية في مختلف المجالات: (الإدارية، القانونية، المالية، الاقتصادية، الصناعية، التسويقية، السياحية والفندقية، الاجتماعية، التعليمية والترفيهية،

(١) انظر: موقع وزارة التجارة والاستثمار، عن الوزارة، نبذة تاريخية، <http://www.mci.gov.sa>.

(٢) هذه الغرف موزعة في أنحاء المملكة العربية السعودية: (الرياض - جدة - المنطقة الشرقية - مكة المكرمة - المدينة المنورة - القصيم - الطائف - الأحساء - حائل - أبها - نجران - جازان - الباحة - القريات - الجوف - عرعر - ينبع - المجمعة - الزلفي - تبوك - الخرج - عنيزة - القويعية - المخوة - بيشة - البكيرية - الرس - حفر الباطن). ولبعض هذه الغرف فروع في بعض المدن الأخرى. (انظر: موقع مجلس الغرف السعودية، تعريف الغرفة التجارية، <http://www.csc.org.sa>).

(٣) حسب بيانات ووثائق صادرة من الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، تم الحصول عليها من مديرية إدارة الشؤون القطاعية بالغرفة التجارية الصناعية بالرياض، فرع السيدات.

الهندسية، الطبية،...)، تزيد عن (١٣٣٠) جهة من القطاع الخاص، يرجع تأسيس أقدمها إلى عام ١٣٨٥هـ^(١)، ولا يزال توالي انضمام المزيد من تلك الجهات الاستشارية للغرفة، وبقية الغرف التجارية الصناعية الكبيرة في ظل فتح المجال أمام المستثمر لتسويق خبرته في مختلف المجالات في سوق العمل، بما يسهم في التنمية الشاملة للدولة، وتحقيق الربح للمستثمر.

وتخدم تلك الغرف المستثمر المنتسب لها ببذل كافة السبل لتذليل الصعوبات، وحل المشكلات التي تواجهه من خلال عقد جلسات استشارية لرجال الأعمال الذين في المجال نفسه للارتقاء بجودة المنتج لكافة الاستثمارات المقدمة في سوق العمل، كما يُطلب استشارة شركاء من مكاتب خارجية عند الحاجة، ويُعد من الخدمات التي تُقدمها الغرفة لمنسوبيها، وإن كانت غير ملزمة بذلك.

وفي المجال نفسه يأتي تدشين الوحدة الاستشارية بالفرع النسائي للغرفة التجارية الصناعية بالرياض بتاريخ ١٦/٣/١٤٢٦هـ، حيث تعد بمثابة عيادة استشارية تلتقي فيها صاحبة الاستشارة بشكل مباشر وشخصي مع نخبة من الاستشارات، يتم التعاقد معهن من المكاتب الاستشارية في مختلف المجالات الإدارية، والتسويقية، والمالية، والمحاسبية، والفنية، والقانونية، والصناعية، وذلك لمناقشة الموضوعات والمشكلات التي تعترض أعمال منشأتها بشكل مفصل، لتحديد لها الخبرة المختصة الأسباب الرئيسية لهذه المشكلات والمحاور الرئيسية للحلول المقترحة، وآلية تنفيذ هذه الحلول وأساليب تطوير العمل؛ ويأتي ذلك من حرص الغرفة التجارية على دعم سيدات الأعمال، ومساندة صاحبات المشاريع الصغيرة بتوفير هذه الخدمة وغيرها من الخدمات^(٢).

(١) مُنحت أول رخصة لفتح مكتب للاستشارات الإدارية للدكتور خليل الغلاييني، بتاريخ ١٣٨٥/١/٢٤هـ (انظر: المكاتب الاستشارية الخاصة: إنجازاتها ومشكلاتها، ص ٨٠، مرجع سابق).

(٢) انظر: موقع الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، فرع السيدات، الوحدة الاستشارية، <http://www.riyadhchamber.org.sa>

ويتضح مما سبق مستوى التطور الذي تشهده مختلف مؤسسات المجتمع في جانب الاستشارات، وإدراك المستثمر حاجة سوق العمل للخبرة الاستشارية في مختلف المجالات، ووجود التنافس القوي في تقديم ذلك.

ثانياً: مختلف المؤسسات والمنظمات:

أصبحت الاستعانة بالمستشارين في المؤسسات والمنظمات من دلالات الوعي الإداري، والرغبة في التطوير والتنمية^(١)، حيث تستفيد من خبراتهم في مجال العمل، وتجارهم في حل المشكلات المتنوعة في تخصصهم الاستشاري.

وتتأكد الحاجة للاستشارة عند معاشة مشكلة قائمة، أو توقع مشكلة محتملة؛ لذا تُعد الطريق الأسرع لتحقيق النجاح والاستثمار، ومواجهة أي تهديدات قائمة. فمختلف الشركات والمؤسسات الكبرى في المملكة العربية السعودية، سواء الحكومية أو غير الحكومية تضم مستشارين في هيكليتها، إلى جانب استعانتهم بمستشارين خارجيين لسعة أفقهم بحكم تنوع خبراتهم نتيجة ارتياد منظمات مختلفة في المجال نفسه.

وبذلك يظهر أن نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية كما كان على المستوى الرسمي المباشر لدعم الاستشارات في الأجهزة الحكومية، وتعزيز جانب الاستشارات في المجتمع، جاء في الوقت نفسه نشأة وتطور الاستشارات على المستوى غير الرسمي، الذي يستفيد من جانب الاستشارات بطريقة غير مباشرة لخدمة خطط التنمية في البلاد.

وفي سياق كون الدعوة إلى الله تعالى تأتي في مقدمة المجالات التي يجدر الاعتناء بالاستشارة فيها بمختلف أركانها، تتطلع الدراسة الحالية لخدمة هذا الجانب في تحديد محددات العمل الاستشاري الدعوي، وتقويم الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية بالوقوف على احتياجات تفعيلها، وصولاً لوضع تصور مقترح لاستشراف مستقبلها القريب والبعيد، لرفع ذلك لمسؤولي الدولة حفظهم الله وبارك في جهودهم لاعتماد تفعيلها، وهو ما تناولته الفصول التالية.

(١) انظر: إدارة الاستشارات، ص ١٨، د. نادر أحمد أبو شيخة، ط [الأولى، ١٤٠٦هـ-١٩٨٦م، مديرية المكتبات والوثائق الوطنية، الأردن].

● الخلاصة:

ويمكن أن نستخلص من الطرح السابق لمبحثي الفصل التمهيدي بمطالبه عدداً من المنطلقات، من شأنها أن تُسهم في التهيئة الذهنية للرؤية الاستشرافية المستقبلية للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، والتي يلزم أخذها في الاعتبار، والمتمثل أبرزها في التالي:

١. ثبوت مشروعية الاستشارة في القرآن الكريم، والسنة النبوية: القولية والعملية، وآثار السلف الصالح، واعتبار ذلك منهج حياة، وحاجة بشرية عُرفت من الأمم السابقة.

٢. أهمية العناية بجانب الاستشارة، بأن تكون مبنية على أسس سليمة صحيحة، مع اختيار المستشار من ذوي الخبرة والرأي السديد، المستمسك بالكتاب والسنة، وإرادة الحق، والبعد عن الضلال ومتابعة الهوى.

٣. اعتماد تفعيل الاستشارات المنظمة في سياسة المملكة العربية السعودية منذ بداية تأسيسها، واستمرار التوسع والتطور في مختلف المجالات حسب الحاجة في وقتها، وبما يخدم قضايا التنمية الشاملة في المملكة العربية السعودية، مما يفسح المجال لأي تصورات مقترحة في جانب فتح مجالات جديدة للاستشارات تتوافق مع تطلعات الدولة.

٤. فتح المجال أمام أفراد المجتمع السعودي، ومؤسسات القطاع الخاص لتفعيل الاستشارة في مختلف الجوانب العملية، واستثمارها بشتى الوسائل والأساليب لتحقيق التنمية الشاملة، بإشراف جهات عليا في الدولة ليس من أهدافها المباشرة خدمة الجانب الاستشاري بقدر ما يكون هدفها تشجيع المواطن والمقيم على الاستثمار الأمثل وتذليل الصعوبات أمامه، أو تحقيق المصلحة الخاصة للمنشأة.



الفصل الأول

محددات العمل الاستشاري الدعوي

المبحث الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي

المبحث الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي

المبحث الثالث: وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه

المبحث الرابع: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي

المبحث الخامس: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي

الفصل الأول

محددات العمل الاستشاري الدعوي

يحتاج تنظيم الاستشارات الدعوية إلى وضع محددات واضحة للعمل في هذا المجال؛ أسوة بالمجالات الاستشارية الأخرى: (الإدارية، والقانونية، والاجتماعية، والتربوية، والنفسية،...؛) وذلك لضمان النجاح في تحقيق الهدف والغاية من إقامته: بتحسين أداء العمل الدعوي والارتقاء بجودته.

الأمر الذي يستلزم: تحديد مفهوم العمل الاستشاري الدعوي بصورة دقيقة، إلى جانب تحديد مسؤوليات المستشار الدعوي، سواء على المستوى الذاتي، أم على المستوى المهني، وتحديد وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه لخدمة المستشير، إضافة إلى استعراض أبرز مشكلات العمل الاستشاري الدعوي المحتملة، وأهم عوامل النجاح له؛ وذلك بالاستفادة من التجارب السابقة في العمل الاستشاري في مختلف المجالات^(١)، وصولاً إلى توصيف علمي لجوانب العمل الاستشاري الدعوي المتعددة، ويتم استعراض ذلك في الفصل الحالي؛ من خلال خمسة مباحث، على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي.

المبحث الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي.

المبحث الثالث: وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه.

المبحث الرابع: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي.

المبحث الخامس: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي.

(١) تمت الاستفادة من القراءات المتنوعة في الجانب الاستشاري في مختلف التخصصات لمراجع عربية، وأجنبية مترجمة، تم تطويعها بما يتناسب مع الجانب الدعوي، وذلك لاقتقاد الكتابات المتخصصة في هذا المجال بصورة مباشرة، إضافة إلى الاستفادة من الجهود الفردية والمؤسسية للاستشارات الدعوية البدائية.

المبحث الأول

مفهوم العمل الاستشاري الدعوي

تمهيد:

ينطلق تحديد مفهوم العمل الاستشاري الدعوي من استيعاب المراد بالاستشارات الدعوية، المتمثل في: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه^(١)؛ فمن الممكن أن تكون عملية تقديم الاستشارات عملاً يهدف إلى تسهيل المفاهيم، أو المساعدة في حل المشكلات الدعوية، أو إضافة فكرية، أو برنامجاً للتوجيه والتدريب الدائم للمستشير، أو عامل بناء لتطوير الأداء.

وهو ما يحتاج إلى سبر غور مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بأركان الدعوة، بصورة تسهم في توصيفه؛ لمنع تداخله مع مجالات استشارية أخرى يشترك معها في بعض المهام، مثل الاستشارات: (الشرعية، الاجتماعية، التربوية، النفسية، ...)، وهو ما تم طرحه في هذا المبحث، من خلال أربعة مطالب كالاتي:

المطلب الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالداعي.

المطلب الثاني: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالمدعو.

المطلب الثالث: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بموضوع الدعوة.

المطلب الرابع: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالوسائل الدعوية وأساليبها.

(١) انظر: تعريف الشورى، ص ٦.

المطلب الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالداعي:

يقوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالداعي على: مستشار دعوي لديه خبرة كافية^(١) في الدعوة إلى الله تعالى بصورة عامة، ومختص في أحد مجالاته^(٢)، مع استمرار مزاولته للعمل الدعوي، وفي الجانب الآخر داعية، أو مؤسسة دعوية، أو من يتعامل معهما^(٣)؛ ممن يحتاجون للاستشارات الدعوية؛ والتي تتناول كل ماله علاقة بالقائم بالعمل الدعوي بصورة مباشرة، أو غير مباشرة، ويتمحور أبرزها في التالي:

١. كيفية تأهيل الدعاة في مختلف الجوانب، سواء ما يتعلق بالبناء العلمي والمعرفي، أم التأهيل الفكري، أم التأهيل المهني الدعوي^(٤).

٢. ماهية الصفات والشروط التي يلزم توافرها في الداعية، أو المؤسسة الدعوية حسب العصر والبيئة المجتمعية المحيطة^(٥).

(١) خبرة في المجال العملي للاستشارات الدعوية: (خمس سنوات كحد أدنى للحصول على درجة البكالوريوس، ثلاث سنوات كحد أدنى للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة كحد أدنى للحصول على درجة الدكتوراه)؛ وذلك بالاستفادة من نتائج تطبيق أسلوب دلفي على الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي، والذي تم توضيحه بتفصيل أكثر في الفصل الثالث من الدراسة الحالية.

(٢) مثل: المجال: (الشرعي، الأمني والفكري، التعليمي والتربوي، الاجتماعي والأسري، الإعلامي والثقافي،...).

(٣) حيث يستوقف بعض من يتعامل مع الدعاة والمؤسسات الدعوية المنهجية الدعوية المتبعة، مما يضطرهم إلى البحث عن مستشار دعوي ثقة يزيل هذا اللبس.

(٤) يلزم المستشار الدعوي تحقيق العلم الواسع في جانب تخصصه الذي يقدم الرأي والتوجيه بموجبه، ويُفضل الاستفادة من كل ما يستجد من دراسات دعوية حديثة، تخدم هذا الجانب، مثل دراسة: إعداد الداعية في ضوء الكتاب والسنة، جلوس بنت فرج القحطاني، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٣ / ١٤٣٤هـ؛ مهارات الإعداد الدعوي في قسم الدعوة والاحتساب بجامعة الإمام في ضوء الممارسات التطبيقية لخريجات القسم، نداء بنت سالم السويلم، رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٣ / ١٤٣٤هـ.

(٥) للاستفادة انظر دراسة: صفات الداعية في ضوء سيرة دعاء النبي ﷺ، أحمد بن علي الخلفي، رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤١٩هـ.

٣. فقه الأولويات للعمل الدعوي^(١).

٤. آلية التخطيط الدعوي، ومتابعته، وتقويمه.

٥. المنهجية الصحيحة في الدعوة إلى الله تعالى، وكيفية التعامل مع الداعية، أو المؤسسة الدعوية التي تفتقد ذلك^(٢).

٦. سبل المحافظة على الجاهزية الدعوية، والاستعداد والرغبة في خدمة الدعوة إلى الله ﷻ في ظل وجود بعض المعوقات والمشكلات التي تواجه الدعاة إلى الله تعالى^(٣).

٧. احتياجات العمل المؤسسي الدعوي، وكيفية التفاعل البناء مع العمل الجماعي المفتوح المتعدد الأطراف^(٤).

(١) للاستفادة انظر دراسة: فقه الأولويات الدعوية، علي بن محمد الشنقيطي، رسالة دكتوراه، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٨/١٢٩هـ؛ فقه الأولويات: دراسة في الضوابط، د. محمد الوكيل، ط [الثانية، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٦م، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، بيروت].

(٢) للاستفادة انظر دراسة: الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية: دراسة تأصيلية على ضوء الواقع المعاصر، أ.د. عبدالرحمن المغدوي، ط [الأولى، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، دار الحضارة، الرياض]؛ دراسة الموازنة بين الواجبات لدى الدعاة، قبلان بن عبدالله العتيبي، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، المعهد العالي للدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٤/١٤٣٥هـ؛ فقه الدعوة، بسام علي سلامة العموش، ط [د (ر)، ٢٠١٠م، دار المأمون، عمان]؛ المنهجية الدعوية للمملكة العربية السعودية من خلال رواد الدعوة (١٤٠١-١٤٢٥هـ)، فهد الجديد، رسالة دكتوراه، عام ١٤٢٨هـ-٢٠٠٧م.

(٣) للاستفادة انظر دراسة: اليأس في حياة الداعية، محمد بن عبدالله العضيبي، رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٢/١٤٣٣هـ.

(٤) للاستفادة انظر دراسة: بناء تصور نظري في تطبيق مفاهيم الجودة في إعداد الداعية، بندر بن إبراهيم الرياعي، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، قسم الدعوة والاحتساب، المعهد العالي للدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٣/١٤٣٤هـ.

المطلب الثاني: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالمدعو:

يقوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالمدعو على: مستشار دعوي، وفي الجانب الآخر داعية، أو مؤسسة دعوية، أو من يتعامل معهما؛ ممن يحتاجون للاستشارات الدعوية التي تتعلق بكل ما يختص بالمدعو. وتتمثل أبرز محاور الاستشارة في جانب المدعو بالآتي:

١. أحوال المدعو المؤثرة في الجهد الدعوي^(١).
٢. المنهجية الدعوية الصحيحة المناسبة لكل صنف من أصناف المدعوين: (المدعو باعتبار معتقده، المدعو باعتبار ذاته، المدعو باعتبار مجتمعه)^(٢).
٣. حقوق، واحتياجات، ومطالب المدعو للاستجابة للدعوة إلى الله تعالى^(٣).
٤. المشكلات والمؤثرات الخارجية على استجابة المدعو، وسبل مواجهتها^(٤).
٥. سبل احتواء المدعو، وتوجيهه لخدمة المجتمع.
٦. المشاريع الدعوية المؤسسية لاستثمار المدعو دعويًا.

(١) للاستفادة انظر دراسة: أحوال المدعو في ضوء الكتاب والسنة، مُجَّد بن عبد الرحمن العمر، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٧ / ١٤٢٨ هـ.

(٢) للاستفادة انظر دراسة: دعوة ذوي الاحتياجات الخاصة إلى الله تعالى، عبدالله بن مُجَّد الدريهم، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير الموازي، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣ هـ.

(٣) للاستفادة انظر: المسؤولية الدعوية تجاه المريض النفسي، د. الجوهرة بنت صالح الطريفي، ط [الأولى، ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٥ م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(٤) فيما يختص بالجانب الدعوي، دون التداخل مع دور المستشار النفسي، والاجتماعي.

المطلب الثالث: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بموضوع الدعوة:

يقوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بموضوع الدعوة على: مستشار دعوي، وفي الجانب الآخر داعية، أو مؤسسة دعوية، أو من يتعامل معهما؛ ممن يحتاجون للاستشارات الدعوية والتي تتعلق بكل ما يختص بموضوعات الدعوة. ويتمحور أبرزها في التالي:

١. أنواع الموضوعات الدعوية؛ بناءً على مقاصد الدعوة إلى الله تعالى^(١).
٢. المنهجية الدعوية الصحيحة لاختيار الموضوعات الدعوية وفق الاحتياج المجتمعي، والبيئة المحيطة^(٢).
٣. آلية تحديد موضوع الدعوة بصورة دقيقة؛ بناءً على فقه الدعوة.
٤. المحاذير الشرعية جراء التوسع في مواكبة العصر في اختيار موضوعات الدعوة، وسبل مواجهتها.
٥. الشبهات المثارة حول موضوعات الدعوة، وشموليتها، وسبل مواجهتها.
٦. سبل مواجهة معوقات تحقيق شمولية موضوعات الدعوة المتعلقة بالدعاة، والمدعويين، والوسائل والأساليب الدعوية.

(١) للاستفادة انظر دراسة: شمول موضوعات الدعوة، جلوس بنت فرج القحطاني، رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٦هـ / ١٤٢٧هـ.

(٢) للاستفادة انظر دراسة: مسؤولية الدعاة في مواجهة الفكر التكفيري في المجتمع النسوي السعودي، منيرة بنت عبدالله آل فهد، رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٢هـ / ١٤٣٣هـ؛ المنهج الشرعي للداعية عند الفتن، عبدالله بن حمود الفريح، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٢هـ / ١٤٣٣هـ.

المطلب الرابع: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالوسائل الدعوية وأساليبها:

يقوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالوسائل والأساليب الدعوية على: مستشار دعوي، وفي الجانب الآخر داعية، أو مؤسسة دعوية، أو من يتعامل معهما؛ ممن يحتاجون للاستشارات الدعوية؛ والتي تتناول كل ماله علاقة بالوسائل الدعوية وأساليبها. ويتمحور أبرزها في الآتي:

١. أنواع الوسائل والأساليب الدعوية^(١).

٢. المنهجية الدعوية الصحيحة لاختيار الوسائل والأساليب الدعوية وفق الرسالة المراد إيصالها للمدعو.

٣. آلية إتقان فن استخدام الأسلوب والوسيلة الدعوية المناسبة، والتدرب على ذلك.

٤. كيفية توظيف التقنية الحديثة والإعلام كوسيلة للدعوة إلى الله ﷻ.

٥. المحاذير الشرعية من استخدام بعض الوسائل والأساليب الدعوية المستحدثة المبتدعة، وكيفية مواجهتها.

٦. سبل تطوير الوسائل والأساليب الدعوية وفق احتياجات العصر الحديث بما لا يتعارض مع المنهج الدعوي الصحيح المستقى من الكتاب والسنة^(٢).

(١) للاستفادة انظر دراسة: أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة، أ.د. حمد بن ناصر العمار، ط [الأولى، ١٤١٦هـ- ١٩٩٦م، دار إشبيلية، الرياض]؛ أساليب الدعوة والإرشاد: الدعوة - الداعية - المدعو، د. محمد أمين حسن، ط [د (ر)، ٢٠٠٧م، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان]؛ أساليب الدعوة ووسائلها من خلال أحاديث سنن الإمام الترمذي، عبدالله بن علي الزهراني، رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢١هـ؛ الإقناع في الدعوة إلى الله، بدرية بنت محمد الفوزان، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٧هـ.

(٢) للاستفادة انظر دراسة: التفكير الإبداعي عند الدعاة، صلاح بن عبدالله الشريف، بحث تكميلي ضمن متطلبات الماجستير الموازي، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٢/١٤٣٣هـ.

وباستقراء أنشطة (٣٢) مكتباً من المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية عبر مواقعهم الرسمية على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)^(١)، تبين أن جميعها تستهدف المدعويين بتنوع أصنافهم، من: مسلمين وغير مسلمين، ذكوراً وإناثاً، صغاراً وكباراً، وجميعها تناقش موضوعات دعوية مختلفة حسب الاحتياجات الزمانية والمكانية، بوسائل وأساليب دعوية متعددة: (توزيع كتيبات وأشرطة ومطويات، إلقاء كلمات ومحاضرات، عقد دورات وندوات، إقامة ملتقيات دعوية، إقامة دروس شرعية، إنشاء مواقع إلكترونية تخدم المجتمع بعدة لغات،...)، إلا أن عشرة مكاتب فقط من العينة المختارة استهدفت ضمن أنشطتها تأهيل الدعاة، أي بنسبة (٣١) بالمئة تقريباً من المجموع الكلي للعينة، ويختلف نشاط المكتب حسب موقعه في المدن الرئيسية، وكثرة المستفيدين منه، وجهود القائمين عليه.

وفي ضوء تعدد الأنشطة الدعوية المقدمة من قبل كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في جميع مناطق المملكة العربية السعودية الـ (١٣)، البالغ عددها (٢٧٦) مكتباً^(٢)، تتأكد الحاجة لتفعيل الاستشارات الدعوية فيما يتعلق بالداعية، والمدعو، وموضوعات الدعوة، والوسائل والأساليب؛ لضمان عدم مخالفتها للمنهج الدعوي الصحيح المستقى من الكتاب والسنة، وتعرض الدراسة الحالية بشيء من التفصيل في الفصل التالي: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، والمستوى الفردي.



- (١) ثمانية مكاتب تعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في المنطقة الوسطى، وستة مكاتب من المنطقة الغربية، وثمانية مكاتب من المنطقة الشرقية، وستة مكاتب من المنطقة الشمالية، وأربعة مكاتب من المنطقة الجنوبية.
- (٢) انظر: دليل إدارات ومكاتب الأوقاف والمساجد والدعوة والإرشاد ومراكز الدعوة والإرشاد والمكاتب التعاونية بمناطق المملكة العربية السعودية، مرجع سابق.

المبحث الثاني

مسؤوليات المستشار الدعوي

تمهيد:

يُعد المستشار الدعوي داعية ابتداءً، له خبرة كافية في هذا المجال، بموجبها يُقدّم المشورة الدعوية للدعاة والمؤسسات الدعوية، ولا يلزم من ذلك أن يُعرف في وسطه بمسمى "مستشار دعوي"؛ فقد تُطلب منه الاستشارة الدعوية بحكم علمه الشرعي، أو مؤهله الشرعي أو الدعوي، أو خبرته في المجال الدعوي، وقد يُقدّم مشورته الدعوية بدون أن تُطلب منه؛ استشعاراً للمسؤولية تجاه إبداء الرأي في حينه، كما أن الاستشارة الدعوية لا يقتصر تقديمها على من هم دونه علماً، فقد تُعرض على من هو أجَلّ علماً وأكثر خبرة؛ كما فعل الصحابة رضي الله عنهم في بعض الغزوات عند إشاراتهم على الرسول صلّى الله عليه وآله فيما يتعلق بالتخطيط لمواجهة العدو، أو التعامل معه بعد الانتهاء^(١).

وتتطلب هذه المهمة العظيمة التهيئة المناسبة لذلك، سواء على المستوى الذاتي أم على المستوى المهني، باستشعار المسؤولية لتحقيق تلك المتطلبات لإنجاح العمل الاستشاري الدعوي؛ خدمةً للدعوة إلى الله تعالى، والتي تتمثل في التالي:

المطلب الأول: مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى الذاتي.

المطلب الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى المهني.

(١) كما كان في غزوة بدر، أحد، الخندق. (انظر: السيرة النبوية الصحيحة، ج ٢، ص ٣٦٠، ٣٦٨، ٣٧٩، ٤٢٠، د. أكرم ضياء العمري، ط [السادسة، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٤ م، مكتبة العلوم والحكم، المدينة المنورة]).

المطلب الأول: مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى الذاتي:

تحتاج الاستشارة الدعوية لشخصيات متميزة في تطوير الذات^(١)، وبناء الشخصية الدعوية الفاعلة في المجتمع، الأمر الذي يستلزم ممن تحمل مسؤولية هذه المهمة التحلي ببعض الصفات، واكتساب عدة مهارات^(٢)، يتمثل أبرزها في الآتي:

أولاً: صفات المستشار الدعوي:

يُعد المستشار الدعوي محل ثقة من قصده، ومن اختاره كمسؤول في مؤسسة أو إدارة؛ لذا يتأكد في حقه مجاهدة نفسه للتحلي بصفات^(٣) منها:

١. الإخلاص^(٤):

إنَّ من أهم الصفات الواجب التزام المستشار الدعوي بها الإخلاص؛ فالإخلاص هو حقيقة الدين، ومضمون دعوة الرسل ﷺ، قال تعالى: ﴿وَمَا أُمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ﴾^(٥)، وطبيعة مهمة المستشار الدعوي قد تُعرضه لما يشوب نيته إذا لم

(١) الذات: ذات الشيء: ما يخصه ويميزه عن جميع ما عداه، وقيل: نفسه وعينه. (انظر: التعريفات، مادة الدال، ص ١٠٧، علي بن محمد الجرجاني، ط [الأولى، ١٤٠٣هـ-١٩٨٣م، دار الكتب العلمية، بيروت]).

(٢) انظر: صفات الداعية، أ.د. حمد بن ناصر العمار، ط [الثالثة، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، دار كنوز إشبيلية، الرياض]؛ المسؤولية الدعوية للمستشار الأسري، ص ٤٦، أسماء بنت محمد الوهيبي، بحث تكميلي ضمن متطلبات الماجستير، قسم الدعوة والاحتساب، المعهد العالي للدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٣٤/١٤٣٥هـ؛ موسوعة نضرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول الكريم ﷺ، إعداد مجموعة من المختصين بإشراف د. صالح بن عبد الله بن حميد، وعبدالرحمن بن محمد بن ملوح، ط [الأولى، ١٤١٨هـ-١٩٩٨م، دار الوسيلة، جدة].

(٣) مجموعة من القيم الإيمانية والأخلاقية والسلوكية.

(٤) الإخلاص: تخليص القلب عن شائبة الشوب المكدر لصفائه، وقيل: أن لا تطلب لعملك شاهداً غير الله ﷻ. (انظر: التعريفات، مادة الألف، ص ١٣-١٤، مرجع سابق).

(٥) (سورة البينة، الآية: ٥).

يجاهدها، خاصة إذا كان مقصداً لحاجات الكثير من الدعاة والمدعوين والمسؤولين^(١)؛ لذا يصدق في حقه بذل الوسع في خدمة المستشيرين دعوياً أياً كانت مكانتهم؛ بقصد إصابة الحق وتحقيق النفع ابتغاء وجه الله ﷻ.

وعلاج الإخلاص يكون بكسر حظوظ النفس، وقطع الطمع عن الدنيا، والتجرد للآخرة، فكم من أعمال يتعب الإنسان فيها ويظن أنها خالصة لوجه الله ﷻ، وهي خلاف ذلك، وهذا أمر دقيق غامض، قلما تسلم الأعمال من أمثاله، وقل من يتنبه له إلا من وفقه الله تعالى^(٢).

قال عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: «إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى دُنْيَا يُصِيبُهَا، أَوْ إِلَى امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا، فَهَاجَرَتْهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ»^(٣)، وقد تواتر النقل عن الأئمة في تعظيم قدر هذا الحديث^(٤)؛ لأهمية العناية بأمر النية.

وقد صح عن الشافعي رحمه الله أنه قال: "وددت أن كل علم أعلمه تعلّمه الناس أؤجر عليه ولا يحمدونني"، وقال رحمه الله: "لو اجتهدت كل الجهد على أن تُرضي الناس كلهم فلا

(١) يُقصد بالدعاة: من يقوم بمهمة الدعوة، سواء من المؤهلين أم من المبتدئين، بمختلف أصنافهم، وكذلك المدعوين، أما المسؤولون فيراد بهم: من أحتاج إلى استشارة دعوية في حدود مسؤوليته، سواء في المجال الأمني، التعليمي، التربوي، الإعلامي،... الخ.

(٢) انظر: إحياء علوم الدين، ج ٤، ص ٣٨٠، أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، ط [د (ر.ت)، دار المعرفة، بيروت].

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي إلى رسول الله ﷺ ...، ص ١، رقم الحديث (١).

(٤) اتفق عبد الرحمن بن مهدي، والشافعي، وأحمد بن حنبل، وعلي بن المديني، وأبو داود، والترمذي، والدارقطني، وحمزة الكناني رحمه الله على أنه ثلث الإسلام، ومنهم من قال: ربه واختلفوا في تعيين الباقي، وقال: ابن مهدي رحمه الله أيضاً: يدخل في ثلاثين باباً من العلم، وقال: الشافعي رحمه الله: يدخل في سبعين باباً. (انظر: فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج ١، ص ١١، أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، ط [د (ر)، ١٣٧٩م، دار المعرفة، بيروت]).

سبيل، فأخلص عملك ونيتك لله وَعَلَيْكَ، وقال رَضِيَ: "لا يعرف الرياء مخلص" ^(١). فبتحقيق الإخلاص في تقديم الاستشارة الدعوية يُنتفع بها بإذن الله تعالى.

٢. التقوى ^(٢):

يقوم المستشار الدعوي بمهمته غالباً بدون متابعة ومراقبة بشرية مباشرة، بل يتولى أحياناً متابعة عدد من الأعمال الدعوية في وقتٍ واحدٍ، الأمر الذي يستلزم تزوده بالتقوى، ومراقبة الله تعالى في السر والعلانية، وعدم قصر جهوده الاستشارية على طبيعة أحوال وأخلاق الأشخاص الذين يتعامل معهم؛ وذلك سداً لمداخل الشيطان أثناء تقديمه المشورة.

قال تعالى: ﴿وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ﴾ ^(٣)، قال السعدي رَضِيَ: "الزاد الحقيقي المستمر نفعه لصاحبه، في دنياه، وأخراه، هو زاد التقوى الذي هو زاد إلى دار القرار، وهو الموصل لأكمل لذة، وأجل نعيم دائم أبداً، ومن ترك هذا الزاد، فهو المنقطع به الذي هو عرضة لكل شر، وممنوع من الوصول إلى دار المتقين؛ فهذا مدح للتقوى، ثم أمر بها أولي الألباب فقال: ﴿وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ﴾، أي: يا أهل العقول الرزينة، اتقوا ربكم الذي تقواه أعظم ما تأمر به العقول، وتركها دليل على الجهل، وفساد الرأي" ^(٤).

والتقوى من الأعمال القلبية التي لا يطلع عليها البشر؛ لذا كان التحلي بها يحتاج مجاهدة ومسؤولية كبيرة من قبل المستشار الدعوي نفسه؛ فعن أبي هريرة رَضِيَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «لَا تَحَاسَدُوا، وَلَا تَنَاجَشُوا، وَلَا تَبَاغُضُوا، وَلَا تَدَابُرُوا، وَلَا يَبْغِ بَعْضُكُمْ عَلَى

(١) انظر: المجموع شرح المذهب للشيرازي، ج ١، ص ٣٠، ٣١، الإمام محيي الدين النووي، تحقيق: محمد نجيب المطيعي، ط [الأولى، د (ت)، مكتبة الارشاد، جدة].

(٢) التقوى في الطاعة يراد بها: الإخلاص، وفي المعصية يراد بها: الترك والحذر، وقيل: أن يتقي العبد ما سوى الله تعالى، وقيل: محافظة آداب الشريعة، وقيل: الاقتداء بالنبي ﷺ قولاً وفعلًا. (انظر: التعريفات، مادة التاء، ص ٦٥، مرجع سابق).

(٣) (سورة البقرة، الآية: ١٩٧).

(٤) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص ٩١، مرجع سابق.

بِئْسَ بَعْضُ، وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا، الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يَخْذُلُهُ، وَلَا يَحْقِرُهُ، التَّقْوَى هَاهُنَا»، وَيُشِيرُ إِلَى صَدْرِهِ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ، «بِحَسْبِ امْرِئٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ، كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ، دَمُهُ، وَمَالُهُ، وَعَرَضُهُ»^(١).

والمستشار الدعوي يُقدِّم إرشاداته وتوجيهاته الدعوية التي غالباً لا تخلو من التذكير بأهمية التحلي بالتقوى، فمن الأولى اتصافه بذلك ابتداءً، والبعد عن كل ما يشوبها ويفسدها، وفي مقدمة ذلك: التعامل مع الجنس الآخر من الذكور والإناث، مع وجود الكفاءات الاستشارية الدعوية الرجالية والنسائية، خاصة إذا ما تعلق الاستشارة بأمور خاصة.

قال أبو العتاهية^(٢):

أَرَاكَ أَمْرًا تَرْجُو مِنَ اللَّهِ عَفْوَهُ وَأَنْتَ عَلَى مَا لَا يُحِبُّ مُقِيمٌ
تَدُلُّ عَلَى التَّقْوَى وَأَنْتَ مُقَصِّرٌ فَيَا مَنْ يُدَاوِي النَّاسَ وَهُوَ سَقِيمٌ

٣. العلم^(٣):

يلزم المستشار الدعوي أن يكون لديه علم يؤهله للقيام بمهمة الإرشاد والتوجيه، سواء علم شرعي، أم علم بالأحوال المتعلقة بموضوع الاستشارة، ما يختص منها بالمستشير، والبيئة المحيطة التي تشمل: المكان، والزمان، والمجتمع، والوسائل والأساليب الاستشارية.

(١) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب تحريم ظلم المسلم، وخذله...، ص ١١٢٧، رقم الحديث (٢٥٦٤).

(٢) هو أبو إسحاق إسماعيل بن القاسم بن سويد، أطبع أهل زمانه شعراً، وأكثرهم قولاً، وأسهلهم لفظاً، وأسرعهم بديهة وارتجالاً، وأول من فتح للشعراء باب الوعظ والتزهيد في الدنيا والنهي عن الاعتزاز بها، وأكثر من الحكمة، ولد بالكوفة سنة ١٣٠هـ، ومات ببغداد سنة ٢١١هـ. (انظر: جواهر الأدب في أدبيات وإنشاء لغة العرب، ج ٢، ص ١٩١، أحمد بن إبراهيم الهاشمي، ط [د (ر.ت)، مؤسسة المعارف، بيروت]).

(٣) العلم: نقيض الجهل، وهو صفة راسخة تدرك بها الكليات والجزئيات. (انظر: التعريفات، مادة العين، ص ١٥٥، مرجع سابق؛ معجم مقاييس اللغة، مادة العين واللام وما يثلاثهما، ج ٤، ص ١١٠، أحمد بن فارس الرازي، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ط [د (ر)، ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م، دار الفكر، د (م)].).

فالعلم مقدّم على القول والعمل؛ كما صنف الإمام البخاري رحمه الله في صحيحه: باب العلم قبل القول والعمل، قال تعالى: ﴿فَاعْلَمْ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَاسْتَغْفِرْ لِذَنْبِكَ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مُتَقَلَّبَكُمْ وَمَثْوَاكُمْ﴾^(١)، وقد وضّح ابن عاشور رحمه الله معنى الآية بقوله: "فالأمر في قوله: فاعلم، كناية عن طلب العلم، وهو العمل بالمعلوم"^(٢).

قال علي بن أبي طالب عليه السلام:

ما الفضلُ إلا لأهل العلم إنهم
وقدرُ كلِّ امرئٍ ما كان يُحسِنُه
وعلى الهدى لمن استهدى أدلاءُ
وللرجال على الأفعال أسماءُ
وضدُّ كلِّ امرئٍ ما كان يجهلُه
والجاهلون لأهل العلم أعداءُ^(٣)

ويحتاج من يتولى مسؤولية نفع الناس وتعليمهم وتوجيههم طلب العلم الذي يؤهله لذلك؛ فعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: بَيْنَمَا النَّبِيُّ صلى الله عليه وسلم فِي مَجْلِسٍ يُحَدِّثُ الْقَوْمَ، جَاءَهُ أَعْرَابِيٌّ فَقَالَ: مَتَى السَّاعَةُ؟ فَمَضَى رَسُولُ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم يُحَدِّثُ، فَقَالَ بَعْضُ الْقَوْمِ: سَمِعَ مَا قَالَ فَكَرِهَ مَا قَالَ. وَقَالَ بَعْضُهُمْ: بَلْ لَمْ يَسْمَعْ، حَتَّى إِذَا قَضَى حَدِيثَهُ قَالَ: «أَيُّنَ - أَرَاهُ - السَّائِلُ عَنِ السَّاعَةِ؟» قَالَ: هَا أَنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: «فَإِذَا ضُيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَاَنْتَظِرِ السَّاعَةَ»، قَالَ: كَيْفَ إِضَاعَتُهَا؟ قَالَ: «إِذَا وُسِّدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَاَنْتَظِرِ السَّاعَةَ»^(٤)، بمعنى: "أن إسناد الأمر إلى غير أهله إنما يكون عند غلبة الجهل، ورفع العلم، وذلك من جملة الأشرار، ومقتضاه أن العلم ما دام قائماً ففي الأمر فسحة، وكأن المصنف أشار إلى أن العلم إنما يؤخذ عن الأكابر"^(٥)؛ لذا قال عمر رضي الله عنه: "تفقهوا قبل أن تسودوا"، وقال

(١) (سورة محمد، الآية: ١٩).

(٢) التحرير والتنوير، ج ٢٦، ص ١٠٥، مرجع سابق.

(٣) صيد الأفكار في الأدب والأخلاق والحكم والأمثال، ص ٧٩، حسين بن محمد المهدي، ط [د (ر)، ٢٠٠٩م، دار الكتاب، الجمهورية اليمنية].

(٤) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب من سئل علماً وهو مشتغل في حديثه...، ص ٧، رقم الحديث (٥٩).

(٥) فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج ١، ص ١٤٣، مرجع سابق.

أبو عبد الله^(١) عليه السلام: "وبعد أن تسودوا، وقد تعلم أصحاب النبي ﷺ في كبر سنهم"^(٢)؛ وهو ما يؤكد على أن المستشار الدعوي لا بد أن يُعنى بترسيخ العلم الذي يؤهله لمهمته، ويستمر في طلب العلم، ومتابعة ما يستجد من علوم ترتقي بجانب تقديم الاستشارة الدعوية.

وموجب هذا العلم الذي يحمله المستشار الدعوي يكون تقديره لقيمة وأهمية الرأي الذي يُقدّمه، قال ابن القيم رحمته الله: "العلمون بالله وكتابه ودينه عرفوا سبيل المؤمنين معرفة تفصيلية، وسبيل المجرمين معرفة تفصيلية، فاستبان لهم السبيلان كما يستبين للسالك الطريق الموصل إلى مقصوده، والطريق الموصل إلى الهلكة؛ فهؤلاء أعلم الخلق، وأنفعهم للناس، وأنصحهم لهم، وهم الأدلاء الهداة، وبذلك برز الصحابة عليهم السلام على جميع من أتى بعدهم إلى يوم القيامة"^(٣)، "سئل الشافعي رحمته الله عن مسألة فسكت، ف قيل له: ألا تجيب يرحمك الله؟ فقال: حتى أدري الفضل في سكوتي أو في الجواب"^(٤).

ومن المعلوم أن "الناس في حاجة ماسة إلى العلماء؛ لأجل أن يردوا على كيد المبتدعين، وسائر أعداء الله ﷻ، ولا يكون ذلك إلا بالعلم الشرعي المتلقى من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ"^(٥)، والمستشار الدعوي في مُقدّمة من يُوجّه لذلك؛ حيث إن التوجيه والإرشاد يُعد من أول اهتماماته، وعلمه بأحوال من يُقدّم لهم التوجيه والإرشاد، وما يناسبهم من الوسائل والأساليب الاستشارية، والموضوعات ذات الاهتمام، شرط لتحقيق الثمرة؛ لذا على القائم بهذه المهمة العظيمة بذل كافة السبل في الجمع بين العلم الشرعي الدعوي، والعلم بأحوال المستفيدين من الاستشارة الدعوية، وكافة ما يتعلق بفن تقديم الاستشارة؛ بمعنى أن يكون مؤهلاً علمياً ومعرفياً وفكرياً ومهنيّاً.

(١) يعني البخاري نفسه.

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب الاغتباط في العلم والحكمة، ص ٩.

(٣) المجموع القيم من كلام ابن القيم، ج ٢، ص ٦٨٣، منصور بن مُجد المقرن، ط [الثالثة، ١٤٢٨هـ-٢٠٠٧م، دار طيبة، الرياض].

(٤) المرجع السابق، ج ٢، ص ٦٩٤.

(٥) كتاب العلم، ص ٣٠، مُجد بن صالح العثيمين، ط [الأولى، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م، دار الثريا، الرياض].

٤. حُسْن السمت^(١):

المستشار الدعوي قد يُقدّم مشورته لمن هم أكثر منه خدمة في المجال الدعوي، أو أكبر منه سناً من الدعاة أو المدعويين؛ فلا بُدَّ أن يُعنى بجانب سمته الصالح؛ كونه قدوة في مجاله، كُلف بهذه المهمة العظيمة لنفع الأمة، سواء بتطوعه من قبل نفسه، أم باختياره رسمياً، وقد كان رسول الله ﷺ مثلاً يُحتذى، وقدوة يُتعلّم منه، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۖ﴾^(٢)، "فالقدوة إنما تؤثر، وتحدث نتائجها الحسنة؛ لأنها أفعال وصفات تعقب الأقوال والمبادئ التي ينادي بها المرابي"^(٣)، وبذلك تتضح أهمية العناية بمبدأ التطابق بين القول والفعل، وهي سمت أهل الهدى والصالح من المؤمنين.

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: «الْهُدْيُ الصَّالِحُ، وَالسَّمْتُ الصَّالِحُ، وَالْإِقْتِصَادُ، جُزْءٌ مِنْ خَمْسَةٍ وَعِشْرِينَ جُزْءًا مِنَ النَّبُوءَةِ»^(٤)، وقال السيوطي رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: "إن تعلم السمت الصالح في العلم أفضل من تعلم العلم نفسه، فالسلف رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ كانوا يتعلمون من شيوخهم هديهم قبل أن يأخذوا عنهم علمهم، فكانوا إذا أتوا الرجل ليأخذوا العلم عنه نظروا إلى صلاته، وسمته، وهيئته، ثم يأخذون عنه"^(٥).

(١) السمت: من السكينة والوقار في الهيئة والمنظر والشمائل. (انظر: غريب الحديث، ج ٣، ص ٣٨٤، القاسم بن سلام البغدادي، تحقيق: د. محمد عبد المعيد خان، ط [الأولى، ١٣٨٤هـ-١٩٦٤م، دائرة المعارف العثمانية، حيدر آباد]).

(٢) (سورة الأحزاب، الآية: ٢١).

(٣) علم النفس الدعوي، ص ٢٢٠، د. عبدالعزيز بن محمد النعيمشي، ط [الثانية، ١٤٢٤هـ-٢٠٠٣م، دار المسلم، الرياض].

(٤) أخرجه الإمام البخاري في الأدب المفرد، باب الهدى والسمت الصالح، ص ٢٧٦، رقم الحديث (٧٩١)، قال الشيخ الألباني رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: حسن. (صحيح الأدب المفرد، ص ٢٩٤، مرجع سابق).

(٥) حُسْن السمت في الصمت، ص ٩، عبد الرحمن بن أبي بكر جلال الدين السيوطي، تحقيق: أحمد محمد سليمان، ط [د (ر)، ٢٠١٠م، دار العلم والإيمان، مصر].

ويُكتسب السمات الحسن بعدة وسائل، منها^(١):

أ. إصلاح الباطن: فأدب الظاهر عنوان أدب الباطن، قال النعمان بن بشير رضي الله عنه:
 سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: "...أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً: إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ"^(٢).

ب. إعلاء قيمة التأدب وجعله من الأولويات: وقد كان السلف رضي الله عنهم منهم من ينفق في ذلك جزءاً كبيراً من عمره، قال الحسن رضي الله عنه: إن كان الرجل ليخرج في أدب نفسه السنتين ثم السنتين، ومكث يحيى بن يحيى^(٣) عاماً كاملاً يأخذ بشمائل مالك رضي الله عنه بعد أن فرغ من علمه.

ج. الاطلاع على سيرة العلماء والافتداء بهم، إلى جانب لزوم الصالحين والقديوات الحسنة، قال أبو الدرداء رضي الله عنه: من فقه الرجل ممشاه، ومدخله، ومخرجه مع أهل العلم.

د. التطبيق العملي المباشر لما يتعلمه: قال الحسن رضي الله عنه: "قد كان الرجل يطلب العلم، فلا يلبث أن يرى ذلك في تخشعه، وهديه، ولسانه، وبصره، وبره"^(٤).

(١) انظر: الإدارة التربوية الدعوية، ص ١٩١، محمد بن أحمد القيسي، ط [الأولى، ١٤٣٥هـ-٢٠١٤م، دار ابن الأثير، الرياض].

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان، باب فضل من استبرأ لدينه، ص ٦، رقم الحديث (٥٢).

(٣) هو فقيه الأندلس، أبو محمد الليثي البربري المصمودي الأندلسي القرطبي، ولد سنة ١٥٢هـ، ارتحل إلى المشرق في أواخر أيام مالك الإمام فسمع منه الموطأ. (انظر: سير أعلام النبلاء، ج ٨، ص ٥١٧، محمد بن أحمد الذهبي، ط [د (ر)، ١٤٢٧هـ-٢٠٠٦م، دار الحديث، القاهرة]).

(٤) الزهد، ص ٢١١، أحمد بن حنبل، ط [الأولى، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م، دار الكتب العلمية، بيروت].

٥. البصيرة^(١) والفطنة^(٢) وجودة الفهم^(٣):

المستشار الدعوي يلزمه أن يكون على بصيرة فيما يقدمه من مشورة في الجانب الدعوي؛ قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾^(٤)، ويحسن به أن يكون فطناً لحال المستشير؛ ليمكن من قضاء حاجته؛ فعن أبي هريرة رضي الله عنه: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ قَالَ: «لَيْسَ الْمِسْكِينُ الَّذِي يَطُوفُ عَلَى النَّاسِ تَرُدُّهُ اللَّقْمَةُ وَاللُّقْمَتَانِ، وَالتَّمْرَةُ وَالتَّمْرَتَانِ، وَلَكِنَّ الْمِسْكِينُ الَّذِي لَا يَجِدُ غِنًى يُغْنِيهِ، وَلَا يُفْطِنُ بِهِ، فَيَتَصَدَّقُ عَلَيْهِ وَلَا يَقُومُ فَيَسْأَلُ النَّاسَ»^(٥)، كما يلزم أن يكون صاحب فهم لمقاصد الشريعة؛ حتى لا يخالف رأيه نصاً شرعياً، فيفسد من حيث إرادته الإحسان؛ بسبب قصور فهمه؛ قال ابن تيمية رحمته الله: "قد يؤتى الإنسان من سوء فهمه؛ فيفهم من كلام الله ﷻ، ورسوله ﷺ معاني يجب تنزيه الله سبحانه عنها، ولكن حال المبطل مع كلام الله ﷻ، ورسوله ﷺ كما قيل:

(١) البصيرة: يقصد بها العلم واليقين. (تفسير الكرم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص ٤٠٦، مرجع سابق)، وتأني بمعنى الحجة. (مختار الصحاح، مادة الباء، ص ٣٥، محمد بن أبي بكر الرازي، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، ط [الخامسة، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م، المكتبة العصرية، بيروت]).

(٢) الفطنة: كالفهم، وهي ضد الغباوة. (انظر: لسان العرب، مادة الفاء، ج ١٣، ص ٣٢٣، مرجع سابق)، وهي: "التنبه للشيء الذي يقصد معرفته". (الكليات: معجم في المصطلحات والفروق اللغوية، مادة الألف والدال، ص ٦٧، أيوب بن موسى الكفوي، تحقيق: عدنان درويش، محمد المصري، ط [د. ر.ت)، مؤسسة الرسالة، بيروت]).

(٣) الفهم: "علم الشيء". (مجمل اللغة، مادة الفاء والواو وما يثلاثهما، ج ١، ص ٧٠٧، أحمد بن فارس الرازي، تحقيق: زهير عبد المحسن سلطان، ط [الثانية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م، مؤسسة الرسالة، بيروت])؛ وقيل: الفهم: "تصور المعنى من لفظ المخاطب". (التوقيف على مهمات التعاريف، مادة الفاء، ص ٢٦٥، عبدالرؤوف بن تاج المناوي القاهري، ط [الأولى، ١٤١٠هـ - ١٩٩٠م، عالم الكتب، القاهرة]).

(٤) (سورة يوسف، الآية: ١٠٨).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الزكاة، باب قول الله تعالى: ﴿لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِحْثَافًا﴾، ص ١١٧، رقم الحديث (١٤٧٩).

وَكَمْ مِنْ عَائِبٍ قَوْلًا صَحِيحًا وَآفَتُهُ مِنْ الْفَهْمِ السَّقِيمِ^(١)

وقال مُعَاوِيَةُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، سَمِعْتُ النَّبِيَّ ﷺ يَقُولُ: «مَنْ يُرِدِ اللَّهُ بِهِ خَيْرًا يُفَقِّهْهُ فِي الدِّينِ، وَإِنَّمَا أَنَا قَاسِمٌ وَاللَّهُ يُعْطِي، وَلَنْ تَزَالَ هَذِهِ الْأُمَّةُ قَائِمَةً عَلَى أَمْرِ اللَّهِ، لَا يَضُرُّهُمْ مَنْ خَالَفَهُمْ، حَتَّى يَأْتِيَ أَمْرُ اللَّهِ»^(٢)؛ لذا يجب العناية في انتقاء واختيار المستشارين الدعويين، الذين يتميزون بجودة فهمهم؛ لما يترتب على ذلك من حفظ الدين، وتقديم الرأي الصائب بعد فهم مراد المستشار من استشارته.

والمستشار الدعوي مخاطب بما يخاطب به الدعاة من: "أهمية مراعاة فقه الموازنة بين المصالح والمفاسد التي ينبغي لكل داعية أن يتعلمها خاصة في هذا الزمان؛ لعظم الحاجة إليها؛ ولأن الدعاة فيها بين إفراط وتفريط؛ فطائفة لم تعتد بالمصالح الراجحة فخالفت بذلك النصوص الصريحة من كتاب الله ﷻ، وسنة رسوله ﷺ، وطائفة تساهلت في اعتبار المصالح وتوسعت في استعمالها على حساب النصوص الشرعية الواضحة"^(٣). فبفقه هذه القاعدة العظيمة، ومختلف القواعد المنهجية في الدعوة إلى الله تعالى: (المقاصد والنيات، وضوح الرؤية والهدف، الغايات والوسائل، الموازنة بين العلم والعبادة والعمل، البناء والمعالجة، التغيير والإصلاح، العقل والعاطفة، المثالية والواقعية، العناية بالكل أو الجزء، في الائتلاف والاختلاف، الموازنة بين الترغيب والترهيب،...) ^(٤)، يُبنى الرأي والتوجيه السديد.

(١) مجموع الفتاوى، ج ٦، ص ٣٩٩، أحمد بن عبد الحليم ابن تيمية، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، ط [د (ر)،

١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة المنورة].

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب من يرد الله به خيراً يفقهه في الدين، ص ٨، رقم الحديث (٧١).

(٣) قواعد منهجية في الدعوة إلى الله، ص ١٠٨، د. فالخ بن محمد الصغير، ط [الأولى، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م، دار ابن الأثير، الرياض].

(٤) انظر: المرجع السابق، ص ٣٠٤.

٦. دقة الملاحظة^(١):

يحتاج المستشار الدعوي أن يكون دقيق الملاحظة عند تعامله مع المستشيرين، أو اختلاطه بغيره من أهل الخبرة والاختصاص في مجال الاستشارة؛ إذ يختصر اتصافه بذلك الجهد الكبير في الحصول على المعلومات الأكثر دقة، والموثوق بها. ودقة الملاحظة إذا تمكن المستشار الدعوي من توظيفها في خدمة العملية الاستشارية، كان ذلك دافعاً لاستمرارية التعامل معه؛ لأنه يُعدّ مؤشراً على اهتمامه، واحترامه لمن يتعامل معهم في كافة المواقف، سواء كانت إيجابية، أم سلبية.

كما تُسهّم هذه الصفة في وضع الخطط العملية لعلاج كثير من المشكلات التي تعترض العمل الدعوي، أو توجيهه للارتقاء بمستوى الأداء؛ نظراً لاعتمادها على حقائق مبنية من الواقع، ولا يقف استخدام الملاحظة على تحديد الاحتياجات فقط، وإنما يُستفاد منها في التعرف على التغيرات التي تحدث أثناء العمل، وإحدى الوسائل الهامة للتقويم المهني الدعوي.

وتأصيل الملاحظة موجود في الكتاب، والسنة، ومنهج السلف الصالح، قال تعالى: ﴿وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْتَهُمْ بِسِمَتِهِمْ وَلَتَعْرِفَنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ﴾^(٢)، واستخدمها الرسول ﷺ في المجال الدعوي عند توجيهه للسائلين وطالبي الوصية والنصيحة؛ فعن أبي هريرة رضي الله عنه، أَنَّ رَجُلًا قَالَ لِلنَّبِيِّ ﷺ: أَوْصِنِي، قَالَ: «لَا تَغْضَبْ»، فَزَدَ مِرَارًا، قَالَ: «لَا تَغْضَبْ»^(٣)، وَعَنْ سُفْيَانَ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ الثَّقَفِيِّ رضي الله عنه قَالَ: قُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، قُلْ لِي فِي الْإِسْلَامِ قَوْلًا لَا أَسْأَلُ عَنْهُ أَحَدًا بَعْدَكَ - وَفِي حَدِيثِ أَبِي أُسَامَةَ رضي الله عنه غَيْرَكَ -، قَالَ ﷺ: «قُلْ: آمَنْتُ بِاللَّهِ، فَاسْتَقِمْ»^(٤)، وَعَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ بُسْرِ

(١) الملاحظة: هي المهارة في النظر إلى الشيء بدقة وانتباه، ويُقصد بدقة الملاحظة: ما يلفت الانتباه إلى تمحيص الشيء، وتمييز خصائصه لمعرفة كنه حقيقته، وإدراك مراميه. (انظر: معجم اللغة العربية المعاصرة، مادة اللام، ج ٣، ص ١٩٩٨، مرجع سابق).

(٢) (سورة محمد، الآية: ٣٠).

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب الحذر من الغضب، ص ٥١٦، رقم الحديث (٦١١٦).

(٤) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب جامع أوصاف الإسلام، ص ٦٨٧، رقم الحديث (٣٨).

ﷺ، أَنَّ رَجُلًا قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّ شَرَائِعَ الْإِسْلَامِ قَدْ كَثُرَتْ عَلَيَّ، فَأَخْبِرْنِي بِشَيْءٍ أَتَشَبَّثُ بِهِ، قَالَ ﷺ: «لَا يَزَالُ لِسَانُكَ رَطْبًا مَنْ ذَكَرَ اللَّهَ»^(١). وما كانت تلك الإجابات المختلفة إلا مراعاة منه ﷺ للأحوال الخاصة بالسائلين؛ إذ كان يعلم حاجة كل واحدٍ منهم، والتوجيه المناسب له، وفق ما يلائم حاله، بناءً على ملاحظته لهم.

ونبه ابن القيم رحمه الله لأهمية ملاحظة أحوال المستشيرين عند طلبهم الفتوى، فقال: "ومن أفتى الناس بمجرد المنقول في الكتب على اختلاف عرفهم، وعوائدهم، وأزمنتهم، وأمكنتهم، وأحوالهم، وقرائن أحوالهم، فقد ضل وأضل، وكانت جنايته على الدين أعظم من جناية من طبب الناس كلهم على اختلاف بلادهم، وعوائدهم، وأزمنتهم، وطبائعهم، بما في كتاب من كتب الطب على أبدانهم، بل هذا الطبيب الجاهل وهذا المفتي الجاهل أضر ما على أديان الناس وأبدانهم"^(٢). وضرب ابن تيمية رحمه الله لذلك مثلاً عملياً فقال: "لو أن المسلم بدار حرب، أو دار كفر غير حرب، لم يكن مأموراً بالمخالفة لهم في الهدى الظاهر؛ لما عليه في ذلك من الضرر، بل قد يستحب للرجل، أو يجب عليه أن يشاركهم أحياناً في هديهم الظاهر، إذا كان في ذلك مصلحة دينية: من دعوتهم إلى الدين، والاطلاع إلى باطن أمورهم؛ لإخبار المسلمين بذلك، أو دفع ضرر عن المسلمين، وغير ذلك من المقاصد الصالحة"^(٣).

ولاكتساب دقة الملاحظة يلزم العناية بالتالي^(٤):

أ. تركيز الانتباه: ويعتمد على سلامة الحواس، والقدرة العقلية في التركيز.

(١) أخرجه الترمذي في جامعه، كتاب الدعوات، باب ما جاء في فضل الذكر، ص ١٩٩٩، رقم الحديث (٣٣٧٥)؛ قال الشيخ الألباني رحمه الله: صحيح. (صحيح الترغيب والترهيب، ج ٢، ص ٩٥، مُجَدِّد ناصر الدين الألباني، ط [الخامسة، د (ت)، مكتبة المعارف، الرياض]).

(٢) إعلام الموقعين عن رب العالمين، ج ٣، ص ٤٧٠، ابن قيم الجوزية، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، ط [الثانية، ١٤٣٣ هـ، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية].

(٣) اقتضاء الصراط المستقيم لمخالفة أصحاب الجحيم، ج ١، ص ٥٣، أحمد بن عبد الحليم ابن تيمية، تحقيق: ناصر عبد الكريم العقل، ط [السابعة، ١٤١٩ هـ-١٩٩٩ م، دار عالم الكتب، بيروت].

(٤) انظر: موقع مجلة العلوم الاجتماعية، <http://swmsa.net>.

ب. الإحساس: وهي نتيجة مباشرة لاستشارة الحواس المختلفة التي يستخدمها المستشار.

ج. الإدراك: وذلك بالربط بين ما يحسه المستشار وخبرته الماضية؛ أي تحويل الإحساس إلى معاني ملموسة، والإدراك الواعي لجوانب وأبعاد الظاهرة التي تم ملاحظتها.

د. التحليل: وذلك بقيام المستشار بمقارنة ما شاهده، وأدركه؛ أي ما لاحظته.

هـ. التسجيل: يحسن بالمستشار تدوين ملاحظاته وعدم إهمالها؛ لإمكانية الاستفادة منها في وضع تصور مستقبلي للعمل الدعوي، وتقديم الرأي السديد من خلالها.

ومن خلال ما سبق تتضح أهمية معرفة المستشار الدعوي للأحوال البيئية المحيطة بموضوع الاستشارة وأصحابها قبل تقديم الرأي والتوجيه؛ لضمان نجاح العملية الاستشارية الدعوية بعد معونة الله تعالى.

٧. استشعار المسؤولية^(١):

عن عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، يَقُولُ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: «كُلُّكُمْ رَاعٍ، وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، الْإِمَامُ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي أَهْلِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا وَمَسْئُولَةٌ عَنْ رَعِيَّتِهَا، وَالْحَادِمُ رَاعٍ فِي مَالِ سَيِّدِهِ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ»^(٢)، قال العلماء: الراعي: هو الحافظ المؤمن الملتزم صلاح ما قام عليه، وما هو تحت نظره، ففيه أن كل من كان تحت نظره شيء فهو مطالب بالعدل فيه والقيام بمصالحه في دينه ودنياه ومتعلقاته^(٣)؛ فالمسؤولية مرتبطة بأداء أمانة ما تم التكلف به من واجبات؛ لذا المستشار الدعوي مطالب باستشعار أهمية العناية بذلك، وبذل الجهد في المبادرة في تقديم

(١) المسؤولية: "تُطلق بوجه عام على حال أو صفة من يسأل عن أمر تقع عليه تبعته؛ يقال: أنا بريء من مسؤولية هذا العمل، وتُطلق أخلاقياً على التزام الشخص بما يصدر عنه قولاً أو عملاً، وتُطلق قانوناً على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقاً للقانون". (المعجم الوسيط، مادة السين، ص ٤١١، مرجع سابق).

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه واللفظ له، كتاب الجمعة، باب الجمعة في القرى والمدن، ص ٧٠، رقم الحديث (٨٩٣)؛ وأخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الإمارة، باب فضيلة الأمير العادل...، ص ١٠٠٦، رقم الحديث (١٨٢٩).

(٣) انظر: المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، ج ١٢، ص ٢١٣، مرجع سابق.

كل ما ينفع المستشار ويعمل على تقويمه دعويًا، فالمستشير قصد المستشار للاستفادة من خبرته، وتجاوز الأخطاء التي تعترضه في العمل الدعوي في أقل وقت ممكن.

واستشعار المستشار المسؤولية تبدأ من محاسبة النفس، والعمل على إصلاحها وتحيثتها لما أنيط بها؛ قال ابن الجوزي رحمه الله: "حاسب نفسك عند كل نظرة وكلمة وخطوة؛ فإنك مسؤول عن ذلك، وعلى قدر انتفاعك بالعلم ينتفع السامعون، ومتى لم يعمل الواعظ بعلمه زلت موعظته عن القلوب"^(١)، قال تعالى: ﴿وَقَفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ﴾^(٢)، ومن الأهمية معرفة المستشار الدعوي حدود مسؤولياته لالتزامها والتقيد بها، سواء على المستوى الذاتي أم المستوى المهني.

٨. الخبرة^(٣):

الأصل في طلب الاستشارة الخبرة والتجربة؛ لذا يُقصد المستشار لأخذ رأيه، وطلب توجيهاته، قال تعالى: ﴿وَلَا يُبَيِّنُكَ مِثْلُ خَيْرٍ﴾^(٤)؛ "إذ إن العلم النظري وحده لا يكفي ما لم يتنزل على فهم صحيح ودقيق للواقع والوقائع، وهذا إنما يأتي من خبرة ومعايشة وممارسة للمجال الذي يُستشار فيه"^(٥)؛ لذا يلزم المستشار الدعوي أن تكون له ممارسة دعوية، وخبرة كافية تؤهله لتقديم الرأي والمشورة في مجال تخصصه.

(١) صيد الخاطر، ص ٥١٢، عبد الرحمن بن علي الجوزي، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، دار القلم، دمشق].

(٢) (سورة الصافات، الآية: ٢٤).

(٣) الخبراء: "ذوو الاختصاص الذين يعود لهم حق الاقتراح والتقدير". (معجم اللغة العربية المعاصرة، مادة الهمة، ج ١، ص ١٣٥، مرجع سابق).

(٤) (سورة فاطر، الآية: ١٤).

(٥) أحكام عقد الاستشارة وتطبيقاته القضائية، ج ١، ص ٣٤٨، د. عبد الرحمن بن عبد الله المحيسن، ط [الأولى، ١٤٣٤هـ-٢٠١٣م، دار كنوز إشبيلية، الرياض].

فالمستشار المؤهل مهنيًا هو أكثر فاعلية من المستشار الجديد الذي لا يملك خبرة وتجربة^(١)، فيحسن بالمستشير أن يتنبه لذلك، قال النووي رحمته الله: "يستحب لمن همَّ بأمر، أن يشاور فيه من يثق بدينه وخبرته وحذقه، ونصيحته وورعه وشفقته، ويستحب أن يُشاور جماعة بالصفة المذكورة، ويستكثر منهم، ويعرفهم مقصوده من ذلك الأمر، ويبين لهم ما فيه من مصلحة ومفسدة إن علم شيئاً من ذلك"^(٢).

٩. الواقعية:

يحتاج المستشار الدعوي التزام الواقعية، وعدم المثالية عند تصور حال المستشير، والواقعية في الطرح والمناقشة مع المستشير، والواقعية في تقديم الحلول ومعالجة المشكلات؛ لتحقيق الغاية والهدف من تفعيل الاستشارات الدعوية، وصولاً لتنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه.

فلا يطرح المستشار رأياً وتوجيهاً لا يتناسب مع الواقع المعاصر الذي يحيط بالمستشير، أو لا يكون في حدود قدرته واستطاعته؛ فمن خصائص الدعوة إلى الله وَجَعَلَ الواقعية، قال تعالى: ﴿لَا يَكْفُلُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾^(٣)، وقال تعالى: ﴿وَمَا جَعَلَ عَلَيْكَ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ﴾^(٤)، وَقَالَ عَلِيُّ بْنُ أَبِي طَالِبٍ رحمته الله: "حَدِّثُوا النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ، أَتُحِبُّونَ أَنْ يُكَذَّبَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ؟"^(٥)، وهو ما يتطلب منه سعة الاطلاع، ودراسة الواقع واستشراف المستقبل، والبحث في المسائل والموضوعات الدعوية المستجدة؛ لخدمة الأفراد والمؤسسات الدعوية التي تستنير برأيه ومشورته.

(١) انظر: علم النفس الدعوي، ص ٢٨١، مرجع سابق.

(٢) الأذكار للنووي، ص ٥١٨، محيي الدين يحيى بن شرف النووي، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، دار ابن حزم، د(م)].

(٣) (سورة البقرة، الآية: ٢٨٦).

(٤) (سورة الحج، الآية: ٧٨).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب من خص بالعلم قوما دون قوم، كراهية أن لا يفهموا، ص ١٤، رقم الحديث (١٢٧).

١٠. الحكمة^(١):

يلزم المستشار الدعوي الحكمة عند مزاولته لمهمته، "والحكمة نوعان: الحكمة النظرية، ومرجعها إلى العلم والإدراك، والحكمة العملية، ومرجعها إلى فعل العدل والصواب، ولا يمكن خروج الحكمة عن هذين المعنيين؛ لأن كمال الإنسان في أمرين: أن يعرف الحق لذاته، وأن يعمل به، وهذا هو العلم النافع والعمل الصالح"^(٢).

والمستشار الدعوي هو داعية في الأصل مخاطب بقوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾^(٣)، والدعوة إلى الله تقوم على الحكمة والموعظة الحسنة، وتظهر الحكمة في معرفة المناسب من الدعوة لكل فئة من الناس، والداعية الحكيم لا يقول كل ما يعرف لكل من يعرف، وهو يتعامل مع العقول بحسب مقدرتها لا بحسب مقدرته، ولا يُحمّلها فوق طاقتها، وقد فهم ابن عباس رضي الله عنه قول الله تعالى: ﴿وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّاتِنًا﴾^(٤)، فقال: "حلماء، علماء، حكماء"^(٥)، وقال البخاري رحمه الله: "ويقال: الرباني الذي يربي الناس بصغار العلم قبل كباره"^(٦)، والبدء بصغار العلم مرجعه مراعاة العقول؛ حتى

(١) الحكمة: هي "الإصابة في الأقوال والأفعال ووضع كل شيء في موضعه". (الحكمة في الدعوة إلى الله تعالى، ص ٢٧، سعيد بن علي بن وهف القحطاني، ط [الثالثة، ١٤١٧هـ-١٩٩٧م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض])؛ والحكيم: "المتقن للأمور". (الصحيح تاج اللغة وصحاح العربية، مادة الحاء، ج ٥، ص ١٩٠١، إسماعيل بن حماد الفارابي، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، ط [الرابعة، ١٤٠٧هـ-١٩٨٧م، دار العلم للملايين، بيروت]).

(٢) الحكمة في الدعوة إلى الله تعالى، ص ٣٥، مرجع سابق.

(٣) (سورة النحل، الآية: ١٢٥).

(٤) (سورة آل عمران، الآية: ٧٩).

(٥) تفسير القرآن العظيم لابن أبي حاتم، ج ٢، ص ٦٩١، عبد الرحمن بن محمد أبي حاتم، تحقيق: أسعد محمد الطيب، ط [الثالثة، ١٤١٩هـ، مكتبة نزار مصطفى الباز، المملكة العربية السعودية].

(٦) صحيح الإمام البخاري، كتاب العلم، باب العلم قبل القول والعمل، ص ٨.

حتى لا تنفر من الدعوة، وقال ابن حجر رحمته الله: "المراد بصغار العلم ما وضح من مسائله، وبكباره ما دق منها"^(١).

ويشهد لهذا الأصل من أصول الدعوة كثير من النصوص، منها: عَنِ الْأَسْوَدِ رحمته الله، قَالَ: قَالَ لِي ابْنُ الزُّبَيْرِ رضي الله عنه: كَانَتْ عَائِشَةُ رضي الله عنها تُسِرُّ إِلَيْكَ كَثِيرًا فَمَا حَدَّثْتِكَ فِي الْكُفَّةِ؟ قُلْتُ: قَالَتْ لِي: قَالَ النَّبِيُّ صلی الله علیه وسلم: «يَا عَائِشَةُ، لَوْلَا قَوْمُكَ حَدِيثُ عَهْدُهُمْ - قَالَ ابْنُ الزُّبَيْرِ رضي الله عنه بِكُفْرِ-، لَنَقَضْتُ الْكُفَّةَ فَجَعَلْتُ هَا بَابَيْنِ: بَابٌ يَدْخُلُ النَّاسُ وَبَابٌ يَخْرُجُونَ»^(٢)؛ قال ابن حجر رحمته الله: "ويستفاد منه ترك المصلحة لأمن الوقوع في المفسدة"^(٣)، وقال علي بن أبي طالب رضي الله عنه: "حَدِّثُوا النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ، أَتُحِبُّونَ أَنْ يُكَذَّبَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ؟"^(٤)؛ ومن ذلك يفهم أن المستشار الدعوي يلزمه ملاحظة استيعاب المستشير، وسعة مداركه؛ فلا يُخاطبه أو يعرض عليه حلولاً لا يستطيع عقله أن يبلغها، فرمما كان ذلك سبباً لنفرته وشروذ ذهنه، واستصعابه العمل الدعوي وتخليه عنه إن كان داعيةً، أو الإعراض عن الحق إن كان مدعواً، كما عليه اختيار الوقت المناسب لتقديم المشورة للمستشير والتوجيه، ولا يُكثر على المتلقي؛ متأسيماً بالرسول صلی الله علیه وسلم في أنه كان يتعهد أصحابه رضي الله عنهم بالموعظة مخافة السامة؛ فعَنِ ابْنِ مَسْعُودٍ رضي الله عنه قَالَ: كَانَ النَّبِيُّ صلی الله علیه وسلم يَتَحَوَّلُنَا بِالْمَوْعِظَةِ فِي الْأَيَّامِ، كَرَاهَةَ السَّامَةِ عَلَيْنَا^(٥).

(١) فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج ١، ص ١٦٢، مرجع سابق.

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب من ترك بعض الاختيار، مخافة أن يقصر فهم بعض الناس عنه، فيقعوا في أشد منه، ص ١٣، رقم الحديث (١٢٦).

(٣) فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج ١، ص ٢٢٥، مرجع سابق.

(٤) تقدم تخريجه، ص ٨٣.

(٥) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب العلم، باب ما كان النبي صلی الله علیه وسلم يتخولهم بالموعظة والعلم كي لا ينفروا، ص ٨، رقم الحديث (٦٨).

١١. الأمانة^(١):

المستشار مؤتمن على ما يُقدّمه من توجيه وإرشاد، وعلى ما يحفظه من أسرار من وثق به من المستشارين، قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا﴾^(٢)، وقال النَّبِيُّ ﷺ: «إِنَّ الْمُسْتَشَارَ مُؤْتَمَنٌ»^(٣)؛ لذا كان عليه الاتصاف بصفة الأمانة؛ لأداء حق الله تعالى، وحقوق الناس.

قال ابن عثيمين رحمه الله: كل إنسان عليه أمانة بحسب ما يقتضيه عمله الذي التزمه، فالموظف بحسب حالة أمانته يقوم بوظيفته على حسب المطلوب منه، ولا يُفَرِّط في عمله أو يتأخر أو يتشاغل بغيره^(٤)؛ فمن حقّ المستشار أن يُعطى الوقت الكافي لتقديم استشارته، وأن يلتزم له المستشار بمتابعته، والعناية بأمره؛ وفق ما كان بينهما من عهود ومواثيق؛ تأديةً للأمانة.

والمستشار الذي يلتزم الأمانة في تأدية مهمته سيرى بركة ذلك بإذن الله تعالى؛ إن أحسن في بذل الجِد في تقديم التوجيه السديد، قال ابن عباس رحمه الله: "لا يزال الرجل يزداد في صحة رأيه ما نصح لمستشاره، فإذا غشه سلبه الله نصحه ورأيه"^(٥).

(١) الأمانة: هي كل حق لزمك أدائه وحفظه (فيض القدير شرح الجامع الصغير، مادة الهمة، ج ١، ص ٢٢٣،

عبد الرؤوف بن تاج المناوي القاهري، ط [الأولى، ١٣٥٦هـ، المكتبة التجارية الكبرى، مصر].

(٢) (سورة النساء، الآية: ٥٨).

(٣) تقدم تخريجه ص ٣٦.

(٤) انظر: الضياء اللامع من الخطب الجوامع، ج ٢، ص ٢١٧، مُجَدِّد بن صالح بن مُجَدِّد العثيمين، ط [الأولى، ١٤٠٨هـ -

١٩٨٨م، مكتبة الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية].

(٥) الذريعة إلى مكارم الشريعة، ص ٢١١، الراغب الأصفهاني، تحقيق: د. أبو اليزيد أبو زيد العجمي، ط [د (ر)،

١٤٢٨هـ-٢٠٠٧م، دار السلام، القاهرة].

١٢. العدل^(١):

قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾^(٢)، يأمر الله تعالى بالعدالة كل إنسان في فعله وقوله بحسب مسؤوليته ومجال إدارته^(٣)؛ فالمستشار الدعوي يتعامل مع أصناف مختلفة من الناس، تتباين أخلاقهم وأفهامهم، واستجاباتهم؛ لذا عليه مجاهدة نفسه في تعامله مع الجميع بعدالة ومساواة، وبذل الوسع لكل أحد بما تقتضيه المصلحة، وعدم المحاباة في الوقت والمشورة.

وكان الرسول ﷺ أسوة حسنة وقدوة في عدله مع الله ﷻ في طاعته له وعبادته، ومع عباد الله تعالى، من مسلمين وغير المسلمين؛ فعن عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ أَبِي بَكْرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: كُنَّا مَعَ النَّبِيِّ ﷺ ثَلَاثِينَ وَمِائَةً، فَقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «هَلْ مَعَ أَحَدٍ مِنْكُمْ طَعَامٌ؟»، فَإِذَا مَعَ رَجُلٍ صَاعٌ مِنْ طَعَامٍ أَوْ نَحْوُهُ، فَعَجِنَ، ثُمَّ جَاءَ رَجُلٌ مُشْرِكٌ، مُشْعَانٌ طَوِيلٌ، بَغَمٍ يَسُوقُهَا، فَقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «بَيْنَا أَمْ عَطِيَّةٌ، أَوْ قَالَ: أَمْ هَبَّةٌ؟»، قَالَ: لَا بَلْ بَيْعٌ، فَاشْتَرَى مِنْهُ شَاةً، فَصُبِعَتْ، وَأَمَرَ النَّبِيُّ ﷺ بِسَوَادِ الْبَطْنِ أَنْ يُشْوَى، وَإِيمُ اللَّهِ، مَا فِي الثَّلَاثِينَ وَالْمِائَةِ إِلَّا قَدْ حَزَّ النَّبِيُّ ﷺ لَهُ حُرَّةٌ مِنْ سَوَادِ بَطْنِهَا، إِنْ كَانَ شَاهِدًا أَعْطَاهَا إِيَّاهُ، وَإِنْ كَانَ غَائِبًا حَبَأَ لَهُ، فَجَعَلَ مِنْهَا قَصْعَتَيْنِ، فَأَكَلُوا أَجْمَعُونَ وَشَبِعْنَا، فَفَضَلَتْ الْقَصْعَتَانِ، فَحَمَلْنَاهُ عَلَى الْبَعِيرِ، أَوْ كَمَا قَالَ^(٤).

وقال ابن حزم رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: "أفضل نعم الله تعالى على المرء أن يطبعه على العدل وحُبّه، وعلى الحقِّ وإيثاره"^(٥).

(١) العدل: "الصفة تقتضي معنى المساواة، ولا تستعمل إلا باعتبار الإضافة، وهي في التعارف إذا اعتبرت بالقوة فهية في الإنسان يطلب بها المساواة، فإذا اعتبرت بالفعل فهو التقسيط القائم على الاستواء". (الذريعة إلى مكارم الشريعة، ص ٢٤٩، مرجع سابق)؛ وقيل: "العدل، مصدر بمعنى: العدالة، وهو الاعتدال والاستقامة، وهو الميل إلى الحق". (التعريفات، مادة العين، ص ١٤٧، مرجع سابق).

(٢) (سورة النحل، الآية: ٩٠).

(٣) علم الأخلاق الإسلامية، ص ١١٦، مقدار بالجن محمد، ط [الثانية، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، دار عالم الكتب، الرياض].

(٤) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الهبة، باب قبول الهدية من المشركين، ص ٢٠٦، رقم الحديث (٢٦١٨).

(٥) موسوعة نضرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول الكريم ﷺ، ج ٧، ص ٢٨١٦، مرجع سابق.

١٣. الصبر^(١):

يُعد الصبر من أكد ما يلزم المستشار الدعوي التحلي به من الصفات؛ "قال الإمام أحمد رحمه الله: الصبر في القرآن في نحو تسعين موضعاً، وهو واجب بإجماع الأمة، وهو نصف الإيمان؛ فإن الإيمان نصفان: نصف صبر، ونصف شكر"^(٢)، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾^(٣)، وقال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾^(٤).

فطبيعة التعامل مع المستشارين تحتاج إلى مصابرة؛ حيث يرى غالباً المستشار حاجته مقدّمة، دون مراعاة وقت المستشار وانشغاله بموضوعات استشارية أخرى، أو ارتباطاته الخاصة، الأمر الذي قد يترتب عليه تعرض المستشار للأذى، سواء بكلمة، أم بعلو صوت، أم سخرية واستهزاء، أم نقد؛ خاصة في ضوء اختلاف طبائع وأخلاق البشر، إضافة إلى مزاحمة العمل الاستشاري الدعوي حياة المستشار اليومية؛ مما يؤكد أهمية احتسابه الأجر في قيامه بهذه المهمة العظيمة، وتسليحه بالصبر؛ فعن ابن عمر رضي الله عنه، عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «الْمُؤْمِنُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ، وَيَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ، خَيْرٌ مِنَ الَّذِي لَا يَخَالِطُ النَّاسَ، وَلَا يَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ»^(٥).

(١) الصبر: هو "ترك الشكوى من ألم البلوى لغير الله تعالى إلا إلى الله صلى الله عليه وسلم". (التعريفات، مادة العين، ص ١٣١، مرجع سابق)؛ وقيل الصبر: هو حبس النفس على ثلاثة أمور: طاعة الله تعالى، وعن محارم الله صلى الله عليه وسلم، وعلى أقدار الله تعالى المؤلمة (شرح رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين صلى الله عليه وسلم، ج ١، ص ٧٠، محمد بن صالح العثيمين، ط [الأولى، ١٤٢٨هـ-٢٠٠٧م، دار ابن حزم، القاهرة]).

(٢) مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين، ج ٢، ص ١٥٨، ابن قيم الجوزية، ط [الثانية، ١٤٠٨هـ-١٩٨٨م، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٣) (سورة البقرة، الآية: ١٥٣).

(٤) (سورة آل عمران، الآية: ٢٠٠).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في الأدب المفرد، باب الذي يصبر على أذى الناس، ص ٢٠٠، رقم الحديث (٣٨٨) (الأدب المفرد، مرجع سابق)، قال الشيخ الألباني رحمه الله: صحيح. (صحيح الأدب المفرد، ص ١٥٣، مرجع سابق).

قال مُحمَّد بن يسير^(١):

إِنَّ الْأُمُورَ إِذَا انْسَدَّتْ مَسَالِكُهَا فَالصَّبْرُ يَفْتَحُ مِنْهَا كُلَّ مَا ارْتَجَا
لَا تَيْأَسَنَّ وَإِنْ طَالَتْ مَطَالِبَةٌ إِذَا اسْتَعْنَتْ بِصَبْرٍ أَنْ تَرَى فَرْجًا
أَخْلَقَ بِذِي الصَّبْرِ أَنْ يَحْظِيَ بِحَاجَتِهِ وَمَدَمَنْ الْقَرَعُ لِلْأَبْوَابِ أَنْ يَلْجَأَ^(٢)

١٤. الحلم^(٣):

يواجه المستشار الدعوي مواقف تُثير الغضب أحياناً، خاصة حين تقديمه للتوجيه والإرشاد لأشخاص أو جهات لم تطلب الاستشارة ابتداءً، أو عند وجود عدم الجدية أثناء التدريب والتأهيل الدعوي الذي يُعد من مهامه؛ لذا يلزمه التحلي بالحلم في تلك المواقف.

فَعَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ نَبِيُّ اللَّهِ ﷺ لِأَشَجِّ عَبْدِ الْقَيْسِ: «إِنَّ فِيكَ لَخَصْلَتَيْنِ يُحِبُّهُمَا اللَّهُ: الْحِلْمُ وَالْأَنَانَةُ»^(٤)، وقال علي بن أبي طالب رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: "إنما يعرف الحلم ساعة الغضب"^(٥).

فالحلم من أشرف الأخلاق وأحقها بذوي الألباب، ومن أسباب الحلم الباعثة على ضبط النفس: الرحمة للجهال مع القدرة على الانتصار؛ وذلك من سعة الصدر، وحسن الثقة، والترفع عن السباب؛ وذلك من شرف النفس وعلو الهمة^(٦).

(١) هو من أسد، مولى لهم، وكان في عصر أبي نواس، وعمر بعده حيناً، وقد يتمثل بكثير من شعره. (انظر: الشعر والشعراء، ج ٢، ص ٨٦٧، عبد الله بن مسلم بن قتيبة الدينوري، ط [د (ر)، ١٤٢٣هـ، دار الحديث، القاهرة]).

(٢) المرجع السابق، ج ٢، ص ٨٦٧.

(٣) الْحِلْمُ: "خلاف الطيش، يقال حلمت عنه أحلم، فأنا حليم". (معجم مقاييس اللغة، مادة الحاء واللام وما يثقلنهما، ج ٢، ص ٩٣، مرجع سابق).

(٤) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب الأمر بالإيمان بالله تعالى...، ص ٦٨٣، رقم الحديث (١٨).

(٥) الآداب الشرعية، ج ١، ص ٢٠٥، مرجع سابق.

(٦) أدب الدنيا والدين، ص ٢٥٢، الماوردي، ط [د (ر)، ١٩٨٦م، دار مكتبة الحياة، د (م)].

وقال بعض الشعراء:

وَفِي الْحَرْقِ إِغْرَاءٌ فَلَا تَكُ أَحْرَقًا وَفِي الْحِلْمِ رَدْعٌ لِلْسَفِيهِ عَنِ الْأَذَى
كَمَا نَدِمَ الْمَغْبُونُ لَمَّا تَفَرَّقَا^(١) فَتَنَدَّمَ إِذْ لَا تَنْفَعُكَ نَدَامَةٌ

١٥. التواضع^(٢):

التواضع من أهم الصفات التي يلزم المستشار الدعوي العناية بها؛ لا سيما وأن مهمته تجعله مقصد الكثير، وهو ما يحتاج إلى التربية الإيمانية التي تبعده عن الكبر المنهي عنه؛ فعن حارثة بن وهب الخزاعي رضي الله عنه، عن النبي صلی الله علیه وسلم قال: «أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِأَهْلِ الْجَنَّةِ؟ كُلُّ ضَعِيفٍ مُتَضَاعِفٍ، لَوْ أَقْسَمَ عَلَى اللَّهِ لَا بَرَّةَ. أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِأَهْلِ النَّارِ؟ كُلُّ عُتْلٍ جَوَاطٍ مُسْتَكْبِرٍ»^(٣)؛ فيُراد بالضعيف المتضاعف: المتواضع المتدلل، وقد يكون الضعف هنا رقة القلوب ولينها وإخباتها للإيمان^(٤).

وقد امتدح الله تعالى المتصفين بالتواضع في كتابه الكريم؛ فقال: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾^(٥)، قال ابن كثير رحمته الله: "أي: بسكينة ووقارٍ من غير جبرية ولا استكبار"^(٦).

ومن التواضع أن تمشي في حاجة المستشار مهما كانت مكانته الاجتماعية؛ فعن أنس بن مالك رضي الله عنه، قال: «إِنْ كَانَتْ الْأُمَةُ مِنْ إِمَاءِ أَهْلِ الْمَدِينَةِ، لَتَأْخُذَ بِيَدِ رَسُولِ اللَّهِ صلی الله علیه وسلم فَتَنْطَلِقَ بِهِ حَيْثُ شَاءَتْ»^(٧)، إضافة إلى قبول الحق من تحب، ومن تبغض؛ فتقبله من

(١) أدب الدنيا والدين، ص ٢٥٤، مرجع سابق.

(٢) التواضع: "عدم التكبر والتعظيم". (معجم اللغة العربية المعاصرة، مادة الواو، ج ٣، ص ٢٤٥٧، د. أحمد مختار عبد

الحמיד، ط [الأولى، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، عالم الكتب، د (م)).

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب الكبر، ص ٥١٣، رقم الحديث (٦٠٧١).

(٤) انظر: المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، ج ١٧، ص ١٨٧، مرجع سابق.

(٥) (سورة الفرقان، الآية: ٦٣).

(٦) تفسير القرآن العظيم، ج ٦، ص ١٢١، مرجع سابق.

(٧) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب الكبر، ص ٥١٣، رقم الحديث (٦٠٧٢).

عدوك كما تقبله من وليك^(١).

وعاقبة التواضع حميدة؛ فعن أبي هريرة رضي الله عنه، عن رسول الله ﷺ قال: «مَا نَقَصَتْ صَدَقَةٌ مِنْ مَالٍ، وَمَا زَادَ اللَّهُ عَبْدًا بِعَفْوٍ إِلَّا عِزًّا، وَمَا تَوَاضَعَ أَحَدٌ لِلَّهِ إِلَّا رَفَعَهُ اللَّهُ»^(٢)، قال النووي رحمته الله في شرح الحديث: "وَمَا زَادَ اللَّهُ عَبْدًا بِعَفْوٍ إِلَّا عِزًّا" فيه وجهان، أحدهما: أنه على ظاهره وأن من عُرف بالعفو والصفح ساد وعظم في القلوب، وزاد عزه وإكرامه، والثاني: أن المراد أجره في الآخرة وعزه^(٣).

وسئل الفضيل بن عياض رحمته الله عن التواضع فقال: "يخضع للحق، وينقاد له، ويقبله ممن قاله"^(٤)؛ وذلك يتأكد في حق المستشار الدعوي أن يقبل الحق ويسمعه من كل أحد، مهما كانت مكانته.

١٦. الرفق^(٥) واللين^(٦):

المستشير يحتاج من يرفق به، ويتفهم قدراته، ويوجهه بلين، باستخدام الكلمة الطيبة؛ لما لها من وقع في النفوس، وتأثير أسرع، وقد وجه الله سبحانه وتعالى رسله للرفق بأقوامهم، واستخدام اللين معهم، قال تعالى: ﴿أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ﴾^(٧) فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ^(٨)، قال السعدي رحمته الله: أي: "سهلاً لطيفاً، برفق ولين وأدب وأدب في اللفظ من دون فحش ولا صلف، ولا غلظة في المقال، أو فظاظة في الأفعال؛ لعلَّه بسبب القول اللين، يتذكر ما ينفعه فيأتيه، أو يخشى ما يضره فيتركه، فإن القول اللين داع

(١) انظر: مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين، ج ٢، ص ٣٥٠، مرجع سابق.

(٢) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب استحباب العفو والتواضع، ص ١١٣٠، رقم الحديث (٢٥٨٨).

(٣) انظر: المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، ج ١٦، ص ١٤١، مرجع سابق.

(٤) مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين، ج ٢، ص ٣٤٢، مرجع سابق.

(٥) الرفق: "ضد العنف، ويُقال أرفقته: أي نفعته". (الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، مادة الرء، ج ٤، ص ١٤٨٢، ص ١٤٨٢، مرجع سابق).

(٦) اللين: "ضدُ الخشونة". (مختار الصحاح، مادة اللام، ص ٢٨٨، مرجع سابق).

(٧) (سورة طه، الآيتان: ٤٣-٤٤).

لذلك، والقول الغليظ منفر عن صاحبه^(١)، وقال تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾﴾^(٢)؛ قال ابن كثير رحمه الله: "لو كنت سيئ الكلام، قاسي القلب عليهم لانفضوا عنك وتركوك، ولكن الله جمعهم عليك، وألان جانبك لهم تأليفاً لقلوبهم"^(٣).

وعَنْ عَائِشَةَ رضي الله عنها قَالَتْ: اسْتَأْذَنَ رَهْطٌ مِنَ الْيَهُودِ عَلَى النَّبِيِّ صلى الله عليه وسلم، فَقَالُوا: السَّأَمَ عَلَيْكَ، فَقُلْتُ: بَلْ عَلَيْكُمُ السَّأَمُ وَاللَّعْنَةُ، فَقَالَ: «يَا عَائِشَةُ، إِنَّ اللَّهَ رَفِيقٌ يُحِبُّ الرِّفْقَ فِي الْأَمْرِ كُلِّهِ»، قُلْتُ: أَوَلَمْ تَسْمَعْ مَا قَالُوا؟ قَالَ: «قُلْتُ: وَعَلَيْكُمْ»^(٤)، فكان الرسول صلى الله عليه وسلم رفيقاً يوصي بالرفق، ويحث عليه حتى مع أعداء الدين، ويُرشد إلى أن السبيل إلى ذلك الكلمة الطيبة، فيُشجع عليها؛ فعَنْ عَدِيِّ بْنِ حَاتِمٍ رضي الله عنه قَالَ: ذَكَرَ النَّبِيُّ صلى الله عليه وسلم النَّارَ، فَتَعَوَّذَ مِنْهَا وَأَشَاحَ بِوَجْهِهِ، ثُمَّ ذَكَرَ النَّارَ فَتَعَوَّذَ مِنْهَا وَأَشَاحَ بِوَجْهِهِ، - قَالَ شُعْبَةُ: أَمَّا مَرَّتَيْنِ فَلَا أَشْكُ - ثُمَّ قَالَ: «اتَّقُوا النَّارَ وَلَوْ بِشِقِّ تَمْرَةٍ، فَإِنْ لَمْ تَجِدْ فِكَلِمَةٍ طَيِّبَةٍ»^(٥)، كما كان صلى الله عليه وسلم يحذر من ترك الرفق؛ فعَنْ جَرِيرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رضي الله عنه أَنَّ النَّبِيَّ صلى الله عليه وسلم قَالَ: «مَنْ يُحْرِمِ الرِّفْقَ يُحْرِمِ الْحَيَّرَ»^(٦).

(١) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص ٥٠٦، مرجع سابق.

(٢) (سورة آل عمران، الآية: ١٥٩).

(٣) تفسير القرآن العظيم، ج ٢، ص ١٤٨، مرجع سابق.

(٤) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب استتابة المرتدين والمعاندين وقتالهم، باب إذا عرض الذمي وغيره بسب النبي صلى الله عليه وسلم ولم يصرح...، ص ٥٧٨، رقم الحديث (٦٩٢٧).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب طيب الكلام، ص ٥٠٩، رقم الحديث (٦٠٢٣).

(٦) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب فضل الرفق، ص ١١٣١، رقم الحديث (٢٥٩٢).

١٧. البشاشة^(١):

تُسهّم بشاشة المستشار الدعوي، وطلاقة وجهه في تقبّل المستشير لتوجيهاته وإرشاداته، وتُشجّع على التواصل المستمر معه، وتُعطي انطباعاً حسناً عن أثر الاستشارة الدعوية، التي في أقل أحوالها إدخال السرور إلى النفوس، وقد جعلها الله ﷻ إحدى صفات المؤمنين يوم القيامة؛ فقال تعالى: ﴿وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ مُّسْفِرَةٌ ۖ ضَاحِكَةٌ مُّسْتَبْشِرَةٌ﴾^(٢).

وكان رسول الله ﷺ لا يرى إلا مُتَبَسِّماً، واستشعر الصحابة رضي الله عنهم عنايته بذلك؛ فعن جرير رضي الله عنه، قال: مَا حَجَبَنِي النَّبِيُّ ﷺ مُنْذُ أَسْلَمْتُ، وَلَا رَأَيْتُ إِلَّا تَبَسَّمَ فِي وَجْهِهِ^(٣)، وبشاشته ﷺ لم تفارقه إلى آخر لقاء بمن حوله؛ عن أَنَسُ بْنُ مَالِكٍ رضي الله عنه، أَنَّ الْمُسْلِمِينَ بَيْنَا هُمْ فِي صَلَاةِ الْفَجْرِ مِنْ يَوْمِ الْاِثْنَيْنِ، وَأَبُو بَكْرٍ يُصَلِّي هَهُمْ، لَمْ يَفْجَأْهُمْ إِلَّا رَسُولُ اللَّهِ ﷺ قَدْ «كَشَفَ سِتْرَ حُجْرَةِ عَائِشَةَ رضي الله عنها»، فَنَظَرَ إِلَيْهِمْ وَهُمْ فِي صُفُوفِ الصَّلَاةِ، ثُمَّ تَبَسَّمَ يَضْحَكُ^(٤).

وتُعَدّ طلاقة الوجه عند اللقاء من المعروف المأمور به؛ فعن أَبِي ذَرٍّ رضي الله عنه قال: قَالَ لِي النَّبِيُّ ﷺ: «لَا تَحْقِرَنَّ مِنَ الْمَعْرُوفِ شَيْئًا، وَلَوْ أَنْ تَلْقَى أَحَاكَ بِوَجْهِهِ طَلِقٌ»^(٥)، وقال أَبُو حَاتِمٍ حَاتِمٌ رضي الله عنه: "البشاشة إدام العلماء، وسجية الحكماء؛ لأنّ البشر يُطْفِئ نار المعاندة، ويحرق

(١) البشاشة: "طلاقة الوجه مَعَ الْفَرَح، والتبسم، وحسن الإقبال، واللفظ في الْمَسْأَلَةِ". (الترغيب والترهيب من الحديث الشريف، ج ٣، ص ٢٩١، عبد العظيم بن عبد القوي المنذري، تحقيق: إبراهيم شمس الدين، ط [الأولى، ١٤١٧هـ، دار الكتب العلمية، بيروت]؛ مختار الصحاح، مادة الباء، ص ٣٥، مرجع سابق).

(٢) (سورة عبس، الآيتان: ٣٨-٣٩).

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الجهاد، باب من لا يثبت على الخيل، ص ٢٤٤، رقم الحديث (٣٠٣٥).

(٤) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب المغازي، باب مرض النبي ﷺ ووفاته، ص ٢٤٤، رقم الحديث (٤٤٤٨).

(٥) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب استحباب طلاقة الوجه عند اللقاء، ص ١١٣٦، رقم الحديث (٢٦٢٦).

هيجان المباغضة، وفيه تحصين من الباغي، ومنجاة من الساعي، ومن بش للناس وجهاً، لم يكن عندهم بدون الباذل لهم ما يملك"^(١).

وقال ابن عبد البر رحمه الله:

أَزُورُ خَلِيلِي مَا بَدَا لِي هَشُّهُ
وَقَابَلَنِي مِنْهُ الْبَشَاشَةُ وَالْبِشْرُ
فَإِنْ لَمْ يَكُنْ هَشٌّ وَبَشٌّ تَرَكْتُهُ
وَلَوْ كَانَ فِي اللَّقْيَا الْوَلَايَةُ وَالْبِشْرُ^(٢)

١٨. التضامن^(٣) والتعاون:

المستشار الدعوي مطالب بالتضامن والتعاون مع غيره من المستشارين للارتقاء بالعمل الدعوي، وعدم التفرد بالرأي، فالشريعة الإسلامية جاءت بالحث على التعاون، ووحدة الصف، قال تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝٢﴾^(٤)، وعن ابن عمر رضي الله عنه قال: حَطَبْنَا عُمَرُ رضي الله عنه بِالْجَابِيَةِ فَقَالَ: يَا أَيُّهَا النَّاسُ، إِنِّي قُمْتُ فِيكُمْ كَمَقَامِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ فِينَا فَقَالَ: «...عَلَيْكُمْ بِالْجَمَاعَةِ وَإِيَّاكُمْ وَالْفُرْقَةَ؛ فَإِنَّ الشَّيْطَانَ مَعَ الْوَاحِدِ، وَهُوَ مِنَ الْإِثْنَيْنِ أَبْعَدُ، مَنْ أَرَادَ مُجْبُوحةَ الْجَنَّةِ فَلْيَلْزَمْ الْجَمَاعَةَ، مَنْ سَرَّتْهُ حَسَنَتُهُ وَسَاءَتْهُ سَيِّئَتُهُ فَذَلِكَ الْمُؤْمِنُ»^(٥).

إن اجتماع المستشارين الدعويين ذوي الخبرة لاتخاذ رأي مشترك، في حل بعض المشكلات التي تعترض العمل الدعوي، أو تأهيل وتدريب الدعاة، وتطوير أدائهم، أو وضع خطط مستقبلية لأعمال دعوية رائدة، لا شك أن ذلك يخدم المصلحة العامة، ويوافق مراد

(١) روضة العقلاء ونزهة الفضلاء، ص ٧٥، محمد بن حبان التميمي، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، ط [د (ر.ت)، دار الكتب العلمية، بيروت].

(٢) الآداب الشرعية، ج ٣، ص ٥٤٢، مرجع سابق.

(٣) التضامن: "التعاون والعمل المشترك". (معجم اللغة العربية المعاصرة، مادة الضاد، ج ٢، ص ١٣٧٠، مرجع سابق).

(٤) (سورة المائدة، الآية: ٢).

(٥) أخرجه الترمذي في جامعه، أبواب الفتن، باب ما جاء في لزوم الجماعة، ص ١٨٦٩، رقم الحديث (٢١٦٥)، قال

الشيخ الألباني رحمه الله: صحيح. (صحيح الجامع الصغير وزياداته، ج ١، ص ٤٩٨، محمد ناصر الدين الألباني،

ط [د (ر.ت)، المكتب الإسلامي، د (م)].

الله ﷻ، ورسوله ﷺ، قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ﴾ (٣٨)^(١)، وقال تعالى: ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾ (٢)^(٢)، وعن أبي موسى رضي الله عنه، عن النبي ﷺ قال: «المؤمن للمؤمن كالبنيان، يشد بعضه بعضاً»، ثم شبك بين أصابعه. وكان النبي ﷺ جالساً، إذ جاء رجل يسأل، أو طالب حاجة، أقبل علينا بوجهه فقال: «اشفعوا فلتؤجروا، وليقض الله على لسان نبيه ما شاء»^(٣)، وسبق تناول ذلك بتوسع في التأصيل الشرعي للاستشارات، واتضحت عناية الرسول ﷺ بجانب استشارته أصحابه رضي الله عنهم في مختلف المواقف والمسائل الدعوية وغيرها، ودعوته لاجتماع الكلمة وعدم تفرقها^(٤).

١٩. علو الهمة^(٥):

المستشار الدعوي عالي الهمة، يظهر ذلك على جهوده، وبذله، وعطاءه، ونوعية توجيهاته، بل ينعكس ذلك إيجابياً على مستشاريه؛ إذ تحفز هذه السمة كل من يصاحبه على العطاء، والنظرة الإيجابية لمستقبل الدعوة، ويرى من نفسه عنصراً مهماً في المجتمع، يؤثر فيه، ويزيده تقدماً، نتيجة لإيمانه بالفأل وأثره، قال ابن القيم رحمه الله: "فمن علت همته وخشعت نفسه اتصف بكل خلق جميل، ومن دنت همته وطغت نفسه اتصف بكل خلق رذيل"^(٦).

"إن عالي الهمة يجود بالنفس والنفيس في سبيل تحصيل غايته، وتحقيق بغيته؛ لأنه يعلم

(١) (سورة الشورى، الآية: ٣٨).

(٢) (سورة آل عمران، الآية: ١٠٣).

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب تعاون المؤمنين بعضهم بعضاً، ص ٥١٠، رقم الحديث (٦٠٢٦).

(٤) انظر: الفصل التمهيدي، المبحث الأول، ص ٣٦.

(٥) المهم: هو "عقد القلب على فعل شيء قبل أن يفعل، من خير أو شر، والهمة: توجه القلب وقصده بجميع قواه الروحية إلى جانب الحق، لحصول الكمال له أو لغيره". (التعريفات، مادة الهاء، ص ٢٥٧، مرجع سابق).

(٦) الفوائد، ص ١٤٤، ابن قيم الجوزية، ط [الثانية، ١٣٩٣هـ-١٩٧٣م، دار الكتب العلمية، بيروت].

أن المكارم منوطة بالمكاره^(١)؛ متخذاً من قول الرسول ﷺ فيما يرويه عن ربه ﷻ: «إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْحَسَنَاتِ وَالسَّيِّئَاتِ ثُمَّ بَيَّنَ ذَلِكَ، فَمَنْ هَمَّ بِحَسَنَةٍ فَلَمْ يَعْمَلْهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ عِنْدَهُ حَسَنَةً كَامِلَةً، فَإِنْ هُوَ هَمَّ بِهَا فَعَمِلَهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ عِنْدَهُ عَشْرَ حَسَنَاتٍ إِلَى سَبْعِ مِائَةٍ ضِعْفٍ إِلَى أَضْعَافٍ كَثِيرَةٍ، وَمَنْ هَمَّ بِسَيِّئَةٍ فَلَمْ يَعْمَلْهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ عِنْدَهُ حَسَنَةً كَامِلَةً، فَإِنْ هُوَ هَمَّ بِهَا فَعَمِلَهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ سَيِّئَةً وَاحِدَةً»^(٢)، شعاراً له في رفع همته، والعزم على فعل كل خير.

"إن قوة العزيمة وعلو الهمة خلُق عظيم يجعل صاحبه أكثر إقداماً على الأمور العظيمة، وأشد عزيمة في الدعوة إلى الله تعالى، وفي الصبر على الأذى واحتمال المشاق في ذات الله ﷻ"^(٣)؛ فتجد عالي الهمة يُقدم على العمل والإنجاز والتجديد بما لا يتعارض مع الشرع، متفائلاً بالنجاح، وذلك بعد الاستعانة والتوكل على الله تعالى في كافة أموره، ممثلاً قوله تعالى: ﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾^(٤)، وقول الرسول ﷺ: «لَا عُدْوَى وَلَا طَيْرَةَ، وَيُعْجِبُنِي الْقَالُ»، قالوا: وَمَا الْقَالُ؟ قَالَ: «كَلِمَةُ طَبِيبَةٍ»^(٥).

فتجد المستشار الدعوي الذي يمثل ذلك، ينتقي كلماته التي تبعث على الأمل، ويحذّر من اليأس والقنوط، الذي قد يصل إلى قلوب بعض الدعاة والمدعوين، ويضع خطة عملية ملموسة للقضاء على اليأس والتشاؤم أو الالتفات للمثبطين؛ بالسعي على تقوية اليقين في النفوس، والإيمان بوعده الله ﷻ بتمكين هذا الدين ونصره للمسلمين، والله ﷻ لا يخلف الميعاد، ومنطلقاً من قول الله تعالى: ﴿إِنَّهُ لَا يَأْتِيَنَّكَ مِنَ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ

(١) علو الهمة، ص ٢٧، مُجَدِّد أحمد المقدم، ط [السابعة، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م، دار طيبة الخضراء، مكة المكرمة].

(٢) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الرقاق، باب من هم بحسنة أو بسيئة، ص ٥٤٤، رقم الحديث (٦٤٩١).

(٣) فقه الدعوة في صحيح الإمام البخاري، ج ١، ص ٥٠، سعيد بن علي بن وهف القحطاني، ط [الأولى، ١٤٢١هـ،

الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية].

(٤) (سورة آل عمران، الآية: ١٥٩).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الطب، باب لا عدوى، ص ٤٩٣، رقم الحديث (٥٧٧٦).

الْكَفُورُونَ ﴿٨٧﴾^(١).

وكما قال الشاعر:

وراء مضيقِ الخوفِ متسعُ الأمنِ وأولُ مفروحٍ به آخرُ الحزنِ
فلا تيأسن فاللهُ ملكٌ يوسفًا خزائنه بعد الخلاصِ من السجنِ^(٢)

ثانياً: مهارات^(٣) المستشار الدعوي:

يحتاج المستشار الدعوي إلى امتلاك عدة مهارات؛ لتوصيل رسالته الإرشادية والتوجيهية بصورة تجذب قبولاً أسرع من قبل المتلقي، ويتمثل أبرزها في الآتي:

١. الفصاحة والبيان^(٤):

تُعد الفصاحة والبيان من أولى المهارات التي يحتاجها المستشار الدعوي لإيصال رسالته الاستشارية الدعوية؛ إذ اكتساب هذه المهارة يُيسر سرعة الفهم منه، واستيعاب مراده بسلاسة ووضوح، فعن ابنِ عُمَرَ رضي الله عنه يَقُولُ: جَاءَ رَجُلَانِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَحَظَبَا، فَقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «إِنَّ مِنَ الْبَيَانِ لَسِحْرًا»^(٥)؛ " أي منه ما يصرف قلوب السامعين، وإن كان غير حق وكذلك السحر، فإن أريد بالحديث المدح، فالمعنى: أنه يُستمال به القلوب، ويرضى به الساخط، ويستنزل به الصعب"^(٦).

والمستشار الدعوي داعية يحسن به أن يكون فصيحاً، كما كان الرسول ﷺ متصفاً بذلك، فكانت كلماته جامعة مانعة، تجمع بين الإيجاز وصفات البديع من الكلام من غير

(١) (سورة يوسف، الآية: ٨٧).

(٢) قواعد منهجية في الدعوة إلى الله، ص ١٣٠، مرجع سابق.

(٣) المهارة: هي القدرة على القيام بأي عمل من الأعمال بدرجة عالية من الدقة والسرعة مع الاقتصاد في الوقت والجهد المبذول. (انظر: الموسوعة العربية لمصطلحات التربية وتكنولوجيا التعليم، ص ٥٢٣-٥٢٤، مرجع سابق).

(٤) البيان: "إظهار المقصود بأبلغ لفظ، وهو من الفهم وذكاء القلب مع اللسان، وأصله الكشف والظهور". (لسان العرب، مادة الباء الموحدة، ج ١٣، ص ٦٩، مرجع سابق).

(٥) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب النكاح، باب الخطبة، ص ٤٤٥، رقم الحديث (٥١٤٦).

(٦) فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج ١، ص ١٦٢، مرجع سابق.

تكلف، وهو ما يترك أثراً في النفوس؛ قال ابن القيم رحمه الله: "حركة اللسان بالكلام أعظم حركات الجوارح، وأشدّها تأثيراً في الخير والشر، والصلاح والفساد، بل عامة ما يترتب في الوجود من الأفعال، إنما ينشأ بعد حركة اللسان"^(١).

ويحسن بالمستشار الدعوي العناية بمهارات التحدث؛ من خلال^(٢):

- أ. صياغة الأفكار ذهنياً قبل التحدث.
- ب. استخدام لغة مقاربة لثقافة المخاطب.
- ج. الاتزان في استخدام نبرات الصوت، مع وضوح مخارج الحروف.
- د. التوسط في سرعة الحديث.
- هـ. التركيز على النقاط الرئيسة، وتكرار طرحها بتنوع.
- و. انتقاء الكلمات مع تهذيب الألفاظ.
- ز. وزن النظر، وعدم الإكثار من الالتفات أثناء التحدث.

وإجادة اللغة الصامته يقوّي ويُدعم ما يقوله المتحدث ويسهم في نجاحه باستحواذ انتباه الحاضرين، وذلك ب: (النظر إلى أعين الموجودين، إجادة التعبير باليد عن الكلام، اللجوء لفترة توقف أثناء الكلام...) ^(٣)، وهو ما يُسمى بلغة الجسد، واهتمام المستشار الدعوي بها باتزان يزيد من تواصله الفعّال مع من يتعامل معهم.

٢. الاستماع والإنصات^(٤):

ترتكز الاستشارة بصورة عامة على تفهم واستيعاب مراد المستشار، ولا يتحصل ذلك إلا بإتقان فن الاستماع والإنصات، والمستشار الدعوي مخاطب بذلك، ووضح الله ﷻ في كتابه أهمية الاستماع والإنصات لحصول الفهم، قال تعالى: ﴿وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ

(١) بدائع الفوائد، ج ١، ص ١٣٠، مُجَدِّد بن أبي بكر ابن قيم الجوزية، تحقيق: علي بن مُجَدِّد العمران، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ، مجمع الفقه الإسلامي، جدة].

(٢) انظر: مهارات الاتصال، ص ٥٩، د. نوح بن يحيى الشهري، ط [الأولى، ١٤٣١هـ، دار حافظ، جدة].

(٣) انظر: الفراسة والكاريزما، ص ٦٨، د. أيمن أبو الرُّوس، ط [الأولى، ٢٠١١م، مكتبة ابن سينا، القاهرة].

(٤) الإنصات: هو السكوت لاستماع الحديث. (انظر: تهذيب اللغة، مادة الصاد والتاء، ج ١٢، ص ١٠٩، مرجع سابق).

فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿٢٠٤﴾^(١)، قال السعدي رحمه الله: "هذا الأمر عام في كل من سمع كتاب الله يُتلى، فإنه مأمور بالاستماع له والإنصات، والفرق بين الاستماع والإنصات، أن الإنصات في الظاهر بترك التحدث أو الاشتغال بما يشغل عن استماعه، وأما الاستماع له، فهو أن يلقي سمعه، ويحضر قلبه ويتدبر ما يستمع، فإن من لازم على هذين الأمرين حين يُتلى كتاب الله، فإنه ينال خيراً كثيراً، وعلماً غزيراً، وإيماناً مستمراً متجدداً، وهدياً متزايداً، وبصيرةً في دينه، ولهذا رتب الله حصول الرحمة عليهما"^(٢).

وروى ابن بطة^(٣) عن إبراهيم بن الجنيد^(٤): قال حكيم لابنه: تعلم حُسن الاستماع كما تعلم حسن الكلام؛ فإن حسن الاستماع إمهالك للمتكلم حتى يفضي إليك بحديثه، والإقبال بالوجه والنظر، وترك المشاركة له في حديث أنت تعرفه، وأنشد:

وَلَا تُشَارِكْ فِي الْحَدِيثِ أَهْلَهُ
وَإِنْ عَرَفْتَ فَرَعَهُ وَأَصْلَهُ^(٥)

وأثبتت بعض الدراسات الغربية أن نسبة استخدام مهارة الاستماع مع بقية المهارات الأخرى من قراءة، وتحدث، وكتابة جاءت في المرتبة الأولى؛ بنسبة (٤٠) بالمئة، تليها مهارة التحدث، بنسبة (٣٥) بالمئة، فالقراءة بنسبة (١٦) بالمئة، فالكتابة بنسبة (٩) بالمئة؛ ومع أهمية مهارة الاستماع قلما يُبذل الجهد في اكتسابها وتطويرها^(٦).

(١) (سورة الأعراف، الآية: ٢٠٤).

(٢) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص ٣١٤، مرجع سابق.

(٣) هو عبيد الله بن محمد العكبري الحنبلي، ولد سنة ٣٠٤هـ، محدث وشيخ العراق، مصنف كتاب "الإبانة الكبرى"، سنة ٣٨٧هـ. (انظر: سير أعلام النبلاء، ج ١٢، ص ٤٦٤، مرجع سابق).

(٤) هو إبراهيم بن الجنيد الختلي البغدادي، ثقة من أصحاب يحيى بن معين. (انظر: لسان الميزان، ج ١، ص ٤٥، أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، تحقيق: دائرة المعارف النظامية، ط [الثانية، ١٣٩٠هـ-١٩٧١م، مؤسسة الأعلمي، بيروت]).

(٥) الآداب الشرعية، ج ٢، ص ١٦٣، مرجع سابق.

(٦) انظر: فن الاستماع للآخرين، ص ٧، ماري هارتلي، الترجمة باعتماد د. خالد العامري، ط [د (ر)، ٢٠٠٧م، دار الفاروق، القاهرة]؛ المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل، ص ٥٥، أ.د. عبد اللطيف بن ديبان العوفي، ط [د (ر)، ١٤٣٣هـ-٢٠١١م، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية].

والمستشار الدعوي يلزمه العناية بمهارات الاستماع والإنصات؛ لما يترتب عليها من نجاح العملية الاستشارية. وتتركز أبرز مهارات الإنصات في الآتي^(١):

أ. مهارة الفهم: تحتاج للاستعدادات التالية:

- (١) الاستعداد للاستماع بفهم.
- (٢) القدرة على التركيز، وحصر الذهن.
- (٣) القدرة على المتابعة، وعدم الانشغال بأشياء تصرف المستمع عن إدراك المراد.
- (٤) القدرة على التقاط الفكرة العامة، ومعرفة غرض ما قيل.

ب. مهارة الاستيعاب: تحتاج للاستعدادات التالية:

- (١) القدرة على فهم الأفكار في النص المسموع.
- (٢) المهارة في إدراك الروابط بين الأفكار.
- (٣) المهارة في تحليل الأفكار إلى أفكار جزئية.

ج. مهارة التذكر: تحتاج للاستعدادات التالية:

- (١) القدرة على معرفة الجديد في النص؛ لأن المستشار قد يكرر كلامه في أكثر من جلسة.

(٢) القدرة على ربط النص بخبرة سابقة؛ تساعد في استدعاء الفكرة بسهولة.

(٣) القدرة على الاحتفاظ بالتذكيري لما يُسمع.

د. مهارة التدقيق: تحتاج للاستعدادات التالية:

(١) القدرة على حسن الاستماع، والمشاركة الفكرية الوجدانية لما يُستمع إليه.

(٢) القدرة على تمييز مواطن القوة والضعف في النص.

(٣) القدرة على توظيف المسموع والانتفاع به.

(١) انظر: مهارات الاتصال الفعال، ص ١٦٣، د. مندور عبدالسلام فتح الله، ط [الأولى، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، دار النشر الدولي، الرياض].

ومن خلال تلك المهارات يتمكن المستشار الدعوي من إيجاد تواصل فاعل مع المستشارين، وإنشاء علاقات قوية، ومتوازنة؛ من شأنها تشجيعهم على الاستجابة، والاقتناع بما يطرحه المستشار.

٣. تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها:

يتعامل المستشار الدعوي مع معلومات وبيانات في موضوع الاستشارة، يحتاج إلى تحليلها تحليلاً علمياً؛ ليتمكن من الاستفادة منها، وتوظيفها فيما يخدم العملية الاستشارية؛ لذا يحتاج إلى إتقان هذه المهارة.

فالمستشار في أي مجال عندما يُعرض عليه موضوع للاستشارة، يُجري دراسة تبحث في المشكلة محل الاستشارة، فيجمع المعلومات والبيانات في الموضوع، ويعمل على تحليلها وتفسيرها؛ للتوصل إلى النتائج والتوصيات، وذلك لتقديم الرأي بصورة علمية؛ ترتفع فيها درجة الثقة، وتقل نسبة الخطأ.

يلزم المستشار الدعوي لتحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها القيام بالتالي^(١):

أ. تهيئة المعلومات والبيانات للتحليل؛ من خلال مراجعة المعلومات، وتبويبها، وتفريغها.

ب. تحليل المعلومات والبيانات، ويتم ذلك بصورة كيفية فقط، أو كمية فقط، أو كيفية وكمية معاً.

ج. تفسير المعلومات والبيانات، وهي المرحلة التي يُجاب فيها على أسئلة الدراسة، بأسلوب يتمكن من فهمه القارئ.

ويتطلب لإتقان المستشار لهذه المهارة الاستفادة من أهل الخبرة والاختصاص في هذا المجال، والاعتناء بجانب التدريب المهاري؛ للارتقاء بمستوى الأداء المهني.

(١) انظر: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ص ١١٢، مرجع سابق.

٤. التخطيط^(١) الفعّال:

يُشكل التخطيط للمستشار الدعوي أحد المهام الرئيسة في العملية الاستشارية، وهو في الوقت نفسه مهارة نوعية لا يجيدها كل أحد؛ لذا يتطلب منه بذل الجهد في سبيل إتقان هذه المهارة للارتقاء بمستوى العملية الاستشارية الدعوية، ولتحظى بتميز نوعي، يضاهي مختلف أنواع الاستشارات التي وجد لها إقبال وتوسع في المجتمع، وهو ما يستلزم الانطلاق من حيث انتهى الآخرون، خاصة وأن الاستشارة الدعوية لا زالت تُمارس بصورة غير منظمة على المستوى المؤسسي والفردى، ولم تُعرف إلا مؤخراً من خلال قيام بعض المتطوعين من أهل التخصص الدعوي والشرعي بها، وتحتاج وقتاً وجهداً كبيراً لتأسيسها.

والإسلام أكد على أهمية التخطيط لتحقيق الفوز والفلاح، قال تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ﴾^(٢). وبالإمكان إجمال أهم خطوات اكتساب المستشار الدعوي لمهارة التخطيط في التالي^(٣):

- أ. التحديد المسبق للأهداف المراد الوصول إليها.
- ب. وضع السياسات والقواعد التي يُسترشد بها في اختيار أسلوب تحقيق الهدف.
- ج. وضع واختيار بديل من بين عدة بدائل متاحة لتنفيذ الهدف المطلوب، وتحديد الإمكانيات اللازمة لتنفيذه.
- د. تحديد الإمكانيات المتاحة فعلاً، وتحديد كيفية توفير الإمكانيات غير المتاحة.
- هـ. وضع البرامج الزمنية اللازمة لتنفيذ كل هدف، والتي تتناول تحديد النشاطات اللازمة، وكيفية القيام بها وترتيبها الزمني، ثم تحديد مسؤولية تنفيذ تلك النشاطات.

(١) التخطيط: هو "عملية تجميع المعلومات، وافتراس توقعات في المستقبل؛ من أجل صياغة النشاطات اللازمة لتحقيق الهدف". (التفكير الإيجابي، ص ٥٦، ترجمة: عادل عبدالبصير، ط [الأولى، ١٤٣٣هـ-٢٠١٢م، دار الغد الجديد، القاهرة]).

(٢) (سورة الأنفال، الآية: ٦٠).

(٣) انظر: موقع مهارات النجاح للتنمية البشرية، التنمية الإدارية، مهارات التخطيط، عناصر التخطيط الإداري الفعّال، د. محمد بن علي العامري، <http://www.sst5.com>.

وإعداد الخطط يحتاج إلى بذل الجهد، والإلمام بجوانب عديدة عن المشكلة المراد التوصل إليها، وتوفير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لوضع الخطة، ويحتاج ذلك إلى تحري الدقة، واللجوء إلى الأساليب العلمية، والاستفادة من المعلومات والبيانات والإمكانيات المتوفرة؛ للوصول إلى درجة عالية من الكفاءة والفاعلية في المراحل التي تمر بها الخطة، بدءاً من الإعداد والإقرار إلى التنفيذ والمتابعة^(١)، وهذا لا يعني أن يستصعب المستشار الدعوي القيام بذلك وتعلمه، أو التوقف عن تقديم الاستشارات إلى أن يتم تمكّنه من ذلك، بل يبدأ تدريجياً لتنظيم العمل الاستشاري وتطويره، من خلال بناء خطط مرنة يمكن تغييرها تساعد على تحقيق الأهداف، وفي الوقت نفسه التدريب على بناء الخطط الإستراتيجية والاستفادة من أهل الخبرة والاختصاص في هذا المجال.

ويُسعى إلى الانتقال بالعمل الاستشاري الدعوي للعمل المؤسسي المنظم المبني على الخطط الواضحة القابلة للمتابعة والتقييم، سواء على المستوى المؤسسي أم الفردي.

٥. القدرة على ترتيب الأولويات^(٢):

يحتاج المستشار الدعوي بحكم طبيعة مهمته، وازدحام الأعمال عليه، إضافة إلى واجباته تجاه ربه، ومن ثم نفسه، وأهله، إلى وضوح الأولويات لديه ومن ثم إتقان مهارة ترتيبها، سواء في مجال التنظيم العام لمسؤولياته، أو فيما يتعلق بآلية تقديمه للرأي والتوجيه الدعوي للمستشيرين.

ولتحقيق الإنجاز بفاعلية أكبر لكثير من الأعمال البالغة الأهمية، لابد من تحديد الأولى والأحق بالإنجاز منها؛ وهو ما سيجعل نتائج جهوده ماثلة للعيان بإذن الله تعالى، وواضحة ومحددة، وحين يُحدد المستشار أولوياته، ويُعرض عليه القيام بأعمال أخرى، فإنه

(١) انظر: موقع مهارات النجاح للتنمية البشرية، التنمية الإدارية، مهارات التخطيط، عناصر التخطيط الإداري الفعّال، د. مُحمّد بن علي العامري، <http://www.sst5.com>، مرجع سابق.

(٢) الأولويات: مبدأ يركّز على تقديم ما يستحق التقديم؛ حتى لا يضيع الوقت والجهد في أمور لا يضر تأخير تنفيذها. (انظر: فقه الأولويات: دراسة في الضوابط، ص ١٤، مرجع سابق).

يلزمه تعلم قول "لا" بأدب، حازماً في ذلك مع نفسه؛ حتى لا تتشتت جهوده، ويمكنه تركيز تلك الجهود في أقل قدر ممكن من الأعمال، فإذا أنجز الأهم انتقل إلى المهم^(١).

والتوجيه حسب الأولويات منهج مستقى من القرآن الكريم، والسنة النبوية؛ قال تعالى: ﴿وَكَتَبْنَا لَهُ فِي الْأَلْوَابِ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ مَوْعِظَةً وَتَفْصِيلاً لِّكُلِّ شَيْءٍ فَخُذْهَا بِقُوَّةٍ وَأْمُرْ قَوْمَكَ يَأْخُذُوا بِأَحْسَنِهَا سَأُرِيكُمْ دَارَ الْفَاسِقِينَ﴾^(٢)، وقال تعالى: ﴿وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾^(٣)، وعن أبي هريرة رضي الله عنه، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ سئل: أَيُّ الْعَمَلِ أَفْضَلُ؟ فَقَالَ: «إِيمَانٌ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ»، قيل: ثُمَّ مَاذَا؟ قَالَ: «الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ»، قيل: ثُمَّ مَاذَا؟ قَالَ: «حَجٌّ مُبْرُورٌ»^(٤)؛ وبذلك يتضح أن الشرع يُرغِّب المسلم في السعي نحو الأفضل والأكمل في كل شيء.

ولوصول المستشار الدعوي إلى إتقان مهارة ترتيب الأولويات، يلزمه الإلمام بفقه الأولويات، من خلال إدراك ضوابطها الشرعية، والمتمثل أهمها في التالي^(٥):

أ. الأكثر مصلحة أولى بالتقديم من الأقل مصلحة، ومن الأمثلة العملية لذلك مايلي:
(١) تقديم مصلحة الضروي على مصلحة الحاجي؛ فالحفاظ على النفس ضروري، والحفاظ على مال الغير حاجي.

(٢) تقديم مصلحة الضروي على مصلحة الكمالي؛ قال الشاطبي رحمته الله: "وكذلك الجهاد مع ولاة الجور قال العلماء بجوازه، فقال مالك: لو ترك ذلك كان ضرراً على المسلمين، فالجهاد ضروري، والوالي فيه ضروري، والعدالة فيه مكملة

(١) انظر: الإدارة التربوية الدعوية، ص ١١٠، مرجع سابق.

(٢) (سورة الأعراف، الآية: ١٤٥).

(٣) (سورة الإسراء، الآية: ٥٣).

(٤) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان، باب من قال: إن الإيمان هو العمل، ص ٤، رقم الحديث (٢٦).

(٥) انظر: فقه الأولويات: دراسة في الضوابط، ص ١٩٧، مرجع سابق.

للضرورة، والمكمل إذا عاد للأصل بالإبطال، لم يعتبر، ولذلك جاء الأمر بالجهاد مع ولاية الجور"^(١).

(٣) تقديم مصلحة الحاجي على مصلحة الكمالي؛ فالنوافل من الكماليات، ومصالح الغير من الحاجيات، وقد تكون من الضروريات، فإذا تزاومت نافلة مع مصلحة الغير، قُدمت مصلحة الغير.

(٤) تقديم مصلحة الضروري الأهم على مصلحة الضروري المهم؛ فالحفاظ على الدين واجب، والحفاظ على الحياة واجب كذلك، ولكن الدين أهم من الحياة؛ لذا جاز إتلاف النفس في الجهاد محافظة على الدين.

ب. الأكثر مفسدة أولى بالدرء من الأقل مفسدة؛ فإذا اجتمعت مفسدتان دفعت العليا بالتزام الدنيا؛ فإذا كان سب الفاسق أو الملحد يؤدي إلى سب الله ﷻ أو الرسول ﷺ فيمنع سب الفاسق أو الملحد.

ج. الجهة الغالبة أولى بالتقديم عند تزامن المصالح مع المفاصد؛ فكل مصلحة لا تخلو من مفسدة، وكل مفسدة لا تخلو من مصلحة؛ لذا كان الحكم للجهة الراجحة؛ فللخمر والميسر منافع ومفاصد، إلا أن مفاصدهما أكبر، لذا كان تحريمهما أولى.

د. الأعم مصلحة أولى بالتقديم من الأخص؛ إذ حق الجماعة مقدم على حق الفرد.

هـ. أحكام المقاصد أولى بالاعتبار من أحكام الوسائل؛ فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وسيلة لنشر الدعوة، وحقوق الزوج، والزوجة، والأولاد، والوالدين، واجب وهو مقصد، فإذا كان الخروج في سبيل نشر الدعوة يؤدي إلى ضياع حق الأهل مُنع هذا الخروج.

و. ما يُخشى فواته أولى بالتقديم مما لا يُخشى فواته؛ فمتابعة الآذان مُقدّم على قراءة القرآن؛ لأن المتابعة تفوت بالفراغ من الآذان.

وتمثل المستشار الدعوي تلك الضوابط وغيرها عند ترتيبه أولوياته الخاصة، وما يتعلق بمهمته الاستشارية؛ إذ تُسهم في تحديد الأولويات وضبطها.

(١) الموافقات، ج ٢، ص ٢٧، إبراهيم بن موسى اللخمي الشهير بالشاطبي، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، ط [الأولى، ١٤١٧هـ-١٩٩٧، دار ابن عفان، د (م)].

وليمكن المستشار الدعوي من إتقان مهارة ترتيب الأولويات بصورة عملية تطبيقية، يلزمه التقيد بالآتي:

- أ. إعداد وكتابة قائمة توضح الاحتياجات الفعلية من المهام العملية، مع معرفة وضع كل احتياج في الوقت الحالي.
- ب. تصنيف أولويات تلك الاحتياجات: (هام وعاجل، هام وغير عاجل، عاجل وغير هام، غير عاجل وغير هام).
- ج. تحديد آلية التعامل مع تلك الاحتياجات: التنفيذ الفوري، التأجيل، التفويض، الاستبعاد.

٦. إدارة الوقت:

تُعد مهارة إدارة الوقت من أولى المهارات التي يلزم المستشار الدعوي إتقانها؛ للبعد بالعمل الدعوي عن الفوضوية، والارتجالية، وضعف الإنتاجية؛ إذ المستشار قدوة عملية للمستشيرين له من: الدعاة، والمدعويين؛ فبإجادته لهذه المهارة، تقلّ ضغوط العمل التي يواجهها، ويتسع وقته لاستثماره في تطوير قدراته مهارية في مجال الاستشارة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على ارتفاع معنوياته، جراء شعوره بالإنجاز^(١).

ولأهمية الوقت جاءت النصوص من الكتاب والسنة توضح عظم الانتفاع به، وخسارة من ضيعه؛ فأقسم الله ﷻ به في أكثر من آية في كتابه الكريم، ولا يقسم الله تعالى إلا بعظيم آياته، فمن تلك الآيات: قوله تعالى: ﴿وَاللَّيْلِ إِذَا عَسْعَسَ ۖ وَالصُّبْحِ إِذَا تَنَفَّسَ ۖ﴾^(٢)، وقال تعالى: ﴿وَالْفَجْرِ ۝ ١﴾^(٣)، وقال تعالى: ﴿وَالضُّحَىٰ ۝ ١﴾^(٤)، وقال تعالى: ﴿وَالْعَصْرِ ۝ ١﴾^(٥)، والإنسن لفي خسر^(٦)، وأكد الرسول

(١) انظر: مهارات إدارية، ص ١٦٦، باسم الحميري، ط [الأولى، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، دار الحامد، عمان].

(٢) (سورة التكويد، الآيتان: ١٧-١٨).

(٣) (سورة الفجر، الآية: ١).

(٤) (سورة الضحى، الآيتان: ١-٢).

(٥) (سورة العصر، الآيتان: ١-٢).

ﷺ على أنه من النعم التي يجب شكرها؛ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «نِعْمَتَانِ مَغْبُورٌ فِيهِمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ: الصِّحَّةُ وَالْفَرَاغُ»^(١)، "ضرب النبي ﷺ للمكلف مثلاً بالتاجر الذي له رأس مال، فهو يتبغي الربح مع سلامة رأس المال، فطريقه في ذلك أن يتحرى فيمن يعامله، ويلزم الصدق والحدق لئلا يغبن؛ فالصحة والفراغ رأس المال، وينبغي له أن يعامل الله بالإيمان، ومجاهدة النفس، وعدو الدين؛ ليربح خيري الدنيا والآخرة"^(٢)، وقال ابن القيم رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: "إضاعة الوقت أشد من الموت؛ لأن إضاعة الوقت تقطعك عن الله والدار الآخرة، والموت يقطعك عن الدنيا وأهلها"^(٣)، وقد لا يتصور المرء أن عدم إدارة الوقت يدخل في إضاعته.

ومما يعين المستشار الدعوي على اكتسابه مهارة إدارة الوقت، استخدام الوسائل التالية^(٤):

أ. تحديد أهداف بعيدة المدى يسعى إلى تحقيقها، ويراعي عند صياغتها أن تكون: (واقعية، وقابلة للقياس، ومحددة زمنياً)، وهو ما يسهم في إعطائه رؤية مستقبلية، توضّح ما يجب أن يلتفت إليه من: معارف، واهتمامات، وإنجازات، كما يُشكل ذلك حافزاً لرفع المعنويات.

ب. تحديد أولويات المهام المراد إنجازها، من خلال قائمة مكتوبة.

ج. تقليل المقاطعات التي تعترض قيامه بالمهام المحددة، سواء من: (مكالمات هاتفية، مقاطعة الزملاء، استقبال الزائرين،...)، والتي تسهم في تشتيت الأفكار والجهود. ويمكن معالجة ذلك، من خلال الآتي^(٥):

(١) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الرقاق، باب الصحة والفراغ، ولا عيش إلا عيش الآخرة، ص ٥٣٩، رقم الحديث (٦٤١٢).

(٢) فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج ١١، ص ٢٣٠، مرجع سابق.

(٣) الفوائد، ص ٣١، مرجع سابق.

(٤) انظر: مهارات إدارية، ص ١٧٨، مرجع سابق.

(٥) انظر: إدارة الوقت، ص ٥٣، دبرا الكوك تيلر، ترجمة: رشا سيف الدين، ط [د (ر)، ١٤٢٦ هـ، مكتبة الشقري، الرياض].

- (١) تحديد الأوقات الممكن استقبال المقاطعات المختلفة فيها، والأوقات غير المسموح فيها بالمقاطعة، وإعلانها للآخرين.
- (٢) الابتعاد عن مقاطعة الآخرين في أوقات انشغالهم بأعمالهم، وتحديد موعد مسبق عند الرغبة في التواصل معهم.
- د. الابتعاد عن التأجيل للمهام المحددة في قائمة الأولويات.
- هـ. تفويض المهام التي يمكن إنجازها من قبل أشخاص آخرين، وذلك من خلال التالي^(١):

- (١) تحديد الأعمال التي يمكن تفويضها.
- (٢) التدريب الجيد المسبق للمفوض إليه بالعمل.
- (٣) التأكد من رغبة المفوض إليه في قبول التفويض.
- (٢) متابعة المفوض إليه ومساندته، وتقويم عمله لتكرار الاستفادة منه.
- و. الاستفادة من استخدام الأساليب الحديثة في توفير الوقت، وزيادة الإنتاجية.
- ز. العمل على تطوير القدرات والمهارات الذاتية في إتقان مهارة إدارة الوقت، من خلال الدورات التدريبية في هذا المجال.
- ح. معالجة عدم المبالاة باستثمار الوقت، من خلال استشعار مسؤولية المحافظة على الوقت، وتقدير حجم الخسارة المترتبة على إهماله على المدى القريب والبعيد.

٧. مهارة التدريب^(٢):

يُعد المستشار الدعوي من الكفاءات المؤهلة لتدريب وتأهيل الدعاة؛ لذا يلزم عنايته

- (١) انظر: إدارة الوقت، ص ٣٨، مرجع سابق.
- (٢) التدريب: "نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات في المتدربين من ناحية: معلوماتهم ومعارفهم، أدائهم ومهاراتهم، سلوكياتهم واتجاهاتهم؛ بما يجعلهم لائقين لأداء أعمالهم بكفاءة، وإنتاجية عالية". (موسوعة العلم والفن في التعليم والتدريب، ج ١، ص ١٢٧، رفعت بن عبد الحميد الشامي، ط [الأولى، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م، دار قرطبة، المملكة العربية السعودية]).

بجانب إتقان هذه المهارة، لتحقيق أهدافها، والمتمثل أبرزها في التالي^(١):

أ. إكساب المتدربين معلومات ومعارف وظيفية متخصصة تتعلق بمهامهم الدعوية، وأساليب الأداء الأمثل فيها.

ب. صقل المهارات والقدرات التي يتمتع بها المتدربون.

ج. تعديل السلوك، وتطوير أساليب الأداء التي تصدر عن المتدربين الدعاة فعلاً.

د. إيجاد حلول للمشكلات الدعوية التي عادة ما تواجه الدعاة.

هـ. السعي إلى ابتكار أساليب جديدة في الدعوة إلى الله تعالى؛ بالاستفادة من التقنية الحديثة، وبما يتوافق مع الشريعة الإسلامية.

وفي ضوء أهداف التدريب والتأهيل الدعوي، وسبل تحقيقها، يحتاج المستشار الدعوي إلى إتقان هذه المهارة بجدارة، من خلال استيعاب وممارسة مختلف أساليب التدريب والتأهيل، وتعلّم كل ما يستجد، ويُستحدث في هذا المجال، والتي يتمحور أبرزها في الآتي^(٢):

أ. المحاضرة: وهو أسلوب أكاديمي لنقل المعلومات بطريقة رسمية.

ب. الدراسات أو الزيارات الميدانية: تتناول الجماعة المتدربة بهذا الأسلوب موضوع بحث يسمح لاستخدام خبرات وتجارب الأعضاء في مجالها المهني؛ لدراسته وبحثه؛ وبذلك يُعطى المتدرب الفرصة لكي يمارس بنفسه دراسة المشكلة، واستخدام الوسائل العلمية للكشف عنها، ومن ثم اختيار الحلول المناسبة من بين عدة خيارات بديلة.

ج. جماعة المناقشة: وسيلة لتنمية التفكير الفردي؛ عن طريق اجتماع بعض المتدربين المتخصصين في المجال الدعوي لتبادل الرأي حول مشكلة فردية، أو جماعية، واقتراح الحلول البديلة، واكتساب خبرة قيادة المؤتمرات.

د. اللجان: يتطلب عمل المتدرب الاشتراك في لجان عديدة داخل منظمته، أو خارجها، وبالتالي الحصول على خبرة في إدارة هذه اللجان، وذلك بتكوين لجنة

(١) انظر: التخطيط في الموارد البشرية، ص ١١٢، د. صفوان بن مُحمَّد المبيضين، د. عائض بن شافي الأكلبي، ط [د (ر)، ٢٠١٢م، دار اليازوري، عمان]؛ موسوعة العلم والفن في التعليم والتدريب، ج ١، ص ١٢٧، مرجع سابق.

(٢) انظر: التخطيط في الموارد البشرية، ص ١٢٠-١٤٠، مرجع سابق.

من المتدربين يتراوح عددهم من (١٠-١٦) متدرباً، بإشراف (٢-٤) مشرفين؛ للمناقشة في إطار موضوع محدد.

هـ. الندوات: وهو اجتماع منظم لمجموعة من المتدربين لهم هدف محدد للدراسة وتبادل الخبرات، والبيانات، والمعلومات، والحقائق، والآراء، وهو أسلوب متفق عليه في إدارة الحوار، أو المناقشة في مشكلة محددة، والتوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

و. التدريب العملي: أسلوب لتدريب الدعاة على كيفية التعامل مع المدعوين، بإشراف خبير دعوي متخصص يعمل على: التوجيه والإرشاد، والمتابعة، والتقويم.

ومن خلال ما سبق عرضه من الصفات والمهارات التي يحتاجها المستشار الدعوي لقيامه بمهمته الرائدة دعوياً، تتضح مسؤوليته الاستشارية على المستوى الذاتي، وترسم له منهجية واضحة في بناء مقومات الذات، لتأدية واجب تقديم الرأي والتوجيه الدعوي الصائب بإذن الله تعالى.

المطلب الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى المهني:

تحتاج الاستشارة الدعوية لأشخاص مدركين لقيم وضوابط المهنة الاستشارية، ومتميزين في العطاء المهني المنظم، الذي ينتهج أسساً ثابتة لتقديم العمل الاستشاري بمختلف صورته^(١)، والمتمثل أبرزها في التالي:

أولاً: قيم وضوابط مهنية للعمل الاستشاري الدعوي:

يختص العمل الاستشاري الدعوي بمجموعة من القيم والضوابط التي يجب أخذها في الاعتبار قبل مزاوله هذه المهمة العظيمة، يتمثل أبرزها في التالي:

١. التزام عقد الاستشارة^(٢):

يتطلب التزام عقد الاستشارة معرفة أركانه: (صيغة العقد، وطرفا العقد وهما: المستشار والمستشار، ومحل العقد وهو: المستشار فيه)، والتقييد بالشروط المتعلقة بها^(٣)، والذي بموجبه تتحدد التزامات كل من المستشار والمستشير على النحو الآتي:

أ. التزام المستشار بالتالي^(٤):

(١) الالتزام بتقديم المشورة، وجودة الرأي، من خلال: (الاطلاع على جميع جوانب الموضوع المستشار فيه وملاساته، استفهام المستشار من المستشار عما أشكل عليه من كلامه وحاجته، التأني وعدم التسرع، اتباع السبل المؤدية إلى اتقان العمل، وعدم التشاغل عنه بما يسبب تقصيره فيه، توضيح الرأي مع بيان وجهه

(١) تمت الاستفادة من: قراءات متنوعة في الاستشارة والإرشاد بصورة عامة، ومن مراحل العملية الاستشارية الإدارية، والتي من المفترض أن تمثلها العملية الاستشارية الدعوية.

(٢) وهو: "اتفاق بين طرفين يتعهد فيه متخصص في معرفة فنية، أو علمية، بتقديم رأي في أمر معين بأجر؛ ليستفيد منه الطرف الآخر"، "واتفق العلماء على جواز أخذ الرزق من بيت المال على الأعمال الشرعية التي يطلب فيها التقرب إلى الله ﷻ، كالإمامة والأذان والإقامة، وتعليم العلم الشرعي، والقضاء، والإفتاء، ويلحق بذلك تقديم الاستشارات الشرعية لطالبيها، ويلحق به الرزق من غير بيت المال: كالذي يأخذه المستشار من المؤسسات الخيرية المهتمة بالاستشارات". (أحكام عقد الاستشارة وتطبيقاته القضائية، ج ١، ص ٦١، ص ٢٥٥-٢٥٦، مرجع سابق)،

ويستخدم في الاستشارات المؤسسية.

(٣) انظر: المرجع السابق، ج ١، ص ٢٨٣.

(٤) انظر: المرجع السابق، ج ٢، ص ٥١٥.

ودليله والحكمة فيما رآه، إعانة المستشار على تحويل الرأي والمعلومات إلى واقع عملي،...).

(٢) الالتزام بالعمل بنفسه؛ فعقد الاستشارة عقد شخصي، يختلف باختلاف الأشخاص من حيث المهارة، والقدرة، والخبرة، التي قد تكون السبب في التعاقد مع المستشار بعينه.

(٣) المحافظة على أدوات المستشار وأسراره؛ فقد يقدم المستشار للمستشار أدوات تعينه على تقديم الرأي، مثل: السجلات ونحوها، فيجب عليه المحافظة عليها، وعدم كشف أسرارها التي اطلع عليها لتحليل ودراسة وضع المستشار، وما يتصل بالقضية محل المشاورة.

(٤) تنفيذ العمل في الوقت المتفق عليه؛ لذا عليه ألا يتراخى في بدء العمل، ويسعى لإنجازه في الوقت المناسب لمثل هذا العمل، حتى وإن لم يحدد العقد وقت الإنجاز.

(٥) تسليم المشورة فور الانتهاء من العمل، وذلك بمقتضى العقد، إلا أن يكون بينهما شرط يحدد فيه موعد التسليم؛ فإنه حينئذ يعمل بالشرط.

ب. التزام المستشار بالتالي^(١):

(١) دفع الأجرة في وقت استحقاقها، ولا يجوز منعها، ولا تأخيرها، قال تعالى:

﴿فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ﴾^(٢)، وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ،

قَالَ: «قَالَ اللَّهُ ﻋَزَّ وَجَلَّ: ثَلَاثَةٌ أَنَا حَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ غَدَرَ، وَرَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ، وَرَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ وَلَمْ يُعْطِ أَجْرَهُ»^(٣).

(٢) تمكين المستشار من إنجاز العمل، من خلال: إعطاء المستشار المستشار المعلومات، والأوراق التي تتعلق بالأمر محل المشورة.

(١) انظر: أحكام عقد الاستشارة وتطبيقاته القضائية، ج٢، ص٥٢٨، مرجع سابق.

(٢) (سورة الطلاق، الآية: ٦).

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، باب إثم من باع حراً، ص١٧٣، رقم الحديث (٢٢٢٧).

(٣) تسلم العمل بعد إنجازه فور الانتهاء منه، وذلك بمقتضى العقد، إلا أن يكون بينهما شرط يحدد فيه موعد التسليم؛ فإنه حينئذ يعمل به.

٢. التقيد بحدود العلاقة الاستشارية^(١):

يحرص المستشار الدعوي أن تكون علاقته بالمستشير علاقة حسنة منذ اللقاء أو الاتصال الأول، ولكن لا بد أن يكون لها حدود مهنية، من خلال توضيح المستشار للمستشير: ما الذي ينبغي تقديمه من قبل كلا الطرفين، ويظهر اهتمامه بأمره باعتدال؛ بحيث لا يترتب على ذلك تعلق المستشار به، ومن ثم التمادي بموجب هذا الشعور، مما يعقد مسألة إنهاء العملية الاستشارية، وانعكاس نتائجها سلباً^(٢).

٣. الوضوح في إعلان المهارات الاستشارية^(٣):

يقدم المستشار الدعوي بموجب هذا الضابط معلومات واضحة ومعلنة للجميع عن سيرته الذاتية: الدرجة العلمية، المؤهل المهني بما في ذلك التدريب، التخصص، الترخيص، الأفراد المعنيين بالاستشارة، الخبرة الاستشارية، عنوان التواصل؛ وذلك لتسهيل اختيار المستشار المناسب للموضوع محل الاستشارة، وتيسير التواصل معه.

٤. حق اتخاذ القرار^(٤):

يلتزم المستشار الدعوي بتقديم التوجيه والإرشاد بدون فرض وجهة نظره على المستشار، ويتأكد ذلك عندما يكون طالب الاستشارة لديه القدرة على اتخاذ القرارات

(١) انظر: العملية الإرشادية، ص ٦٣، أ.د. محمد قاسم عبد الله، ط [الأولى، ١٤٣٤هـ-٢٠١٣م، دار الفكر، عمان].

(٢) ويظهر ذلك غالباً مع صغيرات السن من المستشاريات الفتيات، عند استشارتهن للدعيات؛ مما يترتب عليه طلب الصداقة، والاستمرار في التواصل، وفي حال الانشغال عنهن تظهر ردة فعل سلبية تجاه الدعيات، وهو ما اتضح بموجب الخبرة في هذا المجال.

(٣) انظر: المدخل إلى الإرشاد النفسي من منظور فني وعلمي، ص ٧١، MICHAEL S. NYSTUL، ترجمة: د. مراد علي سعد، د. أحمد عبد الله الشريفين، ط [الأولى، ١٤٣٦هـ-٢٠١٥م، دار الفكر، عمان].

(٤) انظر: دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفي، مبادئ وأسس الإرشاد الأسري الهاتفي، ص ٨٧، د. حماد الحمادي، إشراف: د. عبد الله بن ناصر السدحان، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

الصحيحة عند اكتمال الرؤية لديه عن موضوع الاستشارة، ومن الأجدى طرح المستشار مجموعة من الاختيارات أو القرارات، ليتسنى للمستشير تحمل مسؤولية اختيار الأنسب له.

٥. اقتصار العملية الإرشادية فيما هو داخل في دائرة الاختصاص^(١):

يسعى المستشار الدعوي إلى خدمة المستشير في مجال اختصاصه، وفي حال خروجه عن ذلك، يحصل الخلط في فهم المستشير تخصص المستشار، خاصة مع وجود التقارب والتداخل بين الاستشارة الدعوية، والشرعية، والأسرية، الأمر الذي ينتج عنه الخطأ في تقديم المشورة في فن لا يتقنه، وغير مؤهل له، ويؤثر على الاستفادة منها؛ لذا يلزم المستشار الدعوي التقيد بهذا الضابط.

٦. مراعاة التعليمات النظامية المتبعة في بلد المستشير^(٢):

يُعد من الخطأ تقديم المستشار الدعوي توجيهات يتعذر على المستشير تطبيقها إلا بمخالفات نظامية، وقد ينتج عن ذلك من المشكلات ما يجرى المستشار والجهة التابع لها؛ مما يجعل من أهم ضوابط العمل الاستشاري الدعوي مراعاة التعليمات النظامية المتبعة في بلد المستشير.

٧. مراعاة اختلاف البيئات والعادات والأعراف والمستويات الاجتماعية والمالية^(٣):

يلزم المستشار الدعوي تفهم أبعاد ومقتضيات الوسط الاجتماعي والثقافي والقيم الاجتماعية التي ألفها المستشير ومجتمعه، فلا يقدم توجيهات وإرشادات تتصادم مع تلك المفاهيم؛ لتحقيق المشورة الغرض منها.

ثانياً: مراحل العملية الاستشارية الدعوية:

تُعدّ العملية الاستشارية الدعوية مجموعة عمليات متداخلة ومتسلسلة؛ لذا ينبغي

(١) انظر: دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفى، الضوابط الشرعية والاجتماعية للإرشاد الأسري، ص ٣٨، سعد الصقر، إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(٢) انظر: المرجع السابق، ص ٣٠.

(٣) انظر: المرجع السابق، ص ٣٥.

للمستشار الدعوي الالتزام بتلك المراحل وفق مسؤوليته؛ للارتقاء بجودة العمل الاستشاري الدعوي، والتي تتمحور في الآتي^(١):

١. مرحلة الإعداد الداخلي للاستشارة الدعوية:

تسبق عملية البدء بإجراء الدراسة الاستشارية مرحلة مهمة، تسمى: الإعداد للاستشارات الدعوية، وفيها يتم تحديد طبيعة المهمة الاستشارية من قبل الجهة طالبة الاستشارة، واختيار المستشار الذي سيقوم بالدراسة. وتتمثل الخطوات التفصيلية لهذه المرحلة فيما يلي:

أ. تعيين منسق أو لجنة لمشروع الدراسة الاستشارية حسب حجم الاستشارة؛ ليتم الاتصال بالمستشارين، والتفاوض معهم، والعمل كضابط اتصال بين الجهة طالبة الاستشارة والجهة الاستشارية، ويتم اختيار أعضاء اللجنة على أساس معرفتهم بمشروع الدراسة، وخبراتهم السابقة في هذا المجال.

ب. تحديد إطار المهمة الاستشارية بشكل دقيق وواضح من قبل الجهة طالبة الاستشارة؛ للمساعدة في اختيار المستشار المناسب، إضافة إلى أن ذلك يساهم في تفهم المستشار المشكلات التي تواجه هذه الجهة.

ج. البحث عن المستشارين والاتصال بهم، بعد إعداد قائمة بأسماء المستشارين الدعويين، بالاستعانة بالمؤسسات المتخصصة في هذا المجال، ويتم خلال الاتصال طلب معلومات تفصيلية عن مقدّمي الاستشارة، وخبراتهم السابقة في المجال نفسه.

٢. مرحلة اختيار وتقييم المستشار الدعوي:

تقوم الجهة طالبة الاستشارة الدعوية بدراسة خبرات ومؤهلات المستشارين لاختيار المستشار الأقدر على الوفاء بمتطلبات المهمة الاستشارية.

(١) تنطبق هذه المراحل غالباً على العمل المؤسسي المنظم. (انظر: إدارة الاستشارات، ص ٣٧، مرجع سابق؛ العمل الاستشاري الحكومي، ص ٤٤-٧٠، سعد عويض الحارثي، رسالة ماجستير، قسم الإدارة العامة، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، عام ١٤١٦هـ).

ومن الضروري التأكيد على بعض النقاط الأساسية التي يجب مراعاتها عند اختيار المستشار، والمتمثلة في التالي:

- أ. الصفات والقدرات والمهارات الأساسية للمستشار الدعوي^(١).
- ب. مزايا المستشار الداخلي والخارجي: تلجأ بعض المؤسسات الدعوية إلى تعيين مستشارين بصفة دائمة، وهؤلاء يعرفون بالمستشارين الداخليين، يرتبطون إدارياً بالمؤسسة، ويعملون في وظائفها، ومن مزاياهم أنهم: (أقدر على تفهم المشكلات التي تواجه المؤسسة، أقل تكلفة من الناحية المالية، إمكانية متابعتهم لتطبيق التوصيات التي يتقدم بها وتصحيح أي أخطاء أو انحراف نظراً لتفرغهم للعمل في المؤسسة، إمكانية تدريب العاملين على تطبيق المقترحات)، ومن الانتقادات التي تواجه المستشارين الداخليين: (خبراتهم قد تكون قليلة وضمن إطار المؤسسة التي يعملون فيها لعدم إتاحة الفرصة لهم للعمل في مؤسسات مختلفة، عدم اكتشاف سبلات العمل الدعوي في المؤسسة نتيجة التأقلم مع أنظمتها وإجراءاتها، تخوف العاملين معهم في المؤسسة والحذر من نقل نقاط الضعف لديهم إلى الإدارة العليا مما يجعلهم يترددون في الإفصاح عن المشكلات التي تواجههم، عدم التزام الموضوعية أحياناً نتيجة لضغوط الإدارة العليا). أما المستشار الخارجي فهو لا يرتبط إدارياً بالمؤسسة الدعوية، ولا يشغل أي وظيفة فيها، ويعمل كمستشار بصفته الخاصة، أو ضمن جهة تقدم الاستشارات الدعوية، من أهم مزاياه: (خبرته الواسعة والمكتسبة نتيجة قيامه بمهام استشارية متعددة، نظره الشمولية، قدرته على التقييم من خلال معايير موضوعية بعيدة عن التحيز لأي أطراف داخلية في المؤسسة، أكثر حركة ومرونة وقدره على الاستعانة بخبراء ومستشارين آخرين)؛ لأن العلاقة بينه وبين الجهة المستشارة تهدف إلى الحصول على النتائج بعينها أكثر من الوسائل والإجراءات، كما هو الحال بالنسبة للمستشار الداخلي. ومما يؤخذ على المستشار الخارجي: (عدم الاحساس بالانتماء الكامل للمؤسسة، التكاليف المالية، ضعف

(١) سبق طرح ذلك بالتفصيل عند استعراض مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى الذاتي، ص ٦٨.

المتابعة لتنفيذ التوصيات غالباً وانعدامها أحياناً، مثالية الحلول أحياناً مما يعيق تطبيقها).

ج. مزايا الاستشارة الفردية والجماعية^(١): يقوم بالاستشارة الفردية شخص واحد، من مزاياها: (الحركة والمرونة، سهولة النقاش، قلة التكلفة)، ومن سلبياتها المحتملة: وجود الخطأ في الرأي نتيجة لعدم وجود رأي آخر. بينما يقوم بالاستشارة الجماعية مكاتب الخبرة، أو لجنة عامة، ومن مزاياها: (فرصة الاستفادة من آراء مختلفة، أكثر شمولاً، أقل أخطاء نتيجة تبادل الآراء)، في حين من السلبيات المحتملة: التكاليف؛ مما يبعد المجموعة عن اكتشاف المشكلات الحقيقية، إضافة إلى ارتفاع التكاليف.

٣. مرحلة تحديد المهمة الاستشارية الدعوية:

يتم تحديد إطار المهمة الاستشارية بواسطة إدارة الجهة طالبة الاستشارة، إلا أن هذا لا يكفي للبدء في التنفيذ؛ إذ لا بد للمستشار الدعوي من التواصل مع تلك الجهة للتوصل إلى فهم مشترك لحقيقة المشكلة وأبعادها، فقد تكون المشكلة واضحة للجهة طالبة الاستشارة، وقد تكون مبهمة للغاية، أو حتى غير معروفة لديها.

٤. مرحلة التخطيط للمهمة الاستشارية الدعوية:

يتم تحديد الطريقة التي سيستخدمها المستشار لتحقيق هدف الدراسة، من خلال إعداد خطة لذلك، توضح جميع الأنشطة والأعمال المطلوبة للدراسة الاستشارية، مرتبة حسب خطة زمنية، توضح فيها نقطة البداية والنهاية لكل مرحلة من مراحل الدراسة، ويستحسن أن تتسم الخطة بالمرونة؛ حتى يكون بالإمكان إجراء أي تعديلات إذا ما تطلب الأمر ذلك؛ لذا ينبغي أن تحدد الخطة التي يعدّها المستشار ما يلي:

- أ. تاريخ بدء الدراسة الاستشارية.
- ب. سير العمل ومراحله، وتحديد الوقت اللازم لكل مرحلة.
- ج. التسلسل الذي سيُتبع في معالجة المشكلات والمقترحات التي ستُقدّم.
- د. موعد وطريقة عرض النتائج والحلول.

(١) يُقصد بالاستشارة الجماعية: الاستفادة من عدد من المستشارين التابعين لجهة واحدة في الموضوع نفسه.

هـ. موعّد وطريقة تنفيذ المقترحات.

و. حجم الفريق الاستشاري، واختصاص كل عضو فيه.

ز. عدد الموظفين الذي سيتم الاستعانة بهم من الجهة طالبة الاستشارة، وطريقة اختيارهم واختصاصاتهم.

وينبغي على الجهة المستفيدة أن تعين موظفاً منها للعمل كضابط اتصال بينها وبين الجهة الاستشارية، وفق ما تم توضيحه سابقاً، يكون من مهامه: التأكد من سير الدراسة الاستشارية حسب الخطة المحددة، ومساعدة المستشار في إزالة أي عقبات قد يواجهها.

٥. مرحلة جمع المعلومات:

تُعد من أهم المراحل التي تمر بها الدراسة الاستشارية؛ حيث تستنفذ الجزء الأكبر من وقت المستشار، وتعتمد عليها النتائج والتوصيات، ويتم خلالها تحديد نوع وكمية المعلومات، والأساليب المستخدمة لجمعها، وكيفية التأكد من صحتها، فقد يصعب على المستشار الحصول على بعض المعلومات، وربما حصل على معلومات غير دقيقة؛ ولهذا فإن على المستشار أن يقوم بجمع المعلومات بطريقة منظمة، وبموجب خطة معدة لهذا الغرض، وعليه أن يراعي الأمور التالية:

أ. تحديد المعلومات المطلوبة: يحتاج المستشار إلى قدر كبير من المعلومات التي تساعد في تحديد المشكلة التي تواجهها الجهة المستشارة، وتسهم في إقناع المسؤولين بأهمية وفائدة المقترحات، وهذا يتطلب تعريفاً دقيقاً للمعلومات المطلوبة. وتختلف المعلومات الواجب جمعها من حيث الكمية، والنوعية، والأهمية باختلاف هدف الدراسة، فكلما كان الهدف واضحاً ومحدداً كانت مهمة المستشار في تحديد المعلومات المطلوبة سهلة وميسرة، ويجب مراعاة الاعتبارات التالية: (مدى شمولية المعلومات، مدى الحاجة إلى معلومات مفصلة، درجة الدقة المطلوبة في المعلومات مع مراعاة الوقت والجهد والتكاليف، درجة حداثة المعلومات).

ب. مصادر المعلومات: تأتي على ثلاثة أشكال: (السجلات، الأحداث والظروف والتصرفات والأوضاع المحيطة بالجهة المستشارة، الذاكرة: وهي المعلومات المخزنة في

عقول العاملين، أو من يتصلون بهم، أو من يستطيع إمداد المستشار بمعلومات ذات قيمة).

ج. وسائل جمع المعلومات: تتمثل أهم الوسائل في: (السجلات، الملاحظة الشخصية، المقابلة الشخصية، الاستبانة).

٦. مرحلة تحليل البيانات، ووضع التوصيات:

يركّز المستشار الدعوي على تحليل البيانات وتفسيرها، ويقوم بدراسة تحليلية تقييمية؛ للحصول على النتائج الصحيحة؛ حيث إن الهدف النهائي للمهمة الاستشارية إحداث التغيير، ويعدّ تحليل البيانات خطوة نحو هذا الهدف، وعلى المستشار أن يُحدد: هل هذا التغيير ضروري، وممكن، وما هو التغيير الممكن، وما هو البديل الذي يكون فعالاً. ويشمل تحليل البيانات الأمور الآتية:

أ. تشخيص المشكلة: يُعد من أدق وأهم المراحل؛ فإذا كانت النتائج المنبثقة عنه خاطئة فإنه يسبب خللاً في العملية الاستشارية، ويتضمن التشخيص: (تعريفاً واضحاً ودقيقاً للمشكلة، تحديد المؤشرات الرئيسة للوضع الحالي للجهة طالبة الاستشارة، كشفاً لمواطن القوة والضعف).

ب. تحديد أسباب المشكلة: فمن المستبعد إيجاد الحلول للمشكلة قبل معرفة أسبابها.

ج. وضع الحلول البديلة: من خلال تصوّر المستشار جميع الحلول الممكنة للمشكلة.

د. تقييم الحلول البديلة واختيار البديل المناسب: من خلال دراسة وفحص كل البدائل، وتقييم كل بديل على حدة، وبيان جوانب القوة والضعف في البديل، واختيار البديل الأفضل (العملي، والقابل للتنفيذ)، وأحياناً تشترك الجهة المستفيدة مع المستشار في جميع مراحل التقييم، والاختيار النهائي، ويُستحسن أن تُناقش التوصيات مع كبار الموظفين في الجهة طالبة الاستشارة، ويسمع المستشار آراءهم بشأنها، ويسجّل الأفكار والمقترحات التي يُقدّمونها، ويعمل على تعديل التوصيات قدر الإمكان على ضوء تلك المناقشة، مع إشعارهم بدورهم في وضع وإعداد

التوصيات؛ لما له من أثر في الاهتمام بالدراسة الاستشارية، والسعي لتطبيقها في المستقبل.

٧. مرحلة عرض وتقديم التوصيات:

تأتي مرحلة عرض وتقديم التوصيات للجهة المستشارة بعد انتهاء المستشار من وضع التوصيات بصورتها النهائية؛ فيُحدّد موعد لعقد اجتماع تُعرض فيه التوصيات، يحضره كبار الموظفين، وضابط الاتصال، وأعضاء فريق الجهة المشاركة في الدراسة، والمستشار، وأعضاء فريقه الاستشاري.

وعادة ما يكون عرض التوصيات شفويًا، لكنه مدعّم بالأدلة المكتوبة، ووسائل الإيضاح المؤيدة، وبالطبع فإنه بهذا العرض يتم الحصول على موافقة الجهة المبدئية على التوصيات والمقترحات؛ حيث إن القرار النهائي يحتاج إلى دراسة تفصيلية للتقرير المكتوب. ويحرص المستشار على أن تكون طريقة العرض للتوصيات جيدة، ومقنعة، ومتسلسلة، وتُعطي صورة واضحة للحلول البديلة لمشكلة الدراسة، وكيفية اختيار الحل المقترح تنفيذه، ويجب ألا يبالغ المستشار في ذكر التفاصيل.

وعلى المستشار أن يجيب على أي أسئلة تُطرح خلال العرض، وبعد نهايته يُقدّم التوصيات إلى إدارة الجهة المستشارة على شكل تقرير رسمي مكتوب.

٨. مرحلة التنفيذ:

تُعد مرحلة تنفيذ التوصيات من أهم المراحل التي تمر بها العملية الاستشارية؛ حيث يُعد ذلك الهدف الأساسي للدراسة الاستشارية من وجهة نظر الجهة المستشارة، ويُفضّل تنفيذ التوصيات بعد قبولها مباشرة؛ لأنه إذا مرّت مدة طويلة دون التنفيذ، ربما يحدث تغيير في الظروف والرؤساء يحول دون تطبيقها مطلقاً.

وقد يُشارك المستشار في التطبيق، إما بتقديم الإرشاد والنصح لموظفي الجهة المسؤولين عن التطبيق، وإما بوضع تفاصيل للمقترحات المراد تطبيقها، وإما بتدريب الموظفين، أو بهذه الطرق جميعاً.

وفي حالة مشاركة المستشار في تنفيذ التوصيات، ينبغي عليه القيام بوضع خطة للتنفيذ، مبيناً الوقت اللازم لتنفيذ كل مرحلة على حدة، ومتطلباتها، ثم يقوم الموظفون بالتنفيذ حسب الخطة الموضوعية، ويلزم المستشار أن يظهر بصورة زميل للموظفين، يتعاطف معهم، ويشاركهم، ويقدم لهم الإرشادات اللازمة لكيفية التنفيذ.

وإذا ما قرر المستشار تدريب العاملين على تطبيق الدراسة، فإنه يمكن استخدام عدة طرق لتحقيق هذا الهدف: كـ (التدريب أثناء العمل من قبل المستشار، تدريب مجموعات تجريبية يقوم أفرادها بتدريب الآخرين بعد ذلك، عقد برامج تدريب رسمية في الجهة المستشارة يتولاها المستشار أو مدربون يُستقدمون خصيصاً لهذه الغاية).

وعلى كل حال شارك المستشار في تنفيذ التوصيات أم لم يشارك، فإنه يُستحسن أن يكون على اتصال بالجهة المستشارة، ولو بطريقة غير رسمية؛ لتقديم النصائح والتفسيرات لما يحتويه تقرير الدراسة؛ حيث الهدف من ذلك هو الارتقاء بمستوى أداء العمل الدعوي.

٩. مرحلة المتابعة:

بالإمكان أن يوصي بعض المستشارين بتوقيع اتفاقية معه لتقديم خدمات المتابعة للدراسة، وإذا ما تمت الموافقة على ذلك من قبل الجهة المستشارة، فإن المستشار يقوم بمهمة المتابعة، من خلال الاتصال والزيارة المستمرة لتلك الجهة بين الحين والآخر؛ لتفقد سير العمل فيها، والإجابة على أي استفسارات من العاملين فيها بخصوص ما يواجههم من صعوبات أثناء التنفيذ.

ومن خلال العرض السابق للضوابط والقيم المهنية للعمل الاستشاري الدعوي ومراحل العملية الاستشارية الدعوية التي يؤمل التقيد بها، تتضح المسؤولية الاستشارية الدعوية على المستوى المهني، وبذلك يكتمل تحديد مسؤوليات المستشار الدعوي، والتي تم الاستفاضة فيها؛ لأهمية تحديدها بدقة.



المبحث الثالث

وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه

تمهيد:

يتوقف نجاح العملية الاستشارية الدعوية على اكتمال جوانبها، واستشعار المستشار الدعوي لمسؤولياته أحد الجوانب الذي يحتاج إلى دعم ومساندة، ومن ذلك اختيار الوسائل^(١)، والأساليب^(٢) المناسبة؛ لتقديم التوجيه والإرشاد لطالبي الاستشارة، والمحتاج لها من المؤسسات والأفراد.

ويسعى المستشار الدعوي الناجح جاهداً للاستفادة من كافة الوسائل والأساليب المشروعة المتاحة في ضوء مستجدات العصر؛ لخدمة هدف مهمته، وذلك بما يتناسب مع الزمان، والمكان، والأشخاص، والأحوال، مع الأخذ في الاعتبار أن المستشار ربما كان توجيهه وتقديمه للمشورة بدون طلب، وقد يكون بناءً على استشارة مطروحة من داعية أو مؤسسة دعوية؛ لذا تتنوع الوسائل والأساليب الاستشارية الدعوية، ويتم تناول ذلك من خلال الآتي:

المطلب الأول: وسائل العمل الاستشاري الدعوي.

المطلب الثاني: أساليب العمل الاستشاري الدعوي.

(١) الوسيلة: "ما يتوصلُ به إلى الشيء ويُتقربُ به". (النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة الواو مع السين، ص ٩٧٢، مرجع سابق).

(٢) الأسلوب: الطريقة والمذهب. (انظر: المعجم الوسيط، مادة السين، ص ٤٤١، مرجع سابق).

المطلب الأول: وسائل العمل الاستشاري الدعوي:

يستخدم المستشار الدعوي وسائل مختلفة ومتنوعة لاستقبال الاستشارة، وعرض رأيه وتوجيهاته وإقناع المستشير بها، وذلك بما يخدم العمل الدعوي، يتمثل أبرزها في التالي:

أولاً: المقابلة الشخصية:

تُستخدم المقابلة الشخصية كوسيلة لاستقبال الاستشارة، وتقديم التوجيه والإرشاد، وتُعد من أفضل الوسائل التي يتمكن المستشار من خلالها تفهم احتياج المستشير، ومطلبه، وقياس تفاعله مع الموضوع المطروح.

فالمستشار الدعوي يوجه المستشير فيما يخدم الدعوة إلى الله تعالى أثناء التقائه به، مثلما كان يفعل الرسول ﷺ عند إرساله الدعاة من أصحابه رضي الله عنهم؛ عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ لَمَّا بَعَثَ مُعَاذًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَلَى الْيَمَنِ، قَالَ: «إِنَّكَ تَقْدُمُ عَلَى قَوْمٍ أَهْلِ كِتَابٍ، فَلْيَكُنْ أَوَّلَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ عِبَادَةُ اللَّهِ، فَإِذَا عَرَفُوا اللَّهَ، فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي يَوْمِهِمْ وَلَيْلَتِهِمْ، فَإِذَا فَعَلُوا، فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ فَرَضَ عَلَيْهِمْ زَكَاةً مِنْ أَمْوَالِهِمْ وَتُرْدُ عَلَى فُقَرَائِهِمْ، فَإِذَا أَطَاعُوا بِهَا، فَخُذْ مِنْهُمْ وَتَوَقَّ كَرَائِمَ أَمْوَالِ النَّاسِ»^(١). كما كان يستمع ﷺ للمشكلات الدعوية التي يواجهونها، ويرشدهم لعلاج ذلك؛ مثلما كان في قصة دعوة الطفيل بن عمرو الدوسي لقومه رضي الله عنه^(٢)، فعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: قَدِمَ الطُّفَيْلُ وَأَصْحَابُهُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ فَقَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّ دَوْسًا قَدْ كَفَرَتْ وَأَبَتْ، فَادْعُ اللَّهَ عَلَيْهَا، فَقِيلَ: هَلَكْتُ دَوْسٌ، فَقَالَ ﷺ: «اللَّهُمَّ اهْدِ دَوْسًا وَائْتِ بِهِمْ»^(٣).

(١) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الزكاة، باب لا تؤخذ كرائم أموال الناس في الصدقة، ص ١١٥، رقم الحديث (١٤٥٨).

(٢) انظر: البداية والنهاية، ج ٣، ص ١٢٤، ابن كثير، تحقيق: علي شيري، ط [الأولى، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م، دار إحياء التراث العربي، د (م)].

(٣) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب فضائل الصحابة رضي الله عنهم، باب من فضائل غفار، وأسلم، وجهينة، وأشجع، ومزينة، وتميم، ودوس، وطبيع، ص ١١٢٠، رقم الحديث (٢٥٢٤).

ويتم خلال المقابلة طرح بعض الأسئلة بتكرار وترتيب مخطط مسبق مع المرونة التي تفرضها طبيعة الحوار دون البعد عن الهدف، ويحتاج ذلك أن يكون المستشار القائم بالمقابلة لديه قدرة عالية على الآتي^(١):

١. إدارة الحوار، وتشجيع الطرف الآخر على التفاعل مع الأسئلة المطروحة.
٢. إجراء تعديل في بعض الأسئلة، إما بالترتيب أو الحذف، حيث إنه في كثير من الأحيان يحصل السائل على إجابات لعدة أسئلة دفعة واحدة عند إلقاء سؤال واحد أثناء الحوار.
٣. إجادة صياغة الأسئلة حسب ردة فعل المتلقي للسؤال وتجاوبه؛ فيمكن أن يكون السؤال مباشراً، أو غير مباشر، حسب موضوع الاستشارة، ولذلك تمثل المرونة في اختيار وإلقاء السؤال عملية مهمة.
٤. تجميع وتلخيص الحوار وإظهار النقاط المهمة فور الانتهاء من اللقاء، وذلك بعد إجراء مقارنة بين نتائج هذه المقابلة والمقابلات السابقة، وإجراء التحليل والخروج بالنصائح المطلوبة والتأكد من الالتزام بأقصى درجات الدقة.

ويلزم عند الإعداد للمقابلة الشخصية للمستشير، القيام بالتالي^(٢):

١. تحديد هدف المقابلة.
٢. وضع الخطوط العريضة لأسئلة المقابلة.
٣. استخدام الأسئلة ذات النهايات المفتوحة.
٤. تصنيف الأسئلة طبقاً للموضوعات.
٥. الاهتمام براحة الطرف الآخر أثناء المقابلة.
٦. تجريب الأسئلة مع فريق العمل قبل استخدامها مع الآخرين.

(١) انظر: مهارات تقديم الاستشارات، ص ١٥٦، مرجع سابق.

(٢) انظر: المرجع السابق، ص ١٥٧.

٧. الاستعداد للتعامل مع المواقف الحرجة، مثل: الرفض، التهرب، ادعاء عدم التذكر.

ومن الوصايا المهمة لإجراء المقابلة، ما يلي^(١):

١. تحمل المستشار القائم بالمقابلة مسؤولية جودة المقابلة وحده.

٢. التعامل مع القضايا قبل الموضوعات.

٣. استخدام الصمت لمزيد من التفكير والمعلومات الإضافية.

٤. تسجيل ملاحظات مختصرة، ولا تكتب كل كلمة.

٥. إتاحة الفرصة لمشاهدة الطرف الآخر الملاحظات المسجلة، لتشجيعه على الكلام.

٦. الإنصات الجيد، وعدم مقاطعة المتحدث إلا لضرورة.

٧. إعادة السؤال بصورة أكثر وضوحاً إذا لزم الأمر.

٨. إظهار الاحترام والتقدير للطرف الآخر طوال الوقت.

٩. استخدام المرونة بما يتناسب مع الموقف.

١٠. إنهاء اللقاء بالشكر والتقدير.

ويوجد للمقابلة أنواع متعددة، يمكن تقسيمها في ضوء معايير مختلفة، تتمثل في الآتي^(٢):

١. تقسيم المقابلة في ضوء عدد الأفراد: المقابلة الفردية: وهي التي تُجرى مع عدد من المستشارين يتراوح ما بين (١-٣) أشخاص، وتستخدم في حالة الإرشاد الفردي، أما المقابلة الجماعية: فهي التي تُجرى مع عدد من المستشارين أكثر من ثلاثة أشخاص، وتستخدم في حالة الإرشاد الجماعي.

٢. تقسيم المقابلة في ضوء نوع الأسئلة المستخدمة: مقابلة مقيدة: وهي التي تُحدد فيها الموضوعات، والأسئلة، ويجب عنها بإجابات محددة، مثل: نعم، لا، ومن مميزاتها: أنها

(١) انظر: مهارات تقديم الاستشارات، ص ١٥٧، مرجع سابق.

(٢) انظر: العملية الإرشادية، ص ٥٧، د. محمد أحمد إبراهيم سفعان، ط [الأولى، ١٤٣٣هـ-٢٠١٢م، دار الكتاب الحديث، القاهرة].

توفر الوقت والجهد، وتسمح بمقارنة إجابات المستشير، إلا أنها غير مرنة، ولا تعطي فرصة للمستشير للتعبير عن مشاعره وأفكاره بحرية، وعلى النقيض المقابلة غير المقيدة: التي تحتاج لمستشار لديه خبرة ومهارة لضبط الاستشارة في حدود الموضوع المحدد.

٣. تقسيم المقابلة في ضوء طريقة الإرشاد المستخدمة: المقابلة المباشرة: وتستخدم في الإرشاد المباشر، وفيها يركز الجهد على المستشار في عرض المشكلة، والحديث عنها، والانتقال من موضوع لآخر، أما المقابلة غير المباشرة: فيكون للمستشار حرية الحديث في أي موضوع بطريقته الخاصة، والتوجيه والإرشاد يكون غير مباشر.

٤. تقسيم المقابلة في ضوء الهدف منها: مقابلة أولية: تهدف لجمع المعلومات الأولية عن المستشير، وتكوين علاقات جيدة معه، ووضع تصور مبدئي لتشخيص المشكلة، أما المقابلة التشخيصية: فتهدف للتأكد من صحة المعلومات التي تم جمعها في المقابلة الأولية، والتوصل إلى طبيعة المشكلة من حيث الأسباب، وتحديد المسؤوليات، والإجراءات المناسبة لحلها، في حين تهدف المقابلة الإرشادية: لتنفيذ الإجراءات التي تم تحديدها في المقابلة التشخيصية.

ثانياً: الوسائل الكتابية:

تُعد الكتابة وسيلة قديمة لطلب الاستشارة والتوجيه، ولا زالت، وذلك من خلال: الرسائل، ووسائل الإعلام المقروءة كالصحف والمجلات؛ فتُقدم توجيهات العلماء للدعاة والمدعوين من خلال تلك الوسيلة بصور مختلفة: إما بكتابة شخصية من قبل بعض الدعاة موجهة للمختصين في مجال الدعوة من أهل العلم، يسترشدون فيها عما يتعلق بالدعوة إلى الله ووسائلها وأساليبها، وكيفية التعامل مع المدعوين بمختلف أصنافهم، وسبل علاج بعض المشكلات التي تعترضهم في الميدان، وإما بتخصيص زاوية في بعض الصحف والمجلات لاستقبال الفتاوى والتي منها ما يتعلق بالدعوة إلى الله تعالى، وقد يُقدّم بعض المختصين في المجال الدعوي مقالاً في توجيه الدعاة وإرشادهم لما يسهم في الارتقاء بمستوى الأداء الدعوي،

وتأتي مجلة "الدعوة"^(١) في مقدمة الوسائل الإعلامية المقروءة التي خدمت هذا الجانب.

كما يمكن للمستشار الدعوي استخدام الرسائل القصيرة عند استقبال الاستشارات والرد عليها، أو تقديم التوجيه والإرشاد للقائمين بالعمل الدعوي والمدعويين، وذلك عند استخدام الهاتف الجوال أو وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يتطلب اعتناء المستشار بانتقاء عباراته، وصياغتها بأسلوب واضح وموجز، بحيث تكون جامعة مانعة، وهو فن يحتاج إلى مزيد جهد وعناية.

لذا تُعد الوسائل الكتابية مناسبة لاستثمارها من قبل المستشار الدعوي لمخاطبة أكبر شريحة من القراء القائمين بالعمل الدعوي، خاصة في ضوء ضعف الثقافة المجتمعية للاستشارة الدعوية.

ثالثاً: الهاتف:

يُستفاد من الهاتف كوسيلة بديلة للقاء الشخصي بين المستشار والمستشير، حيث يُعد أيسر وسائل التواصل لكلا الطرفين، إلا أن قياس التفاعل لا يرتقي لمستوى اللقاء الشخصي، ويمكن استشعاره من خلال نبرات الصوت، والتجاوب في الحوار مع المستشار، وعرض المشكلة بصورة واضحة.

ووجدت برامج هاتفية خدمت مجال تقديم المشورة الدعوية لطالبيها من الدعاة والمدعويين، عبر الإذاعة، والقنوات الفضائية، يُقدمها أهل العلم والخبرة في المجال الشرعي والدعوي، من أمثلتها: برنامج: "نور على الدرب"، و"سؤال على الهاتف" يبثان على إذاعة القرآن الكريم من المملكة العربية السعودية، وبرنامج "الجواب الكافي" يبث على قناة المجد الفضائية، حيث تتلقى تلك البرامج استشارات بعض الدعاة والمدعويين في المجال الدعوي ضمن الأسئلة المطروحة، كما أطلقت مؤسسة "وقف دعوتها" خدمة الهاتف الاستشاري النسائي

(١) مجلة إسلامية جامعة، تصدر يوم الخميس من كل أسبوع، عن مؤسسة الدعوة الإسلامية الصحفية، مركزها الرئيس مدينة الرياض، تأسست عام ١٣٨٥هـ، رئيس مجلس إدارتها معالي الشيخ أ.د. عبدالله بن محمد بن إبراهيم آل الشيخ (انظر: موقع مجلة الدعوة، <http://www.aldaawah.com>).

للدعايات فقط، وحددت وقت المغرب لتلقي الاستشارة من خلال رقم هاتف ثابت^(١).

ومن الوصايا المهمة لتقديم الاستشارة الهاتفية، ما يلي^(٢):

١. تحديد محتوى المقابلة الهاتفية بناءً على الهدف الدعوي، مما يضع حدوداً لما يجب الاهتمام به، وملاحظته أثناء إجرائها.
٢. التفاعل والانتباه الكامل عند الاستماع للمستشير، وبتكريز أكبر من أي محادثة أخرى.
٣. الالتزام بتقديم الاستشارة الدعوية في وقتها المحدد، ووفق هدفها المقصود.
٤. تمكن المستشار الدعوي من إدارة الحوار، ودقته في تدوين البيانات والحيثيات، والكفاءة في تحليلها.
٥. ضرورة أن تكون المشورة الدعوية المقدمة عملية، وقابلة للتطبيق، وتقدم بصورة غير إلزامية.

رابعاً: شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وما يلحق بها^(٣):

شاركت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) كوسيلة فاعلة لاستقبال طلب الاستشارة الدعوية، وتقديم التوجيه والإرشاد للمستشير، ومن مميزات التالى:

١. حفظ كم كبير من التوجيهات والإرشادات الدعوية للدعاة والمدعويين بصور مختلفة: (مناقشات، حوارات، محاضرات،...)، وتصنيفها حسب وحدات موضوعية مناسبة، تُسهّل البحث عنها، والحصول عليها.

٢. إمكانية نقل التوجيهات الدعوية لأعداد كبيرة من البشر، ومجتمعات قد تكون منغلقة

(١) انظر: موقع مؤسسة وقف دعوتها، <http://www.wdawah.com>.

(٢) انظر: دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفى، مهارات المقابلة الهاتفية في الإرشاد الأسري الهاتفى، ص ١٢٣، د. خالد الحजर، إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(٣) انظر: الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، ص ٤، د. صالح الرقيب. مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، ٧-٨ ربيع الأول ١٤٢٦هـ - ١٦-١٧ أبريل ٢٠٠٥م، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية.

فكرياً وإعلامياً، مما يسهم في تصحيح مسار العمل الدعوي في مختلف أقطار العالم عبر هذه الوسيلة.

٣. سهولة الاستخدام والتعلم الذي يتناسب مع مختلف المستويات التعليمية، والثقافات المجتمعية.

٤. تنوع وتعدد أساليب العرض، والإعلان على الشبكة، من: (النصوص المكتوبة، الصور، الرسوم، الأصوات، الفيديو)، بخلاف وسائل الإعلام الأخرى كالإذاعات، والمحطات التلفزيونية، والصحف.

٥. قلة التكلفة المادية، ومجانية بعض الخدمات المقدمة من خلالها، مقارنة بالتكلفة المترتبة على شراء الكتب والمجلات، وتكلفة الاتصالات الهاتفية.

وبإمكان مقدمي الاستشارة الدعوية الاستفادة من شبكة الإنترنت في خدمة المجال الاستشاري، من خلال التالي:

١. إنشاء المواقع الإلكترونية:

إن تخصيص مواقع إلكترونية لاستقبال وتقديم الاستشارة الدعوية المقننة من شأنه أن يضبط العمل الاستشاري الدعوي، ويسهل التواصل مع المستفيدين، أسوة بالمجالات الاستشارية المختلفة التي كان لها السبق.

وقد أوجدت بعض المواقع الإلكترونية خدمة تقديم الاستشارة الدعوية ضمن خدماتها، إلا أنها تحتاج لمزيد من الضبط والإدارة ومعالجة الخلط بين التخصص الدعوي، والشرعي، والاجتماعي التربوي، ومن أمثلة تلك المواقع:

أ. موقع استشارات "الإسلام اليوم"^(١): يُقدّم استشارات نفسية، اجتماعية، تربوية تعليمية، أسرية، قضايا إيمانية، دعوية إيمانية.

ب. موقع استشارات "الإسلام ويب"^(٢): يُقدّم استشارات طبية، إيمانية ودعوية، تربوية،

(١) انظر: موقع استشارات الإسلام اليوم، <https://www.islamtoday.net>.

(٢) انظر: موقع استشارات الإسلام ويب، <http://consult.islamweb.net>.

ثقافية، نفسية، اجتماعية، تعليمية.

ج. موقع "الألوكة"^(١): يُقدّم استشارات نفسية، دعوية، اجتماعية، علمية.

د. موقع "المفكرة الدعوية"^(٢): يُقدّم استشارات دعوية تربوية.

هـ. موقع "لها أون لاين"^(٣): يُقدّم استشارات شرعية، دعوية، اجتماعية، نفسية، طبية، تربوية، قانونية، الطب البديل، أمن وحماية المعلومات، تطوير الذات.

و. موقع "الواحات"^(٤): يُقدّم استشارات شرعية، اجتماعية، دعوية.

٢. البريد الإلكتروني:

يُسهّل البريد الإلكتروني التواصل السريع بين المستشار الدعوي والمستشارين من الدعاة والمدعويين، من خلال نشر المستشارين عناوينهم البريدية بمختلف الوسائل المتاحة، مع إمكانية ضبط تلقي الاستشارات، وفق أوقات وضوابط محددة، كما يُفضل تنظيم تقديم الاستشارة الدعوية عبر هذه الوسيلة من خلال عمل مؤسسي يجمع مجموعة من المستشارين من أهل الاختصاص والثقة.

٣. المنتديات:

يستطيع المستشار الدعوي أن يخدم مجاله الاستشاري بواسطة المنتديات من خلال: إنشاء المنتديات الاستشارية الدعوية، وهذا يدخل في إنشاء المواقع النافعة، أو المشاركة الفعالة في مثل هذه المنتديات والرفع من مستواها، وتحسين أدائها، وتفعيل دورها في الدعوة إلى الله تعالى؛ بتقديم التوجيهات السديدة للارتقاء بالعمل الدعوي.

٤. وسائل التواصل الاجتماعي:

شاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: (تويتر، الفيسبوك، اليوتيوب، الواتساب،

(١) انظر: موقع الألوكة، <http://www.alukah.net>.

(٢) انظر: موقع المفكرة الدعوية، <http://www.dawahmemo.com>.

(٣) انظر: موقع لها أون لاين، <http://www.lahaonline.com>.

(٤) انظر: موقع الواحات، <http://www.alwa7at.net>.

وغيرها...) بين أفراد المجتمع في مختلف دول العالم؛ لذا أصبح من الضروري والمهم استثمار هذه الوسيلة لتحسين الأداء الدعوي، من خلال المشاركة فيها من قبل أهل الخبرة والتخصص، بصورة مؤسسية تكون مرجعاً لاستقبال الاستشارات الدعوية، وتقديم الرأي والتوجيه والإرشاد المناسب، بكلمات وجيزة ومدروسة، مبنية على الحجة والبرهان، ومن المهم أن تكون لدى المجموعة التي تتولى إدارة مثل هذه الوسائل رؤية ورسالة واضحة ومعلنة، وأهداف منتقاة بعناية.

خامساً: القنوات الفضائية:

تُعد القنوات الفضائية أحد الوسائل المتاحة لاستثمارها في خدمة الاستشارة الدعوية، خاصة في ضوء توسع أهداف الإعلام المحافظ الساعي لنشر الدعوة إلى الله ﷻ بكافة السبل والوسائل؛ لذلك تشهد برامج تبحث في المشكلات والحلول الدعوية، تُعرض بين فترة وأخرى بعناوين مختارة في مختلف القنوات، وحسب الحدث المترامن.

ولا يزال توظيف تلك الوسيلة في مجال الاستشارة الدعوية قاصراً، يحتاج إلى تخطيط لطرح أقوى ومباشر، يُقدّم بصورة واضحة وثابتة، يستفيد منه كافة من يمثل الدعوة من دعاة على المستوى المجتمعي، والإقليمي، والعالمي، ومن مدعوين بمختلف أصنافهم، وفق ضوابط وأسس متفق عليها.

سادساً: الدراسات الاستشارية:

تُعد الدراسات الاستشارية من أفضل وسائل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي، وهي مهمة النخب، وعادة ما تقوم بها مكاتب الخبرة التابعة للجامعات المتخصصة في المجال الدعوي والشرعي، وذلك بحسب ما تحدده الجهة المستفيدة^(١)، وتم طرح المراحل العملية للاستفادة من هذه الوسيلة في العمل الاستشاري الدعوي عند عرض مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى المهني^(٢).

(١) انظر: الفصل التمهيدي، المبحث الثاني، ص ٥٣.

(٢) انظر: الفصل الأول، المبحث الثاني، ص ١١٤.

المطلب الثاني: أساليب العمل الاستشاري الدعوي:

يعرض المستشار الدعوي رأيه، ويقدم توجيهاته وإرشاداته باستخدام أساليب متعددة؛ بناء على ما يمتلك من مهارات ذاتية ومهنية، يتمحور أهمها في الآتي:

أولاً: القدوة^(١) الحسنة:

تأتي القدوة الحسنة في مقدمة الأساليب الناجحة المستخدمة في التوجيه والإرشاد الدعوي، والتي لا تكلف المستشار الدعوي عناءً وجهداً إذا اتبع المنهج الدعوي المستقيم من الكتاب والسنة، حيث يُعد المستشار نموذجاً عملياً للتطبيق الدعوي أمام مستشاريه من الدعاة والمدعويين، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۖ﴾^(٢)، وَعَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: أَخَذَ النَّبِيُّ ﷺ حَاتِمًا مِنْ ذَهَبٍ، فَاتَّخَذَ النَّاسُ حَوَاتِيمَ مِنْ ذَهَبٍ، فَقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «إِنِّي اتَّخَذْتُ حَاتِمًا مِنْ ذَهَبٍ» فَنَبَذَهُ، وَقَالَ: «إِنِّي لَنْ أَلْبَسَهُ أَبَدًا»، فَنَبَذَ النَّاسُ حَوَاتِيمَهُمْ^(٣)، الأمر الذي يستلزم منه عناية المستشار الدعوي بجانب موافقة عمله قوله، فبقدر التزامه بذلك دون تكلف يتحقق تحسن الأداء الدعوي، ويستجيب المدعويين.

وقد رغب الرسول ﷺ أمته أن يكونوا قدوة حسنة، وحذّره أن يكونوا قدوة سيئة، ومن أولى من يُعنى بذلك الدعاة والمستشارون الدعويون، فقال ﷺ: «مَنْ سَنَّ فِي الْإِسْلَامِ سُنَّةً حَسَنَةً، فَعَمِلَ بِهَا بَعْدَهُ، كُتِبَ لَهُ مِثْلُ أَجْرِ مَنْ عَمِلَ بِهَا، وَلَا يَنْقُصُ مِنْ أَجُورِهِمْ شَيْءٌ، وَمَنْ سَنَّ فِي الْإِسْلَامِ سُنَّةً سَيِّئَةً، فَعَمِلَ بِهَا بَعْدَهُ، كُتِبَ عَلَيْهِ مِثْلُ وَزْرِ مَنْ عَمِلَ بِهَا، وَلَا يَنْقُصُ مِنْ أَوْزَارِهِمْ شَيْءٌ»^(٤).

(١) القدوة: هي "الأسوة". (الصحيح تاج اللغة وصحاح العربية، مادة القاف، ج ٦، ص ٢٤٥٩، مرجع سابق).

(٢) (سورة الأحزاب، الآية: ٢١).

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الاعتصام بالكتاب والسنة، باب الاقتداء بأفعال النبي ﷺ، ص ٦٠٧، رقم الحديث (٧٢٩٨).

(٤) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب العلم، باب من سن سنة حسنة أو سيئة...، ص ١١٤٤، رقم الحديث (١٠١٧).

ويحتاج المستشار الداعية إلى قدوة عملية ناجحة في المجال الدعوي يحتذي أثره، ويستفيد منه بدون طلب أو عرض لحاجته، كذلك المدعو يلفت انتباهه سلوك من يقوم بتوجيهه، قال ابن القيم رحمه الله: "العمل بغير إخلاص ولا اقتداء كالمسافر يملأ جرابه رملًا يثقله ولا ينفعه"^(١).

ثانياً: الحوار^(٢):

يُقدّم المستشار الدعوي رأيه لجهات وأفراد تختلف أفهامهم، ومداركهم، ومعتقداتهم في موضوعات متنوعة، وعادة ما يُستخدم أسلوب الحوار للتواصل معهم؛ لإقامة الحجة، ودفع الشبهة، والفساد من القول والرأي، كما يُستخدم لمعرفة مراد المستشار، وحاجته.

والحوار منهج دعوي ذُكر في القرآن الكريم بصور مختلفة، منها: صيغة الحوار كقوله تعالى: ﴿وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا﴾^(٣)، واستعمال كلمة (قال) بقوله رحمه الله: ﴿قَالَ رَبِّ اجْعَلْ لِي آيَةً قَالَ ءَايَتُكَ إِلَّا تُكَلِّمَ النَّاسَ ثَلَاثَ لَيَالٍ سَوِيًّا﴾^(٤)، وصيغة الجدل كقوله تعالى: ﴿قَالُوا يَنْبُحُ قَدْ جَدَلْتَنَا فَأَكْثَرْتَ جِدْلَنَا فَأْتِنَا بِمَا تَعِدُنَا إِنْ كُنْتَ مِنَ الصّٰدِقِينَ﴾^(٥)، "ويتبين من خلال النصوص القرآنية أن الإسلام عدّ الحوار قاعدة مهمة في دعوته الناس إلى الإيمان بالله وعبادته، وكذا في قضايا الخلاف بينه وبين أعدائه"^(٦).

(١) الفوائد، ص ٤٩، مرجع سابق.

(٢) الحوار: هو "مراجعة الكلام وتداوله بين طرفين؛ لمعالجة قضية من قضايا الفكر والعلم والمعرفة، بأسلوب متكافئ، يغلب عليه طابع الهدوء، والبعد عن الخصومة". (ضوابط الحوار في الفكر الإسلامي، ص ١٣، د. مفرح بن سليمان القوسي، ط [الثانية، ١٤٣٠هـ-٢٠٠٩م، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، الرياض]).

(٣) (سورة الكهف، الآية: ٣٤).

(٤) (سورة مريم، الآية: ١٠).

(٥) (سورة هود، الآية: ٣٢).

(٦) الحوار: آدابه ومنطلقاته وتربية الأبناء عليه، ص ٢٠، مُجد شمس الدين خوجة، ط [الرابعة، ١٤٣٠هـ-٢٠٠٩م، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، الرياض].

والحوار كذلك منهج نبوي استخدمه الرسول ﷺ مع أصحابه، وأعدائه، ومخالفيه، فمن ذلك: عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ قَالَ: «أَتَدْرُونَ مَا الْغِيَّةُ؟» قَالُوا: اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، قَالَ: «ذِكْرُكَ أَخَاكَ بِمَا يَكْرَهُ»، قِيلَ: أَفَرَأَيْتَ إِنْ كَانَ فِي أَخِي مَا أَقُولُ؟ قَالَ: «إِنْ كَانَ فِيهِ مَا تَقُولُ، فَقَدْ اغْتَبَتَهُ، وَإِنْ لَمْ يَكُنْ فِيهِ فَقَدْ بَهَتَهُ»^(١)؛ فكان ﷺ يفتح المجال لمحاورة أن يناقشه، ويستفهم عما أشكل عليه، وقد كان ﷺ مثلاً في تطبيق أدب الحوار مع الجميع، والمتتبع لسيرته يلحظ ذلك، فكان نموذجاً رائعاً في حوار مع مخالفه وأعدائه من المشركين، وأهل الكتاب والمنافقين.

والمستشار الدعوي يحتاج إلى تعلّم فنون الحوار بمختلف أساليبه: (الحوار بالكلام والحديث، الحوار الكتابي، الحوار الإلكتروني)^(٢)؛ خاصة عند محاورة المخالف في الفكر والمعتقد، والتي يتمثل أهمها في الآتي^(٣):

١. الاستعداد الشامل والكامل للحوار بكل أنواعه؛ من استعداد نفسي، وعلمي، ومهاري، وتوقع لأساليب وطرائق وحيل الطرف الآخر، ومعرفة تامة بظروف وأحوال موضوع الحوار والمتحاورين.

٢. مراعاة عوامل الزمان والمكان والظروف المناسبة.

٣. التجديد والتنوع وعدم الجمود على طريقة واحدة، مع الأخذ في الاعتبار:

أ. مراعاة الفروق الفردية، واستخدام الأسلوب الأنسب بعد التعرّف على طبيعتهم، وخصائصهم، وأحوالهم.

ب. التريث وعدم المبادأة، فمن الأفضل ألا يبدأ المستشار بالحوار بل يترك للطرف الآخر مجال الحديث؛ ليستشف أسلوبه، وطبيعته، وطريقته في التفكير.

ج. التنوع في استخدام الوسائل والأساليب: (وسائل تعليمية، ضرب الأمثلة، إثارة الأسئلة والاستفهام،...).

(١) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب تحريم الغيبة، ص ١١٣٠، رقم الحديث (٢٥٨٩).

(٢) للاستفادة، والاستزادة انظر: الحوار: آدابه ومنطلقاته وتربية الأبناء عليه، ص ٢٥، مرجع سابق.

(٣) انظر: المرجع السابق، ص ٨٧.

د. الابتعاد عن الاستطراد في الحديث والاستثثار بالكلام.

٤. استخدام أسلوب الحجة، بالأدلة والبراهين النقلية والعقلية، قال تعالى: ﴿وَقَالُوا لَنْ يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلَّا مَنْ كَانَ هُودًا أَوْ نَصْرِيًّا تِلْكَ أَمَانِيُّهُمْ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾^(١).

٥. إتقان فنون الإلقاء في الحوار، ومنها: (التأني والتمهل في الحديث، الأمور المهارة المتعلقة بالصوت ولغة الجسد واستخدام التقنية، الإنصات، التركيز على الأمور المهمة والبدء بها، فن إنهاء الحوار).

وبإجادة المستشار الدعوي ذلك يتمكن من إدارة حوار ناجح بعون الله تعالى، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على نتائج العملية الاستشارية.

ثالثاً: الإقناع^(٢) والتأثير^(٣):

يُعد الإقناع والتأثير من أهم الأساليب التي يتطلب على المستشار الدعوي إجادتها؛ إذ عدم اقتناع المستشير بتوجيه وإرشاد المستشار يؤثر على نجاح العملية الاستشارية.

وإتقان أسلوب الإقناع والتأثير يستلزم من المستشار الدعوي بذل الجهد في الإلمام بمقومات أسلوب الإقناع في المجال الدعوي، والتي منها التالي^(٤):

١. الاستيعاب: يلزم استيعاب مختلف عناصر الحياة النفسية للمستشير، فيعمل على تحريك عقله، ومشاعره، وعواطفه؛ فيتم إقناعه والتأثير عليه، باختيار الأسلوب المناسب؛ لذا يُراعى في الرسالة الإقناعية الآتي:

أ. تصميم الرسالة بحيث تجذب انتباه المستشير، من خلال: (التركيز على الموضوع الأكثر أهمية للمستشير، اختيار الوقت المناسب، العناية بالافتتاحية، تكرار النقطة

(١) (سورة البقرة، الآية: ١١١).

(٢) الإقناع: هو "فعل متعدد الأشكال يسعى لإحداث تأثير أو تغيير معين في الفرد أو الجماعة". (هندسة الحوار والإقناع، ص ١٤٢، د. مصطفى يوسف كافي، ط [الأولى، ١٤٣٦هـ-٢٠١٥م، دار حامد، عمان]).

(٣) التأثير: هو "إيقاء الأثر في الشيء". (مختار الصحاح، مادة الهمزة، ص ١٣، مرجع سابق).

(٤) انظر: الإقناع في الدعوة إلى الله، ص ١٤٣-١٦١، مرجع سابق.

المركزية محل الإقناع بتنوع الأسلوب والطرح، دفع المستشار للمشاركة في الطرح والتصور للمشكلة والعلاج، التنوع بين الأسئلة المفتوحة والمغلقة حسب الاحتياج، الاستماع الفعال والتأكيد على الاستيعاب لاحتياجات المستشار بتلخيص نقاط حديثه خلال اللقاء^(١).

ب. الحرص على أن يثير موضوع الإقناع في المستشار الشعور بالحاجة له.

ج. التنوع في استخدام الوسائل والأساليب: (وسائل تعليمية، ضرب الأمثلة، إثارة الأسئلة والاستفهام،...).

د. العناية بالوسيلة التي تحمل الرسالة الإقناعية وأسلوب طرحها، بما يتناسب مع حال المستشار، أو الفئة المستهدفة، بحسب ثقافتهم، ونوعيتهم، وسنهم، لتحقيق الغرض من تقديم المشورة.

وعند التأمل في القرآن الكريم باعتباره أسلوب عرض الدعوة، والمثل الأعلى في قوة التأثير والإقناع والجذب، نجد المشركين قاوموه؛ لمعرفتهم قوة تأثيره في النفوس، قال تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ﴾^(٢)؛ لذلك الرسالة الإقناعية تتطلب من المستشار الدعوي علماً راسخاً، ومهارة شخصية، وخبرة، وقدرة على استيعاب المستشارين كماً وكيفاً، وهذه القدرة تختلف من مستشار لآخر، إلا أن كل مستشار لا بد أن يتمتع بحد أدنى من هذه القدرة، وإلا كان مُنفراً عن دين الله تعالى.

٢. التمييز بين الإقناع والإكراه في الأسلوب: فالقيم لا تُفرض على الناس فرضاً، بل يُقنعون طواعية بها، قال تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ﴾^(٣)، والتفريق بين ذلك يتضح من أن: الرسالة الإكراهية تصدر من جهة لها القدرة في

(١) انظر: فن الإقناع، ص ١٧٦، ٢٢١، هاري ميلز، ط [الأولى، ٢٠٠١م، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية].

(٢) (سورة فصلت، الآية: ٢٦).

(٣) (سورة البقرة، الآية: ٢٥٦).

التحكم المباشر بالعقوبة، في حين الرسالة الإقناعية لا يتحكم المستشار في مقدار الإثابة أو العقاب، والمستشير له حرية الخيار في الأخذ بموضوع الإقناع أو إهماله.

٣. القدرة اللفظية: باستخدام الكلمات المناسبة، والبدء بنقاط الاتفاق، والبعد عن الجدل، وإظهار الثقة والتقدير للطرف الآخر، واعتماد الموضوعية في الطرح، والتركيز على الأفكار الجوهرية في الموضوع، واستخدام ألفاظ الربط للانتقال من فكرة إلى أخرى، مثل: (بما أن، إذن، وحيثما يكون، بناء عليه، بالمقارنة، ويترتب على ذلك...)؛ فهذه الألفاظ تسهم في تأكيد معنى، أو تضيف إليه جديداً، أو توضح نتيجة^(١).

٤. اللباقة: وتعني المهارة في التعبير عن الرأي مع مراعاة مشاعر الآخرين، واحترام آرائهم، من خلال: (التعريض دون التصريح، اللين دون الشدة، النصيحة دون الفضيحة).

٥. التعبير الجسمي: ويقصد به المواءمة بين الكلمات وتعبيرات الجسم؛ من: الوجه، أو اليدين، أو الرأس؛ لأن التعبير الجسمي يسهم في توضيح وشرح كثير من القضايا، فيظهر الحماس، ودرجة الاهتمام، والثقة بما يقول.

٦. طلاقة الوجه: من المقومات التي تفتح للمستشار الدعوي قلوب المستشيرين، وتجعل له قبولاً، وتسهم بشكل كبير في إقناع الطرف الآخر برأيه.

والمستشار الدعوي يعتمد على مصادر (الكتاب، والسنة، وأقوال السلف الصالح): كونها ثابتة مصداقيتها، وموثوقاً بها؛ فإذا أحسن الاستدلال بها نجح في تقوية حجته، وإقناعه وتأثيره في الآخرين؛ لذا يلزمه الانطلاق من هذا الجانب، مع الاستفادة من العلم الحديث في استخدام وسائل الإقناع والتأثير وأساليبهما.

رابعاً: إثارة الأسئلة والاستفهام:

يستخدم المستشار الدعوي أسلوب إثارة الأسئلة والاستفهام لتعميق المقابلة، وإثرائها، وتوسيع مداها للوصول إلى الحلول المناسبة للمشكلة؛ فمن خلال التساؤل يصل المستشار إلى

(١) انظر: الإقناع، ص ٢٣، أحمد محمد عطيات، ط [الأولى، ٢٠١٢م، دار أمواج، عمان].

معرفة ما لا يعرف، فكل البيانات والمعلومات التي يحصل عليها من خلال وسيلة المقابلة ما هي إلا حصيلة مجموعة الأسئلة المقدمة من قبل المستشار^(١)؛ لذا يلزم العناية بجانب إتقان مهارة استخدام هذا الأسلوب، والحذر من الوقوع في بعض الأخطاء الشائعة في صياغة وطرح الأسئلة، مثل^(٢):

١. الأسئلة الإيجابية: وهي الأسئلة التي تُطرح بطريقة تجعل المستشار يدلي بإجابة معينة يرغبها المستشار، وتُعرف بالأسئلة الإيجابية، التي هي في حقيقتها إجابات على شكل أسئلة.

٢. أسئلة نعم أو لا: وهي الأسئلة التي تبدأ بـ "هل"؛ لذا يفضل استخدام أدوات استفهامية أخرى، مثل: "ماذا، كيف".

٣. الأسئلة المزدوجة: ويتم من خلال طرح أكثر من سؤال في وقت واحد، أو طرح السؤال الثاني قبل أن يكمل المستشار إجابته على السؤال الأول، مما يؤدي إلى إرباكه، وعدم الحصول على معلومات مكتملة.

٤. أسئلة "لماذا": وهي من أكثر أنواع الأسئلة صعوبة على المستشار؛ لأنها تتضمن افتراض وجود مقدرة تحليلية لديه، وهذا يتنافى مع حاجة المستشار للاستشارة؛ فلو كانت لديه هذه المقدرة لما لجأ لطلب المشورة.

خامساً: ضرب المثل:

يحتاج المستشار الدعوي لاستخدام أسلوب ضرب المثل أثناء العملية الإرشادية والتوجيهية، وذلك للتوضيح والإقناع والتأثير، وهو أسلوب قرآني، قال تعالى: ﴿أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تَدْخُلُوا الْجَنَّةَ وَلَمَّا يَأْتِكُم مَثَلُ الَّذِينَ خَلَوْا مِنْ قَبْلِكُمْ مَسَّتْهُمُ الْبَأْسَاءُ وَالضَّرَاءُ وَزُلْزَلُوا حَتَّى يَقُولَ

(١) انظر: دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفي، مهارات الاستماع والإنصات وآلية طرح الأسئلة على المسترشد، ص ١٤٥، د. خالد حجر، إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(٢) انظر: المرجع السابق، ص ١٤٩.

الرَّسُولُ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا مَعَهُ، مَتَى نَصُرَ اللَّهُ أَلَا إِنَّ نَصْرَ اللَّهِ قَرِيبٌ ﴿٢١٤﴾^(١)، وكان الرسول ﷺ يستعين على توضيح توجيهاته الدعوية بضرب المثل مما يشاهده الناس بأعينهم، ومما يقع تحت حسّهم ومشاهدتهم؛ لينتقل بالناس في ضرب الأمثال من الصورة إلى الحقيقة^(٢)، ومن ذلك:

حديث الثُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رضي الله عنه، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: «مَثَلُ الْقَائِمِ عَلَى خُدُودِ اللَّهِ وَالْوَاقِعِ فِيهَا، كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوا عَلَى سَفِينَةٍ، فَأَصَابَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا، فَكَانَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا اسْتَقَوْا مِنَ الْمَاءِ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ، فَقَالُوا: لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِي نَصِينَا حَرْقًا وَلَمْ نُؤْذِ مَنْ فَوْقَنَا، فَإِنْ يَتْرَكُوهُمْ وَمَا أَرَادُوا هَلَكُوا جَمِيعًا، وَإِنْ أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ نَجَوْا، وَنَجَّوْا جَمِيعًا»^(٣)، وحديث أَبِي مُوسَى الْأَشْعَرِيِّ رضي الله عنه، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: «مَثَلُ الَّذِي يَقْرَأُ الْقُرْآنَ: كَالْأُتْرَجَةِ طَعْمُهَا طَيِّبٌ، وَرِيحُهَا طَيِّبٌ، وَالَّذِي لَا يَقْرَأُ الْقُرْآنَ: كَالْتَّمَرَةِ طَعْمُهَا طَيِّبٌ وَلَا رِيحَ لَهَا، وَمَثَلُ الْفَاجِرِ الَّذِي يَقْرَأُ الْقُرْآنَ: كَمَثَلِ الرِّيحَانَةِ رِيحُهَا طَيِّبٌ، وَطَعْمُهَا مُرٌّ، وَمَثَلُ الْفَاجِرِ الَّذِي لَا يَقْرَأُ الْقُرْآنَ: كَمَثَلِ الْخُنْطَلَةِ طَعْمُهَا مُرٌّ، وَلَا رِيحَ لَهَا»^(٤).

فالمستشار الدعوي يضرب المثل بالتجارب السابقة للدعاة والمؤسسات الدعوية في الميدان؛ لتقديم المشورة الصائبة في القضايا المتماثلة، ويضرب المثل بأحوال المدعويين في المسائل المتقاربة لتوظيفها في إيجاد الحلول المناسبة، ويستفيد من أمثلة الكتاب والسنة والسلف الصالح، التي اشتملت على عدد من الخصائص، منها^(٥):

١. الدقة والواقعية: فيلحظ على المثل القرآني دقته الفريدة المؤثرة، فهو سبحانه في كتابه العظيم دائماً لا يمثّل بالغريب، وإنما يتخير من المحسوسات الموجودة، ويجليها بأوصافها،

(١) (سورة البقرة، الآية: ٢١٤).

(٢) انظر: صفات الداعية، ص ٩٧، مرجع سابق.

(٣) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب الشركة، باب هل يقرع في القسمة والاستهام فيه؟، ص ١٩٦، رقم الحديث (٢٤٩٣).

(٤) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب فضائل القرآن، باب فضل القرآن على سائر الكلام، ص ٤٣٥، رقم الحديث (٥٠٢٠).

(٥) انظر: الدعوة الإسلامية: أصولها ووسائلها، ص ٣٧١، د. أحمد أحمد غلوش، ط [الثانية، ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م، دار الكتاب المصري، القاهرة].

ويضعها في المثال شاهدة، واضحة على ما يريد ذكره وبيانه، ومن ذلك قوله تعالى:

﴿مَثَلُ الَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ أَوْلِيَاءَ كَمَثَلِ الْعَنْكَبُوتِ اتَّخَذَتْ بَيْتًا وَإِنَّ أَوْهَنَ الْبُيُوتِ لَبَيْتُ الْعَنْكَبُوتِ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ﴾^(١).

٢. التأثير النفسي: يراعى فيه روعة التصوير، واختيار ما يؤثر في النفس، فحينما يُقصد تحقير الشيء يضرب له المثل الذي يثير في النفس اشمئزازاً ونفرة.

٣. الترغيب والترهيب: يهدف المثل إلى التأثير في المدعويين عن طريق ترغيبهم في الخير والثواب، وترهيبهم من الشر والعقاب، عن طريق استعراض طوائف الناس تجاه الدعوة، وبيان مآل كل طائفة.

سادساً: العصف الذهني^(٢):

يأتي أسلوب العصف الذهني في مقدّمة الأساليب الإرشادية المستخدمة في: معالجة المشكلات، اتخاذ القرارات، تطوير العمل الدعوي، بناء فريق العمل وإضفاء الحيوية عليه، وبالإمكان أن يمارسها المستشار لوحده، إلا أنها تكون أكثر فاعلية إن مارسها المستشار في وسط مجموعة من المستشارين الدعويين أو الدعاة، بحيث يتراوح أعدادهم بين (١٠-١٥) شخصاً، وتدار جلسة العصف الذهني وفق الآلية الآتية:

١. يوضح مدير الجلسة الهدف من اللقاء، والهدف من ممارسة أسلوب العصف الذهني، وبذلك يوضح الموضوع المطروح لتقديم الأفكار والمقترحات.

٢. تحديد مدة وقت الجلسة، كأن تكون ساعة على سبيل المثال.

٣. يُكلف أحد الحاضرين بتدوين المقترحات التي تقدّم أثناء الجلسة.

٤. يطلب من الحضور النطق بالفكرة أو المقترح الذي يرد على خاطرهم من دون محاولة تنقيح وتهذيب صياغته مع أنفسهم، وهو ما يترتب عليه إطلاق الأفكار والمقترحات

(١) (سورة العنكبوت، الآية: ٤١).

(٢) انظر: مهارات إدارية، ص ٨٥، مرجع سابق.

بسرعة.

٥. لا يلتزم مراعاة تسلسل جلوس الحاضرين عند إعطاء فرص الكلام.

٦. لا يسمح بالنقد والتعليق السلبي على أي مقترح.

٧. يمنع في المرحلة الأولى للجلسة مناقشة جدوى المقترحات المطروحة.

٨. قيام مدير الجلسة بتنشيط الحاضرين عند ملاحظة فتور واضح في طرح الأفكار، من خلال: إعادة صياغة المطلوب من الحاضرين، أو الاستفسار عن آراءهم عن جانب معين من الموضوع، ثم يأخذ آراءهم عن الجوانب الأخرى تبعاً.

٩. يجتمع عدد كبير من المقترحات في نهاية الجلسة يفوق توقعات الحاضرين؛ لذا يُحدد مدير الجلسة موعداً قريباً للقاء آخر، بحيث تحضر كافة المقترحات مدونة على أوراق وتأخذ أرقاماً تسلسلية.

١٠. يطلب مدير الجلسة من الحاضرين اختيار مجموعة من المقترحات - المثبتة كتابة - تشكل حوالي (١٠-٢٠) بالمئة من مجموع المقترحات، كأفضل المقترحات المناسبة، ويمكن رفع أو تخفيض النسبة المشار إليها بناء على كمية المقترحات المتوفرة.

١١. يقوم كل فرد من أعضاء المجموعة بتسجيل اختياراته على ورقة مستقلة، وتسلم لمدير الجلسة.

١٢. تراجع كافة أوراق عملية الاختيار؛ للبحث عن المقترحات التي حظيت بأوسع قبول من الحضور.

١٣. يتم فرز المقترحات التي حصلت على أعلى الأصوات ومن ثم عرضها على لجنة مختصة - قد تكون مُشكلة من فريق العمل الذي قام بعملية العصف الذهني -؛ لتمحيصها وتقييمها، وفقاً للمعايير الموضوعية للاختيار.

ومن خلال العرض السابق لوسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه، تتضح آلية استقبال وتقديم الاستشارة الدعوية لطالبيها من المؤسسات والأفراد.



المبحث الرابع

مشكلات العمل الاستشاري الدعوي

تمهيد:

تنبثق أهمية استعراض مشكلات العمل الاستشاري الدعوي في طور الحديث عن محدداته؛ لأخذها في الاعتبار عند مزاوله العمل الاستشاري والاستفادة منها في تطويره ونجاحه، سواء عند تقديم المشورة والرأي، أو طلب الاستشارة؛ منعاً لتكرار تلك المشكلات وما ينتج عنها من عقبات على كافة أطراف العملية الاستشارية، فقد قال حذيفة بن اليمان رضي الله عنه: كان الناس يسألون رسول الله ﷺ عن الخير، وكنت أسأله عن الشر مخافة أن يدركني^(١). ويتم خلال هذا المبحث استعراض أبرز صور ذلك^(٢)، والتي تم استنباطها في ضوء الطرح السابق لمسؤوليات المستشار الدعوي، وواقع الجهود غير المنظمة للاستشارات الدعوية على المستويين المؤسسي والفردى، على النحو الآتي:

المطلب الأول: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي.

المطلب الثاني: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي.

(١) أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب المناقب، باب علامات النبوة في الإسلام، ص ٢٩٣، رقم الحديث (٣٦٠٦).

(٢) تم استخلاص بعض المشكلات محتملة الوقوع، بناء على القراءة الواسعة في التجارب الاستشارية في مختلف المجالات، والاطلاع على بعض الاستشارات الدعوية المنشورة.

المطلب الأول: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي:

يواجه العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي بعض المشكلات التي من شأنها التأثير على تحقيق النجاح والغاية منه في تحسين أداء العمل الدعوي، منها ما يتعلق بالمستشار، ومنها ما يتعلق بالمستشير، ويتمثل أبرزها في التالي:

أولاً: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشار:

تتمثل أبرز مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشار في التالي:

١. صعوبة الوصول للمستشار الدعوي وفق الخبرات المراد الاستفادة منها؛ وذلك لعدم وجود تعريف كافٍ بخبرات المستشارين الدعويين^(١) أسوة بالمستشارين في المجالات الأخرى، وهو ما يعيق المؤسسة طالبة الاستشارة في اختيار المستشار المناسب لنوع الاستشارة المطلوبة لتحقيق الجودة في الأداء الدعوي.

٢. ضعف القدرات المهنية للمستشار، جراء: (عدم التدريب المهني المناسب، عدم مناسبة تخصصه وخبرته للمهمة محل الاستشارة، عدم تناسب قدراته مع حجم العمل المكلف به)، الأمر الذي قد يترتب عليه إحراج الجهة المسؤولة عن تكليفه، والإساءة لسمعته الاستشارية، ومصداقيته، والثقة به مستقبلاً.

(١) حيث لا توجد معلومات متاحة عن الخبرات الدعوية والاستشارية لأعضاء هيئة التدريس بقسم الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية معلنه في موقعها. (انظر: موقع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، <https://members.imamu.edu.sa>). وكذلك لا توجد معلومات متاحة عن الخبرات الدعوية والاستشارية لأعضاء هيئة التدريس بقسم الدعوة والثقافة الإسلامية بالجامعة الإسلامية معلنه في موقعها. (انظر: موقع الجامعة الإسلامية، <http://www.iu.edu.sa>). أما جامعة أم القرى فيوجد في موقعها معلومات متاحة عن الخبرات الدعوية لمعظم أعضاء هيئة التدريس بقسم الدعوة والثقافة الإسلامية، إلا أنه غير متوفر خبراتهم الاستشارية، عدا "د. حمود بن جابر الحارثي" الذي وضح خبراته الاستشارية. (انظر: موقع جامعة أم القرى، <https://uqu.edu.sa>، مرجع سابق).

٣. ضعف استشعار المستشار بمسؤولية آرائه وتوجيهاته الدعوية، وتحمل نتائجها السلبية، الأمر الذي يؤدي إلى تقديم آراء تقليدية غير مدروسة، ومبدول فيها الجهد المناسب لتحقيق هدف الجهة طالبة الاستشارة.

٤. جهل المستشار بواقع عمل المؤسسة، وعدم جمع معلومات واضحة عن طبيعة نشاطها الدعوي وآليته، الأمر الذي قد ينتج عنه تقديم مقترحات غير واقعية لا يمكن تطبيقها والاستفادة منها.

٥. القصور في جانب متابعة تنفيذ المؤسسة طالبة الاستشارة توجيهات ومقترحات المستشار، وهو ما يشنت الجهود الاستشارية الدعوية، ولا يعكس أثرها الإيجابي على المجتمع الدعوي.

ثانياً: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشير:

تتمحور أهم مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشير في الآتي:

١. عدم وضوح هدف الاستشارة للجهة طالبة الاستشارة؛ فتطلب أمراً يختلف عن حاجة المؤسسة والمراد الحقيقي لها، مما يضيع الجهد الاستشاري في مسار مخالف، وينتج عنه تفاجؤ تلك الجهة بالتقرير النهائي نتيجة الاستشارة غير الواضحة.

٢. تخوف بعض القيادات العاملة في المؤسسة طالبة الاستشارة من أن المهمة الاستشارية للمستشار غطاء لمهمة رقابية، مما قد ينتج عنه مقاومة التغيير ومحاولة إيقاف تلك المهمة أو تضليلها بمعلومات غير صحيحة، وذلك يعود لعدم إدراكهم للدور الحقيقي للمستشار، وأساليب تطوير العمل الدعوي، وأثر الاستشارة الإيجابي على إدارة المؤسسة والعاملين فيها.

٣. رفض بعض العاملين في المؤسسة طالبة الاستشارة توجيهات المستشار باعتبار أن ذلك يُعدّ اتهاماً وتقليلاً من قدراتهم، واعترافاً من المؤسسة بعجزهم وحاجتهم إلى من يرشدهم

ويعلمهم، خاصة إذا كان المستشار مساوياً لهم في المؤهل العلمي، وتاريخ الحصول عليه، أو يصغرهم سناً، وذلك يرجع لعدم تفهمهم أهمية الاستشارة لنجاح العمل الدعوي، وإهمالهم الخبرة والقدرات الشخصية التي يمتلكها المستشار.

٤. انتقال إدارة المؤسسة طالبة الاستشارة قبل إنجاز المهمة الاستشارية، مما قد يعيق متابعة تنفيذ المهمة، خاصة إذا كانت الإدارة الجديدة لا تؤيد فكرة الاستشارة في الموضوع المطروح، ولا ترى جدواها لتطوير العمل الدعوي.

المطلب الثاني: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي:

يتطلب العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي التنبيه لبعض المشكلات التي قد تواجهه، وتؤثر سلباً على نجاحه، ويتمثل أهمها في الآتي:

أولاً: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشار:

تتمثل أبرز مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشار في التالي:

١. التصدر للاستشارة الدعوية بصورة تطوعية قبل التأهل لذلك ذاتياً ومهارياً، وهو ما قد ينتج أخطاء وسلبات في معالجة المشكلات الدعوية، جراء آراء وتوجيهات غير مسؤولة.

٢. ضعف التوجيه الدعوي المنظم، والمنضبط وفق آلية محددة مخطط لها، الأمر الذي من شأنه أن يؤثر على إمكانية قياس النتائج، وتقويمها لمعالجة الوضع القائم، والارتقاء به للأفضل.

٣. تقديم المشورة الدعوية بأسلوب غير مناسب؛ لا يُراعى فيها قدرات ومهارات واحتياجات طالب الاستشارة، مما يُشعر المستشار بثقله، وعدم تقبل المستشار له، الأمر الذي يترتب عليه تنفيره من الاستمرار ومتابعة الاستشارة لتحقيق الهدف منها.

٤. عدم متابعة المستشار لوضع المستشار بعد تقديم التوجيه والإرشاد له، وبالتالي انقطاع التواصل بينهما قبل التوصل إلى النتائج المطلوبة، وهو ما ينعكس سلباً على تحقيق الهدف والغاية من العملية الاستشارية في تصحيح المسار الدعوي، وآفة ذلك العجلة من كلا الجانبين.

ثانياً: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشير:

تتمحور أهم مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشير في الآتي:

١. عدم استيعاب المستشار لمفهوم الاستشارة الدعوية وحدودها، ويظهر من خلال الخلط بين الاستشارة الشرعية والدعوية والأسرية، وعدم تقبله اعتذار المستشار الدعوي عن استقبال استشارته لخروجها عن دائرة اختصاصه، مما يضطر بعض المستشارين التوسع في مجال الاستشارة الدعوية وتجاوز حدودها إلى مجالات ليست من اختصاصهم، ولا شك أن ذلك لا يخدم المستشار، وربما حصل على مشورة غير مجدية، ولا تخدم العمل الدعوي.

٢. تحوير التوجيه والإرشاد المقدم له دون الرجوع إلى المستشار في ذلك، وهو ما يُغير في النتائج، ويؤثر على نجاح العمل الدعوي.

٣. تعلّق المستشار بالمستشار في بعض الحالات بعلاقة شخصية، ينشأ من وراءها الاستمرارية، والحصول على ميزة خاصة تختلف عن باقي المستشارين، الأمر الذي يؤدي إلى البعد عن هدف الاستشارة الدعوية، وتحميل المستشار عبء الاهتمام بتلك العلاقة، وعدم الانشغال عنها، والتخوف من ردود فعل عكسية في حالة محاولة إنهاؤها.

٤. استشارة المستشار أكثر من مستشار دعوي في الموضوع نفسه، مما يُعسر عملية الاستجابة والتغيير للأفضل، نظراً لتعدد الآراء والتوجيهات التي تختلف باختلاف الفهم، والاستيعاب، وطريقة العرض.



المبحث الخامس

عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي

تمهيد:

يحتاج القائم بالعمل الاستشاري الدعوي والمستفيد منه الاطلاع على عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي التي من شأنها اختصار الجهد والوقت لجني ثمار الاستشارة الدعوية، سواء على المستوى الرسمي، أم المستوى الفردي، وذلك للعمل بها، والاستفادة منها، والتي تم استقراءها من الطرح السابق لمسؤوليات المستشار الدعوي، وواقع الجهود غير المنظمة للاستشارات الدعوية على المستويين المؤسسي والفردي، ويمكن استعراضها على النحو الآتي:

المطلب الأول: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي.

المطلب الثاني: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي.

المطلب الأول: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي:

ترتكز أهم عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي - ما يتعلق منها بالمستشار، وما يختص منها بالمستشير - في الآتي:

أولاً: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشار:

تتمثل أبرز عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشار في التالي:

١. التزام عقد الاستشارة، سواء كان العمل تطوعياً أم بمقابل مادي، والتقييد بأركانه وشروطه، والذي بموجبه تتحدد التزامات مقدم الاستشارة وطالبها، بهدف الوصول للجودة في العملية الاستشارية الدعوية، التي يترتب عليها تحقيق نتائج إيجابية لكافة الأطراف المشتركة.

٢. فهم المستشار اتجاهات العاملين في المؤسسة طالبة الاستشارة لطريقة تقييمهم لمؤهلاته وقدراته؛ ليتمكن من تحديد كيفية تقديم نفسه لهم دون أن يركز على بعض المؤهلات أو المهارات التي قد تؤدي إلى نتائج عكسية في تقبل آرائه وتوجيهاته، مع الحرص على أن يكون تعامله مع العاملين كزملاء، وليست علاقة رئيس ومرؤوس.

٣. الشفافية والوضوح مع العاملين في المؤسسة طالبة الاستشارة منذ اللقاء الأول، من خلال: تحديد طبيعة علاقة المستشار بالإدارة العليا، دوره في التقييم من عدمه، صلاحياته الممنوحة له في مجال تقديم الآراء والتوجيهات ومتابعة التنفيذ، وهو ما يساعد على تهيئة بيئة مناسبة لتقديم الاستشارة الدعوية، وتحقيق أهدافها.

٤. التحقق من مدى وضوح هدف الاستشارة لدى الجهة طالبة الاستشارة، وفهمهم للمصطلحات المتداولة أثناء عقد لقاء الاتفاق، مع مراعاة أن يتم ذلك بطريقة غير مباشرة منعاً للإحراج.

٥. العمق في الطرح عند تقديم الرأي والتوجيه لمعالجة المشكلة الدعوية، وعدم الاكتفاء

بالمعالجة السطحية، والاستفادة من منهج ابن تيمية رحمه الله في ذلك^(١)؛ "حيث كان يُناقش الشبه المطروحة بأوسع مما عرضها أصحابها، ولا يقف عند حدود الشبهة التي طرحها الخصم، بل يردّها من أصولها، ويتوسع في مناقشة كل ما يتعلق بها من شبه حتى يبعد عن ذهن المتلقي الشبهة المطروحة، ويثبت الرد الوافي لتلك الشبهة، ويعلم أصول المسألة"^(٢).

٦. الاهتمام بجانب معالجة المشكلات المعاصرة الأكثر احتياجاً من قبل المجتمع، مثل ما يتعلق بالأمن الفكري^(٣)، الذي يحتاج مزيد عناية بتأهيل دعاة أصحاب خبرة في معالجة ما يشوب بعض الأفراد من انحرافات فكرية دخيلة، خاصة في هذا الوقت الذي أُستهدف فيه كثير من الشباب في مختلف الدول العربية والإسلامية لتشويه معتقداتهم، وولائهم لحكامهم، مما زادت معه الحاجة إلى مساندة المستشارين الدعويين الجهات الأمنية والسياسية في هذا المجال؛ لتخليص العقول وتنقيتها مما شابها من شبهات وانحرافات فكرية^(٤).

٧. عدم الانشغال بتحليل الوضع القائم للمؤسسة طالبة الاستشارة وإعطائه جهداً أكبر

(١) انظر: منهاج السنة النبوية في نقض كلام الشيعة القدرية، ابن تيمية، تحقيق: د. محمد رشاد سالم، ط [د (ر.ت)، دار الفضيلة، الرياض].

(٢) انظر: منهج شيخ الإسلام ابن تيمية الحراني في كتابه (منهاج السنة) للرد على الرافضة، د. أنس سليمان النابلسي، موقع ملتقى أهل الحديث، <http://www.ahlalhdeth.com>.

(٣) يُقصد بالأمن الفكري: "حماية المنظومة الفكرية، والعقدية، والثقافية، والأخلاقية، والأمنية للفرد والمجتمع؛ بما يكفل الاطمئنان التام إلى سلامة الفكر من الانحراف الذي يشكل تهديداً للأمن الوطني أو أحد مقوماته". (نحو مجتمع آمن فكرياً، ص ١٠٤، د. عبدالحفيظ عبد الله المالكي، ط [الأولى، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض]).

(٤) حيث "يحقق الأمن الفكري للأمة التلاحم والوحدة في الفكر والمنهج والغاية". (الأمن الفكري، الشريعة الإسلامية وأثرها في تعزيز الأمن الفكري، ص ١٧، د. عبد الرحمن بن عبدالعزيز السديس، ط [د (ر)، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض])؛ "ويُسبب الانحراف الفكري انتشار الفتن، وفقدان الأمن، وظهور الفرق والانشقاق، وحصول القلاقل بما يحدثه من الاعتداء على الناس في عقولهم، وأنفسهم، وأموالهم، وأعراضهم، ومكتسباتهم". (محددات الشرطة المجتمعية، ص ١٨١، د. علي بن فايز الجحني، ط [الأولى، ١٤٣٠هـ-٢٠٠٩م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض]).

على حساب تقديم الحلول والبدائل لعلاج المشكلات الدعوية، الأمر الذي يُسهم في التوازن، والإنجاز السريع الفاعل.

٨. مواكبة الاستشارة الدعوية التطور العالمي في استخدام أحدث الوسائل والأساليب الاستشارية المتاحة، التي تُسهّل تقديم المشورة والرأي الدعوي، وتخدم طالبه من المؤسسات والأفراد بجودة عالية، ووقت وجيز.

ثانياً: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشير:

تتمحور أهم عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي فيما يتعلق بالمستشير في الآتي:

١. العناية بجانب اختيار المستشار الدعوي الأكفأ؛ من حيث المؤهل والخبرات العملية، والمهارات والقدرات التي يمتلكها؛ لضمان نجاح العملية الدعوية بإذن الله تعالى.

٢. اهتمام المؤسسة طالبة الاستشارة بانتقاء موضوعات الاستشارة بعناية؛ بحيث تلائم احتياجاتها في مجال تطوير كوارها دعويًا، ويبنى ذلك وفق خططها الإستراتيجية.

٣. منح المؤسسة طالبة الاستشارة المستشار الحرية الكاملة في أداء المهمة الاستشارية، منعاً للتأثير على آرائه وتوجيهاته التي من المهم أن تتسم بالموضوعية، كما يلزمها توفير المعلومات اللازمة والكافية لتقديم الرأي الاستشاري، إضافة إلى أهمية التقيد والالتزام بآراء المستشار وتوجيهاته للارتقاء بمستوى العمل الدعوي للمؤسسة^(١).

(١) انظر: الإدارة الاستشارية ودور القضاء الإداري في الرقابة عليها، ص ٢٤٥ - ٢٥٥، د. حمدى أبو النور السيد عويس، ط [الأولى، ١٠١٥م، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية].

المطلب الثاني: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي:

تتمثل أهم عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي - ما يتعلق منها بالمستشار، وما يختص منها بالمستشير - في التالي:

أولاً: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشار:

تتمثل أبرز عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشار في التالي:

١. العناية بجانب التأهيل الذاتي والمهني للمستشار، خاصة ما يتعلق بالتأهيل العلمي للقيام بمهمة الإرشاد والتوجيه بالصورة المطلوبة، سواء العلم الشرعي، أو العلم بالأحوال المتعلقة بموضوع الاستشارة: ما يتعلق منها بالمستشير، والبيئة المحيطة التي تشمل المكان، والزمان، والمجتمع، والوسائل، والأساليب الاستشارية.

٢. المبادرة في تقديم الآراء والمقترحات الوقائية التي تخفف من الضغوط المستقبلية المتوقعة أثناء إدارة المستشير للمشكلات والأزمات؛ بحيث تكون لديه تهيئة لمواجهة كل ما يؤثر على العمل الدعوي.

٣. التخطيط والتنظيم للعمل الاستشاري الدعوي المستهدف للأفراد، وإعطائه الوقت الكافي، والجهد المناسب لدراسة مشاكل المستشارين قبل التسرع في تقديم التوجيه والإرشاد، والبعد عن الفوضوية في متابعة المستشيرين، وتقويم أدائهم بعد الاستشارة.

ثانياً: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشير:

تتمحور أهم عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي فيما يتعلق بالمستشير في الآتي:

١. جدية المستشير عند استشعاره للحاجة الاستشارية الدعوية، وذلك بإدراك جوانب القوة والضعف لديه في العمل الدعوي، والسعي الجاد لتعزيز جوانب القوة، ومعالجة جوانب الضعف، من خلال استشارة أهل الخبرة والاختصاص في مجال المشكلة.

٢. مشاركة المستشير المستشار الدعوي في التفكير في الحلول للمشكلة المطروحة، وهذا هدف الاستشارة: التعليم من خلال التوجيه والإرشاد، والتنمية الذاتية لطالب الاستشارة.

٣. متابعة الاستشارة الدعوية حتى إنجاز الهدف منها، وذلك وفق خطة مدروسة يتم اتفاق المستشار والمستشير عليها، لإمكانية استثمار التوجيهات والآراء المطروحة من قبل المستشار لوصول المستشير للكفاءة الدعوية المتميزة.

ومن خلال العرض السابق لمطالب الفصل، تتضح صورة الاستشارة الدعوية المنظمة، المنضبطة بمعايير وأسس، يلزم التقيد بها لتحقيق الهدف منها في تحسين جودة العمل الدعوي المؤسسي والفردي.



● الخلاصة:

ويمكن أن نستخلص من الطرح السابق لمباحث الفصل الأول ومطالبه عدداً من محددات العمل الاستشاري الدعوي، من شأنها أن تُسهم في تشكيل صورة العمل الاستشاري الدعوي كعلم وممارسة تطبيقية في أي مكان وزمان، والتي ينطلق منها استشراف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، والمتمثل أبرزها في الآتي:

١. يُسهم تحديد مفهوم العمل الاستشاري الدعوي بدقة باعتبار أركان الدعوة في توصيفه، وبالتالي منع تداخله مع مجالات استشارية أخرى يشترك معها في بعض المهام، مثل الاستشارات: (الشرعية، الاجتماعية، التربوية، النفسية، ...).

٢. تتطلب الاستشارة الدعوية التهيئة المناسبة للمستشار، سواء على المستوى الذاتي أم على المستوى المهني، باستشعار المسؤولية لتحقيق تلك المتطلبات، من خلال:

أ. التحلي بصفات تؤهل للقيام بمهمة الاستشارة الدعوية، منها: (الإخلاص، التقوى، العلم، حسن السمعة، الفطنة وجودة الفهم، دقة الملاحظة، استشعار المسؤولية، الخبرة، الواقعية، الحكمة، الأمانة، العدل، الصبر، الحلم، التواضع، الرفق واللين، البشاشة، التضامن والتعاون، علو الهمة، ...).

ب. امتلاك مهارات تُسهم في توصيل الرسالة الإرشادية والتوجيهية بصورة تجد قبولاً أسرع من قبل المتلقي، منها: (الفصاحة والبيان، الاستماع والإنصات، تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها، التخطيط الفعال، القدرة على ترتيب الأولويات، إدارة الوقت، مهارة التدريب، ...).

ج. التقيد بالقيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي، منها: (التزام عقد الاستشارة، التقيد بحدود العلاقة الاستشارية، الوضوح في إعلان المهارات الاستشارية، حق اتخاذ القرار، اقتصار العملية الإرشادية فيما هو في داخل دائرة الاختصاص، مراعاة التعليمات النظامية المتبعة في بلد المستشار، مراعاة اختلاف البيئات والعادات والأعراف والمستويات الاجتماعية والمالية، ...).

د. اتباع مراحل العملية الاستشارية الدعوية بدقة: (مرحلة الإعداد الداخلي للاستشارة الدعوية، مرحلة اختيار وتقييم المستشارين الدعويين، مرحلة تحديد المهمة الاستشارية الدعوية، مرحلة التخطيط للمهمة الاستشارية الدعوية، مرحلة جمع المعلومات، مرحلة تحليل البيانات ووضع التوصيات، مرحلة عرض وتقديم التوصيات، مرحلة التنفيذ، مرحلة المتابعة).

٣. تُقدّم الاستشارة الدعوية بصور مختلفة من الوسائل والأساليب، تبعاً لاختلاف أحوال المتقدمين بطلبها من المؤسسات والأفراد:

أ. تتمثل أبرز الوسائل المستخدمة لاستقبال الاستشارة الدعوية، وعرض الرأي والتوجيه في: (المقابلة الشخصية، الوسائل الكتابية، الهاتف، شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وما يلحق بها، القنوات الفضائية، الدراسات الاستشارية).

ب. تتمحور أهم الأساليب المستخدمة من قبل المستشار الدعوي لتقديم التوجيه والإرشاد في: (القدوة الحسنة، الحوار، الإقناع والتأثير، إثارة الأسئلة والاستفهام، ضرب المثل، العصف الذهني).

٤. يحتاج العمل الاستشاري الدعوي إلى تصور المشكلات التي قد تعترضه، عند مزاولة تقديم المشورة والرأي، أو طلب الاستشارة الدعوية بصورة واسعة؛ وذلك منعاً لتكرار تلك المشكلات وما ينتج عنها من عقبات على كافة أطراف العملية الاستشارية، والاستفادة منها في تحقيق التطوير والنجاح، وتتمحور أبرز تلك المشكلات في: (مفهوم الاستشارة الدعوية ومحدداتها، تنظيم العمل الاستشاري وضوابطه، التأهيل المهني للمستشار، آلية التعامل بين المستشار والمستشير).

٥. تتركز عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي التي من شأنها اختصار الجهد والوقت لجني ثمار الاستشارة الدعوية، سواء على المستوى الرسمي، أم المستوى الفردي في العناية بـ: (تأهيل

المستشار الدعوي وتحديد معايير اختياره، ضوابط العمل الاستشاري الدعوي، اختيار موضوعات الاستشارة، آلية تقديم الآراء والتوجيهات الدعوية، العلاقة بين طالب الاستشارة الدعوية ومقدمها).



الفصل الثاني

الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية

المبحث الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على

المستوى المؤسسي

المبحث الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على

المستوى الفردي

الفصل الثاني

الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية

يستلزم استشراف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية استقصاء الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، من خلال دراسة ميدانية تكشف مدى الحاجة لتنظيم العمل الاستشاري الدعوي، سواء على المستوى المؤسسي أو الفردي: (محاوّر الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي).

وهو ما تم في الدراسة الحالية؛ بإجراء مقابلات هاتفية وفق ثلاثة نماذج، استهدفت آراء: الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع تجاه تنظيم العمل الاستشاري الدعوي في المملكة العربية السعودية^(١)، ويأتي هذا بعد التأكد من واقع الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية^(٢)؛ ليستكمل بذلك تقويم العمل الاستشاري الدعوي.

ويناقش الفصل الحالي نتائج الدراسة الميدانية، التي تُعد إجابة للسؤال الثاني من الدراسة: "ما الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؟"؛ وذلك من خلال المبحثين، التاليين:

المبحث الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي.
المبحث الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي.

(١) سبق عرض إجراءات الدراسة الميدانية في مقدمة الدراسة الحالية ص ١٩.

(٢) تم إيضاح واقع الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية في مقدمة الدراسة الحالية ص ٣، كما تم التأكد من ذلك بسؤال طُرح على أفراد العينة في المقابلة الهاتفية.

المبحث الأول

الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي

تمهيد:

يتطلع القائم بالعمل الدعوي على المستوى المؤسسي إلى تنظيم العمل الاستشاري الدعوي بما يلبي احتياج مؤسسته، ويسهم في الارتقاء بأدائها؛ لتحقيق النجاح الدعوي في خدمة المجتمع.

وإدراكاً لأهمية التحديد الدقيق لمحاور الاستشارات الدعوية المؤسسية، وأسباب الاحتياج للعمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، والتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي بما يخدم العمل الدعوي المؤسسي، تم استقصاء ذلك من مختلف الجوانب، من خلال:

١. تقدير الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى؛ بحكم تقديمهم للاستشارات الدعوية.

٢. تقدير المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في جميع مناطق المملكة العربية السعودية الـ (١٣)؛ باعتبار تمثيلهم للجانب المؤسسي المستفيد من الاستشارات الدعوية.

٣. تقدير أفراد المجتمع في كافة مناطق المملكة العربية السعودية؛ باعتبارهم المستفيدين من الخدمات الدعوية المؤسسية، ومنهم من يعمل في تلك المؤسسات أو يشارك في أنشطتها الدعوية.

ويتم في المبحث الحالي عرض نتائج ذلك الاستقصاء، وفق المطالب التالية:

المطلب الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى.

المطلب الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات.

المطلب الثالث: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر أفراد المجتمع.

المطلب الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى:

عرضت الدراسة الميدانية النتائج في هذا المطلب بتناول جزئي: (البيانات الأولية لعينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي)، وذلك على النحو التالي:

أولاً: البيانات الأولية لعينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى:

شملت البيانات الأولية لعينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى: بياناتهم الشخصية، وبياناتهم المتعلقة بالاستشارات الدعوية، المتمثلة في الآتي:

١. البيانات الشخصية لعينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى:

كشفت الدراسة الميدانية البيانات الشخصية لأفراد العينة: (الجنس، الجنسية، الدرجة العلمية، المؤهل العلمي، التخصص، المهنة/جهة العمل، العمر، سنوات الخبرة في المجال الدعوي، سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي)، ويتضح تفصيل ذلك من الجداول والرسوم البيانية التالية:

جدول رقم (٨)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	٢٠	٣٠.٨
أنثى	٤٥	٦٩.٢
المجموع	٦٥	١٠٠

الرسم البياني رقم (١)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنس



يبين الجدول رقم (٨)، والرسم البياني رقم (١) توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنس؛ حيث مثلت نسبة الذكور (٣٠.٨) بالمئة، ونسبة الإناث (٦٩.٢) بالمئة من مجموع أفراد العينة، وذلك يرجع إلى أن التواصل مع الجانب النسائي من الخبراء أيسر مقارنة بالجانب الرجالي، بحكم توافق الجنس، ومشاركتهم في المجال الدعوي نفسه، لا سيما وأن الأداة المستخدمة هي (المقابلة) الهاتفية، والتي تحتاج إلى المناقشة والحوار مع أفراد العينة.

جدول رقم (٩)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة
سعودي	٦٢	٩٥.٤
غير سعودي	٣	٤.٦
المجموع	٦٥	١٠٠

الرسم البياني رقم (٢)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنسية



يتضح من الجدول رقم (٩)، والرسم البياني رقم (٢) الذي يبين توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنسية: أن (٩٥.٤) بالمئة من أفراد العينة من الجنسية السعودية، في حين كان تمثيل غير السعوديين (٤.٦) بالمئة فقط؛ وذلك يعود لأن التمثيل الدعوي في المملكة العربية السعودية يقوم به في الغالب المواطنون من الدعاة ذكوراً وإناثاً.

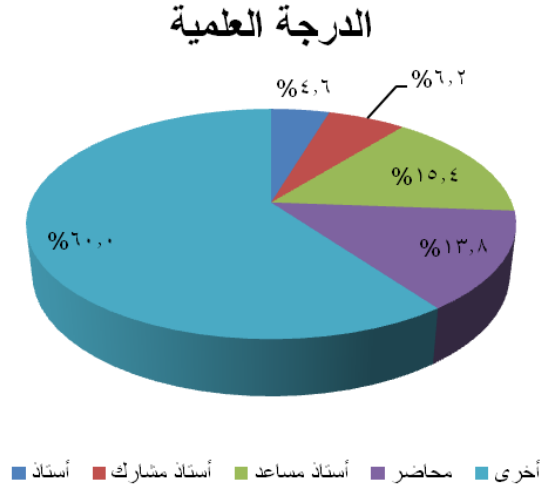
جدول رقم (١٠)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الدرجة العلمية

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة
أستاذ	٣	٤.٦
أستاذ مشارك	٤	٦.٢
أستاذ مساعد	١٠	١٥.٤
محاضر	٩	١٣.٨
أخرى	٣٩	٦٠
المجموع	٦٥	١٠٠

الرسم البياني رقم (٣)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الدرجة العلمية



يتبين من الجدول رقم (١٠)، والرسم البياني رقم (٣) الذي يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الدرجة العلمية أن ما نسبته (٦٠) بالمئة من أفراد العينة من الخبراء من غير الأكاديميين؛ ممن يخدم المجال الدعوي من خلال المؤسسات الدعوية أو بصورته الفردية، في حين جاء تمثيل الأكاديميين العاملين في المجال الدعوي بنسبة (٤٠) بالمئة، جاءت النسبة الأعلى من بينهم لدرجة أستاذ مساعد (١٥.٤) بالمئة؛ بحكم أنها هي الدرجة الأغلب لأعضاء هيئة التدريس، تلتها درجة محاضر (١٣.٨) بالمئة، ثم درجة أستاذ مشارك (٦.٢) بالمئة، وأستاذ (٤.٦) بالمئة.

جدول رقم (١١)

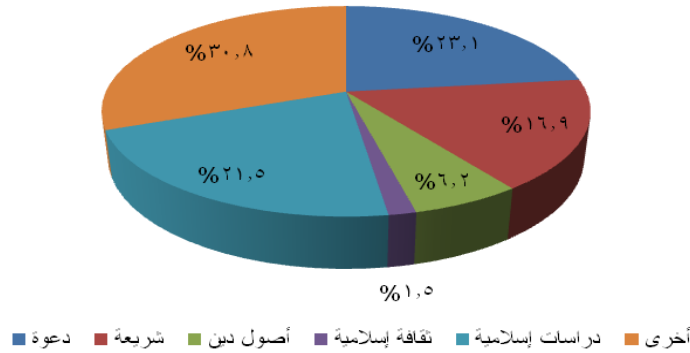
يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
دعوة	١٥	٢٣.١
دراسات إسلامية	١٤	٢١.٥
شريعة	١١	١٦.٩
أصول دين	٤	٦.٢
ثقافة إسلامية	١	١.٥
أخرى	٢٠	٣٠.٨
المجموع	٦٥	١٠٠

الرسم البياني رقم (٤)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق التخصص

التخصص



يكشف الجدول رقم (١١)، والرسم البياني رقم (٤) تنوع تخصصات أفراد العينة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى؛ إذ بلغت ما نسبته (٢٣.١) بالمئة دعوة، و(٢١.٥) بالمئة دراسات إسلامية، و(١٦.٩) بالمئة شريعة، و(٦.٢) بالمئة أصول دين، و(١.٥) بالمئة ثقافة إسلامية، وبقية أفراد العينة ما نسبته (٣٠.٨) بالمئة تنوعت تخصصاتهم خارج المجال الشرعي: (سياسة شرعية، لغة عربية، أصول التربية، مناهج وطرق تدريس، علم اجتماع، تخطيط إستراتيجي، إعلام، إدارة أعمال، محاسبة، علوم)، وهم العاملون في المؤسسات الدعوية؛ إذ لا يشترط لعملهم في المجال الدعوي التخصص الشرعي بصورة عامة أو التخصص الدعوي على وجه الخصوص؛ وذلك حسب إفادة المسؤولين العاملين في الميدان، ويكتفى

بوجود الهمة والرغبة الذاتية في خدمة العمل الدعوي؛ الأمر الذي يؤكد حاجتهم للاستشارة الدعوية.

كما وضحت الدراسة الميدانية في إجابة السؤال المفتوح حول (المهنة/جهة العمل إن وجد) تنوع المهن، وجهات العمل لأفراد عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله ما بين أعضاء هيئة التدريس في عدد من الجامعات: (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - من المعهد العالي للدعوة والاحتساب، والأقسام الشرعية -، جامعة أم القرى، جامعة الملك سعود، جامعة الأميرة نورة، جامعة الأمير سلطان، جامعة حائل، جامعة جازان)، وموظفين في عدد من الوزارات: (وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، وزارة العدل، وزارة التعليم)، إلى جانب عاملين وأعضاء في عدد من الجمعيات الخيرية والمؤسسات الدعوية، والإعلامية: (الجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم، مؤسسة وقف دعوتها، مؤسسة الإعمار، مركز البيضاء، مركز باحثات، إذاعة القرآن الكريم، إذاعة نداء الإسلام)، وهو ما ينعكس إيجاباً على سعة الرؤية؛ نظراً لتنوع التخصصات والمجالات الدعوية.

جدول رقم (١٢)

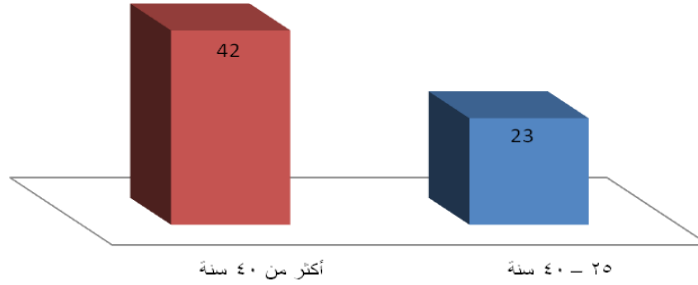
يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من ٢٥ سنة	٠	٠
٢٥ - ٤٠ سنة	٢٣	٣٥.٤
أكثر من ٤٠ سنة	٤٢	٦٤.٦
المجموع	٦٥	١٠٠

الرسم البياني رقم (٥)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق العمر

العمر



يبين الجدول رقم (١٢)، والرسم البياني رقم (٥) توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق العمر؛ حيث اتضح أن ثلثي العينة تقريباً تزيد أعمارهم عن (٤٠) سنة، بما نسبته (٦٤.٦) بالمئة، وهو ما يعطي انطباعاً عن حصافة ورجاحة الرأي المقدم المبني على تجربة دعوية في سن الرشد، في حين أن (٣٥.٤) بالمئة تتراوح أعمارهم ما بين (٢٥-٤٠) سنة، ولا يوجد أي من الخبراء ضمن العينة تقل أعمارهم عن (٢٥) سنة؛ إذ يندر تشكل خبرة دعوية في مثل هذا السن.

جدول رقم (١٣)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي

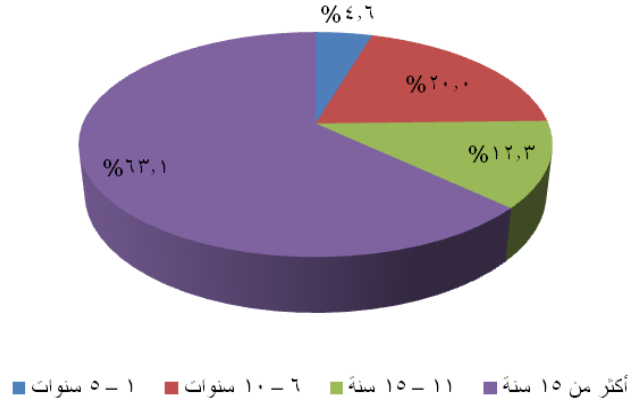
النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
٠	٠	أقل من سنة
٤.٦	٣	١ - ٥ سنوات
٢٠	١٣	٦ - ١٠ سنوات
١٢.٣	٨	١١ - ١٥ سنة
٦٣.١	٤١	أكثر من ١٥ سنة
١٠٠	٦٥	المجموع

الرسم البياني رقم (٦)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي

سنوات الخبرة في المجال الدعوي



يكشف الجدول رقم (١٣)، والرسم البياني رقم (٦) توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي؛ حيث كانت النسبة الأعلى لمن كانت عدد سنوات خبرتهم الدعوية تزيد عن (١٥) سنة بما نسبته (٦٣.١) بالمئة، أي ما يعادل ثلثي أفراد العينة؛ وهو ما يُبنى عليه رأي من واقع خبرة واسعة في الدعوة إلى الله تعالى، ومعرفة وافية بالاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، تلتها نسبة من خبرتهم تتراوح ما بين (١٠-٦) سنوات (٢٠) بالمئة، ومثلت من خبرتهم تتراوح ما بين (١٥-١١) سنة (١٢.٣) بالمئة، في حين جاءت نسبة من خبرتهم تتراوح ما بين (٥-١) سنوات (٤.٦) بالمئة فقط.

وهو ما يظهر ارتفاع خبرة أفراد العينة إجمالاً، وقد ظهر ذلك واضحاً أثناء إجراء المقابلات؛ إذ أسهم في تقديم آراء بناءة في استشراف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

جدول رقم (١٤)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي

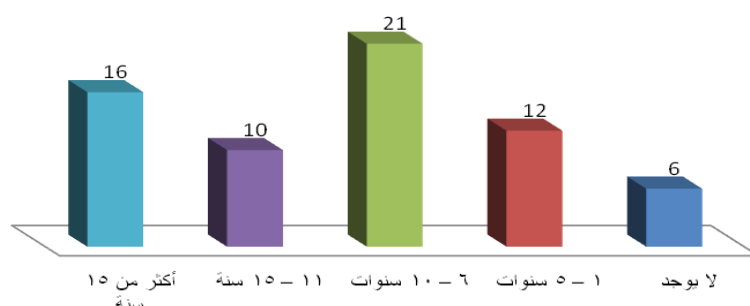
النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
٩.٢	٦	لا يوجد
٠	٠	أقل من سنة
١٨.٥	١٢	١ - ٥ سنوات
٣٢.٣	٢١	٦ - ١٠ سنوات
١٥.٤	١٠	١١ - ١٥ سنة
٢٤.٦	١٦	أكثر من ١٥ سنة
١٠٠	٦٥	المجموع

الرسم البياني رقم (٧)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي

سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي



يتضح من الجدول رقم (١٤)، والرسم البياني رقم (٧) ارتفاع نسبة من خبرتهم في المجال الاستشاري الدعوي تتراوح ما بين (١٠-٦) سنوات بما نسبته (٣٢.٣) بالمئة، أي ما يعادل ثلث أفراد العينة تقريباً، تلتها من خبرتهم تزيد عن (١٥) سنة (٢٤.٦) بالمئة، ويؤكد ذلك وجود الحاجة للاستشارة الدعوية، وتوفر من لديه خبرة واسعة في مجال تقديمها، كما جاءت نسبة من تتراوح خبرتهم ما بين (٥-١) سنوات (١٨.٥) بالمئة، ولم يوجد ضمن العينة من خبرته في المجال الاستشاري الدعوي أقل من سنة، في حين جاءت نسبة من ليست لديه خبرة

في مجال الاستشارات الدعوية (٩.٢) بالمئة؛ نظراً لاستشعارهم مسؤولية ذلك في ظل عدم التأهيل لهذه المهمة.

٢. البيانات المتعلقة بالاستشارات الدعوية لعينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى:

كشفت الدراسة الميدانية البيانات المتعلقة بالاستشارات الدعوية لأفراد العينة: (مفهوم الاستشارات الدعوية، تقديم الاستشارات الدعوية، نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية، واقع الاستشارات الدعوية)، ويتضح تفصيل ذلك من خلال عرض الجداول التالية:

جدول رقم (١٥)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق مفهوم الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	مفهوم الاستشارات الدعوية
٩٨.٥	٦٤	تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد
٢١.٥	١٤	تقديم الفتاوى الشرعية
٥٠.٨	٣٣	تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته
٨٩.٢	٥٨	تقديم برامج تأهيلية للدعاة
١.٥	١	مفاهيم أخرى

يتضح من الجدول رقم (١٥) مدى استيعاب أفراد العينة لمفهوم الاستشارات الدعوية، وعدم تداخله مع مجالات استشارية أخرى يشترك معها في بعض المهام، مثل الاستشارات: (الشرعية، الاجتماعية، التربوية، النفسية، ...)، وقد جاء الترتيب التنازلي للآراء على النحو التالي:

١. تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بما نسبته (٩٨.٥) بالمئة؛ وهو ما يظهر استيعاب معظم أفراد العينة لتمحور الاستشارات الدعوية في تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد القائمة بالعمل الدعوي.

٢. تقديم برامج تأهيلية للدعاة بما نسبته (٨٩.٢) بالمئة؛ وهو ما يكشف ارتفاع تأييد أفراد العينة لأن يكون من مهام المراكز الاستشارية الدعوية تأهيل الدعاة للقيام بالعمل الدعوي بكفاءة عالية.

٣. تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته بما يقارب نصف العينة (٥٠.٨) بالمئة؛ وهو ما يبين حجم التداخل الكبير بين مفهوم الاستشارات الدعوية والاستشارات الأسرية لدى الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي، وقد كان تبرير بعض أصحاب هذا الرأي لحاجة المجتمع لربط معالجة مشاكلهم الأسرية بالجانب الديني، وقلة المتخصصين في المجال الأسري الذي يُلبى هذا الاحتياج، إضافة إلى الثقة الممنوحة للدعاة في قدرتهم على معالجة كافة مشاكل المجتمع.

٤. تقديم الفتاوى الشرعية بما يقارب ربع العينة (٢١.٥) بالمئة؛ وهو ما يكشف تداخل مفهوم الاستشارات الدعوية بالاستشارات الشرعية؛ إذ المتخصص الشرعي أولى بالتصدي لهذه المهمة مقابل أن يتفرغ المستشار الدعوي للتركيز على تقديم التوجيه والإرشاد الذي يُحسّن من الأداء الدعوي، وهذا لا يمنع أن ينقل المستشار الدعوي الفتاوى الشرعية أثناء تقديمه التوجيه والإرشاد إلا أنه لا يكون مرجعاً لإصدار الفتاوى، وهو ما شاع فهمه لدى معظم أفراد المجتمع.

وقد أضاف أحد الخبراء مفهوماً آخر لمصطلح الاستشارات الدعوية، يتمثل في: طلب التوجيه من المتخصص الدعوي، واقتصار تقديم الاستشارة الدعوية على طالبها فقط. ويتضح من مجمل الآراء السابقة عدم وضوح مفهوم الاستشارات الدعوية لدى ما يُقارب نصف أفراد العينة من الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي وهم النخبة، وحاجته للتحرير الدقيق بحكم أنه مصطلح جديد الاستخدام، ولم يتم التحرير الدقيق لمفهومه.

جدول رقم (١٦)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق نوعية تقديم الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	نوعية تقديم الاستشارات الدعوية
٢٩.٢	١٩	للأفراد بصورة منظمة
٨٤.٦	٥٥	للأفراد بصورة غير منظمة
٥٢.٣	٣٤	للمؤسسات بصورة منظمة
٧٣.٨	٤٨	للمؤسسات بصورة غير منظمة
٩.٢	٦	لا أقدم الاستشارة الدعوية

يبين الجدول رقم (١٦) نوعية الاستشارات الدعوية التي يُقدّمها أفراد العينة؛ حيث جاء الترتيب التنازلي للآراء على النحو التالي:

١. تقديم الاستشارات الدعوية للأفراد بصورة غير منظمة بما نسبته (٨٤.٦) بالمئة؛ الأمر الذي يُشير إلى أن ما يقارب من ثلاثة أرباع أفراد العينة يخدم الأفراد في الجانب الاستشاري الدعوي، إلا أن ذلك لا يتم وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة - بحيث تشمل المتابعة والتقييم للعمل الاستشاري -؛ وهو ما يعيق الوصول للمستشار الدعوي، والاستفادة من خبرته.

٢. تقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات بصورة غير منظمة بما نسبته (٧٥.٤) بالمئة؛ الأمر الذي يبين أن ما يقارب من ثلاثة أرباع أفراد العينة يخدم المؤسسات الدعوية في الجانب الاستشاري، إلا أن ذلك لا يتم وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة - بحيث تشمل المتابعة والتقييم للعمل الاستشاري -؛ وهو ما يعيق الوصول للمستشار الدعوي، والاستفادة من خبرته.

٣. تقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات بصورة منظمة بما نسبته (٥٢.٣) بالمئة؛ بمعنى أن ما يقارب من نصف أفراد العينة يخدم المؤسسات الدعوية في الجانب الاستشاري بصورة منظمة، وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة، الأمر الذي من شأنه أن ينعكس إيجاباً على استثمار تلك الخبرات عند تفعيل الاستشارات الدعوية رسمياً.

٤. تقديم الاستشارات الدعوية للأفراد بصورة منظمة بما نسبته (٢٩.٢) بالمئة؛ الأمر الذي يرجع لمشقة تنظيم العمل الاستشاري الدعوي المقدم للأفراد إذا كان العمل غير مؤسسي، ويياشر بعض الخبراء تلك المهمة مع ما فيها من العناء استشعاراً لحاجة المجتمع الشديدة لذلك في ظل غياب العمل المؤسسي المنظم لسد الثغرة.

وقد وجد ما نسبته (٧.٧) بالمئة من عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي لا يقدمون الاستشارة الدعوية بمختلف صورها؛ استشعاراً منهم لعظم المسؤولية والحاجة للتأهيل المسبق، خاصة في ضوء قلة الخبرة الكافية في المجال الدعوي. ويتضح من مجمل الآراء السابقة الحاجة الكبيرة لتنظيم العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي، والاستفادة من الخبرات في المجال الدعوي لممارسة مهام الاستشارة الدعوية، ولتيسير عملية البناء والتأسيس والتنظيم لها.

جدول رقم (١٧)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية
٦.٢	٤	الفردية
٣.١	٢	المؤسسية
٨٧.٧	٥٧	الفردية والمؤسسية
٣.١	٢	لا أحتاج للاستشارة الدعوية
١٠٠	٦٥	المجموع

يكشف الجدول رقم (١٧) أن ما نسبته (٨٧.٧) بالمئة من عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي يؤكدون حاجتهم للاستشارات الدعوية الفردية والمؤسسية: (ما يتعلق بممارستهم الدعوية كأفراد، وما يتعلق بالعمل الدعوي لمؤسساتهم)؛ وهو ما يوضح أن معظم أفراد العينة يمارسون العمل الدعوي الفردي والمؤسسي، في حين تدنت نسبة من يحتاج للاستشارة الدعوية الفردية فقط بنسبة (٦.٢) بالمئة، والاستشارة المؤسسية فقط (٣.١) بالمئة، كما وجد من بين عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله بنسبة (٣.١) بالمئة من يشير لعدم حاجته للاستشارة في المجال الدعوي؛ ومبررهم في ذلك عدم وجود المستشار المتمكن من التخصص

الذي يُستفاد من استشارته، ويسهل التواصل معه.

جدول رقم (١٨)

يوضح توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

وفق واقع الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	واقع الاستشارات الدعوية
٣.١	٢	مرض
٣٨.٥	٢٥	مرض إلى حد ما
٥٥.٤	٣٦	غير مرض
٣.١	٢	لا أعلم
١٠٠	٦٥	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١٨) واقع الاستشارات الدعوية من وجهة نظر عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى؛ حيث أفاد ما يقارب من نصف العينة بنسبة (٥٥.٤) بالمئة بأنه غير مرضٍ، و(٣٨.٥) بالمئة بأنه مرضٍ إلى حدٍ ما، و(٣.١) بالمئة فقط بأنه مرضٍ، ويبيّن ما نسبته (٣.١) بالمئة عدم علمهم بواقع الاستشارات الدعوية لعدم حاجتهم لذلك، وتمحورت أسباب عدم الرضا، والرضا التام عن واقع الاستشارات الدعوية في التالي:

١. غياب العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي المنظم المشرف عليه من قبل جهة رسمية، أو مرجعية واضحة.

٢. قلة المتصدرين للاستشارة الدعوية من أهل الثقة والمؤهلين علمياً ومعرفياً وفكرياً ومهارياً في المجال الاستشاري الدعوي.

٣. اقتصار العمل الاستشاري الدعوي على جهود فردية لا تتناسب مع التطلعات المأمولة لخدمة العمل الدعوي المؤسسي والفردية.

٤. انشغال المختصين في المجال الاستشاري الدعوي، وعدم التفريغ لهذه المهمة.

٥. وجود تداخل في تقديم الاستشارة الدعوية مع تخصصات شبيهة لها في المجال، سواء ما يتعلق في الجانب الشرعي، أو الأسري، أو النفسي.

٦. عدم وجود التكامل بين الجهات مقدمة الاستشارات في مختلف التخصصات لسد حاجة المجتمع، وتقديم خدمة نوعية.

٧. توجه المستشار لجهات غير مسؤولة لطلب الاستشارة الدعوية، مما يتسبب في زيادة أخطائهم.

٨. عدم وجود أثر الاستشارة الدعوية في المجتمع الدعوي.

٩. عدم استيعاب المجتمع أهمية الاستشارة الدعوية، سواء على المستوى المؤسسي أم الفردي؛ نظراً لغياب التوعية بذلك.

ثانياً: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي في مجالات: (محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي)، وذلك على النحو التالي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

بينت الدراسة الميدانية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (١٩)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي

من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.	٥١	١٣	١	٠	٠	٤.٧٧	٠.٤٦٠	٩٥.٤	١
		٧٨.٥ %	٢٠	١.٥	٠	٠				
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	٤٤	١٥	٥	١	٠	٤.٥٧	٠.٧٠٦	٩١.٤	٤م
		٦٧.٧ %	٢٣.١	٧.٧	١.٥	٠				
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	٤٧	١٤	٤	٠	٠	٤.٦٦	٠.٥٩٤	٩٣.٢	٣
		٧٢.٣ %	٢١.٥	٦.٢	٠	٠				
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	٤٩	١٥	١	٠	٠	٤.٧٤	٠.٤٧٧	٩٤.٨	٢
		٧٥.٤ %	٢٣.١	١.٥	٠	٠				
٥	تمويل العمل الدعوي.	٣١	١٥	١٥	٤	٠	٤.١٢	٠.٩٧٦	٨٢.٤	٧
		٤٧.٧ %	٢٣.١	٢٣.١	٦.٢	٠				

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
٦	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	ك	٣٧	٢٣	٥	٠	٠	٤.٤٩	٠.٦٤٠	٨٩.٨	٦
		%	٥٦.٩	٣٥.٤	٧.٧	٠	٠				
٧	تقويم العمل الدعوي.	ك	٤٢	١٩	٣	١	٠	٤.٥٧	٠.٦٦١	٩١.٤	٤م
		%	٦٤.٦	٢٩.٢	٤.٦	١.٥	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٥٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٤٠)، ونسبة موافقة = (٩١.٢%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، حسب أهميتها للمؤسسات الدعوية على النحو الآتي:

١. بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٧)، ونسبة موافقة (٩٥.٤) بالمئة.

٢. التخطيط للعمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٤)، ونسبة موافقة (٩٤.٨) بالمئة.

٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٦)، ونسبة موافقة (٩٣.٢) بالمئة.

٤. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٧)، ونسبة موافقة (٩١.٤) بالمئة.

٥. تقويم العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٧)، ونسبة موافقة (٩١.٤) بالمئة.

٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٩)، ونسبة موافقة (٨٩.٨) بالمئة.

٧. تمويل العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.١٢)، ونسبة موافقة (٨٢.٤) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (١٩) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٥٦)، (٩١.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، كما تجاوزت كافة المحاور حد المنتصف؛

الذي يقدر بـ (ثلاث) درجات للمتوسط الحساب؛ بمعنى: أن كافة تلك المحاور تُعد من الاحتياجات الفعلية الماسة للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وهو ما يستلزم أن تكون من أولويات اهتمام المراكز الاستشارية الدعوية لخدمة المؤسسات الدعوية.

● تقدّم محور: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها) على بقية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة بلغت (٩٥.٤) بالمئة، وهو ما يشير إلى حجم المشكلات التي تواجهها المؤسسات الدعوية التي تحتاج فيها إلى استشارة ترشد إلى سبل المعالجة، وقد تمثل أهمها حسب إفادة أفراد العينة في الآتي:

١. افتقاد مرجعية لحل المشكلات الإدارية والنظامية في حال وجود خلل أو قصور من قبل بعض القيادات في المؤسسات الدعوية تجاه العاملين، إلى جانب متابعة وتقييم العمل الدعوي والتأكد من سلامة منهجيته.

٢. اعتماد العمل الدعوي في بعض المؤسسات على الارتجالية والعشوائية، وافتقاد أبسط أبجديات العمل الدعوي عند بعض ممارسيه.

٣. عدم انضباط التأهيل الدعوي الذي يمارس من قبل بعض المؤسسات وفق أسس منهجية؛ حيث تتضمن خلطاً لمختلف العلوم والمهارات، وتفاوتاً في المدة المستغرقة للدورات باختلاف تخصص المؤسسات، وتواجدها في مناطق المملكة العربية السعودية.

٤. عدم اختيار الموضوعات الدعوية حسب الاحتياج المجتمعي وفق دراسات ميدانية معتمدة.

٥. غياب التنسيق في العمل الدعوي في المنطقة الواحدة وبين المناطق.

٦. افتقاد بعض الدعاة للمهارات الأساسية التي تتناسب مع الجمهور المستهدف، باختلاف لغاتهم وأعمارهم وتوجهاتهم الفكرية.

٧. الحاجة للدعم المادي والبشري للارتقاء بالإنتاج الدعوي المؤسسي، إلى جانب توعية نوعية لكيفية الاستهلاك المادي وترشيده.

● الحاجة إلى التركيز على محاور: (التخطيط للعمل الدعوي، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، تقييم العمل

(الدعوي) في الاستشارات الدعوية المؤسسية؛ حيث جاءت في مقدمة اهتمام أفراد العينة من الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي، بنسبة موافقة تتراوح ما بين (٩٤.٨-٩١.٤) بالمئة؛ وذلك لأهميتها في توجيه العمل الدعوي المؤسسي، وتحسين إنتاجه النوعي.

- تراجع مرتبة محوري: (بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، تمويل العمل الدعوي) من وجهة نظرة عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي؛ إذ جاءا في المرتبتين السادسة والسابعة، بنسبة موافقة (٨٩.٨، ٨٢.٤) بالمئة على التوالي؛ باعتبار أن تطوير اتجاهات العمل الدعوي بتنوع الوسائل والأساليب متاح مع تطور وسائل التقنية في نقل خبرات المؤسسات الدعوية المتميزة؛ فلا تُقارن بالحاجة الاستشارية للمحاور السابقة مع بقاء الحاجة للاستشارة بشأنها للتأكد من عدم مخالفتها للمنهج الصحيح، أما ما يتعلق بتمويل العمل الدعوي رغم تأكيد جميع أفراد العينة على أهميته، ووجود معاناة كبيرة في الحصول على استشارة بشأنه، إضافة إلى حجم التكلفة المادية المبالغ فيها غالباً عند طلب دراسة جدوى لبعض المشروعات الدعوية لرفعها للمؤسسات المانحة لتقديم الدعم، والذي لا يُتاح لكافة المؤسسات الدعوية لتدني ميزانيتها، إلا أن الذين يرون ضعف هذا المحور (٦.٢) بالمئة يُرجعون ذلك إلى أن المستشار الدعوي لا يخدمه تخصصه في تقديم المشورة المطلوبة، ويطالبون المراكز الاستشارية الدعوية بالتنسيق مع مستشارين اقتصاديين يخدمون في هذا الجانب وفق آلية لا تزيد من تكاليف المؤسسات الدعوية.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

وضحت الدراسة الميدانية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وهو ما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (٢٠)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي

من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب	
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً					
١	توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.	ك	٣٦	٢٣	٥	١	٠	٤.٤٥	٠.٧٠٨	٨٩	٥
		%	٥٥.٤	٣٥.٤	٧.٧	١.٥	٠				
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	ك	٤٣	٢٢	٠	٠	٠	٤.٦٦	٠.٤٧٧	٩٣.٢	١
		%	٦٦.٢	٣٣.٨	٠	٠	٠				
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	ك	٤٤	١٧	٤	٠	٠	٤.٦٢	٠.٦٠٤	٩٢.٤	٢
		%	٦٧.٧	٢٦.٢	٦.٢	٠	٠				
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	ك	٣٧	١٨	٩	١	٠	٤.٤٠	٠.٧٨٧	٨٨	٦
		%	٥٦.٩	٢٧.٧	١٣.٨	١.٥	٠				
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	ك	٣٥	٢٧	٢	١	٠	٤.٤٨	٠.٦٤٠	٨٩.٦	٤
		%	٥٣.٨	٤١.٥	٣.١	١.٥	٠				
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	ك	٣٨	٢٥	٢	٠	٠	٤.٥٥	٠.٥٦٠	٩١	٣
		%	٥٨.٥	٣٨.٥	٣.١	٠	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٥٢)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٧١)، ونسبة موافقة = (٩٠.٤%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي على النحو الآتي:

١. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٦)، ونسبة موافقة (٩٣.٢) بالمئة.

٢. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٢)، ونسبة موافقة (٩٢.٤) بالمئة.

٣. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٥)، ونسبة موافقة (٩١) بالمئة.

٤. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٨)، ونسبة موافقة (٨٩.٦) بالمئة.

٥. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٥)، ونسبة موافقة (٨٩) بالمئة.

٦. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٠)، ونسبة موافقة (٨٨) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٢٠) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٥٢)، (٩٠.٤) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، كما تجاوزت كافة الأسباب حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك الأسباب تؤكد الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وتُعد دوافع للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه لخدمة المؤسسات الدعوية.

- تقدّم الأسباب التالية: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي) على بقية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي؛ إذ جاءت تلك الأسباب ما بين (المرتبة الأولى - المرتبة الثالثة)، بنسبة موافقة تتراوح ما بين (٩٣.٢-٩١) بالمئة؛ وهو ما يكشف حاجة المؤسسات الدعوية لإيجاد جهة استشارية معتبرة، تضم نخبة من المستشارين ذكوراً وإناثاً من أصحاب العلم والخبرة في المجال الدعوي؛ بحيث يُضبط العمل الاستشاري وفق آلية تخدم المستفيدين منه في كافة مناطق المملكة العربية السعودية ابتداءً، بما يتناسب مع الاحتياج المؤسسي،

وبصورة تُسهّل تقويم العمل الاستشاري الدعوي وتعمل على تطويره وتقديمه كمشروع نوعي يخدم التخصص.

● تراجع مرتبة الأسباب الآتية: (تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي) من وجهة نظرة عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي؛ إذ جاءت ما بين (المرتبة الرابعة - المرتبة السادسة)، بنسبة موافقة (٨٩.٦-٨٨) بالمئة؛ ولا يقلل ذلك من أهمية المطالبة بتنظيم العمل الاستشاري الدعوي وإيجاد مرجعية واضحة له؛ بدليل ارتفاع نسبة الموافقة لها، إلا أن من أفراد العينة من يرى أن إيجاد مركز للاستشارة الدعوية لخدمة المؤسسات الدعوية لن يكون من السهل تمكنه من متابعة كافة ما يُعرض عليه من موضوعات استشارية؛ نظراً لتنوعها، ووجود أعداد كبيرة من المؤسسات الدعوية على مستوى مناطق المملكة العربية السعودية التي تحتاج إلى استشارات مختلفة، كما قلل بعضهم من شأن أن يكون الدافع لإنشاء مثل هذا المركز توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة بدلاً من الارتجال في إقامة مشروعات دعوية غير مدروسة لا تتناسب مع الفئة المستهدفة، واستبعد بعضهم أن يُسهم مثل هذا المشروع في تقليل ضغوط العمل على المستشار الدعوي؛ بتقليص الوقت الممنوح لتقديم الاستشارة والتفرغ لأمر آخر، مقابل إسهامه في خدمة العمل الاستشاري الدعوي وفق آلية محددة ومنضبطة؛ باعتبار أن المستشار داعية إلى الله تعالى يرى من عمله العطاء بلا حدود لمن قصده، وصعوبة اعتذاره بحجة انتهاء وقت عمله، ويشير بعضهم إلى أنه ربما يزيد عليه العبء باعتبار زيادة شهرته بسبب تصدره للاستشارة في عمل مؤسسي، ويُقترح في هذا الجانب تفريغ المستشارين لهذه المهمة؛ لتحقيق المأمول منها داخل المملكة العربية السعودية وخارجها.

● إضافة عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى أسباباً أخرى تؤكد الحاجة لتنظيم العمل الاستشاري المؤسسي: (الحاجة المجتمعية لضبط العمل الدعوي لعدم التوجه لأصحاب الفكر المنحرف، تقويم منهجية المؤسسات الدعوية في تأهيل الدعاة، الرد على الشبه الدعوية، قياس الأثر الدعوي المؤسسي).

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

بينت الدراسة الميدانية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٢١)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي
من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.	ك	٤٦	١٨	١	٠	٤.٦٩	٠.٤٩٨	٩٣.٨	٣
		%	٧٠.٨	٢٧.٧	١.٥	٠				
٢	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	ك	٤٩	١٤	١	٠	٤.٧١	٠.٥٧٩	٩٤.٢	٢
		%	٧٥.٤	٢١.٥	١.٥	٠				
٣	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	ك	٥٢	١١	٢	٠	٤.٧٧	٠.٤٩٣	٩٥.٤	١
		%	٨٠	١٦.٩	٣.١	٠				
٤	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.	ك	٤١	٢٢	٢	٠	٤.٦٠	٠.٥٥٣	٩٢	٤
		%	٦٣.١	٣٣.٨	٣.١	٠				
٥	خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	ك	٣٨	٢١	٥	٠	٤.٤٨	٠.٧٠٩	٨٩.٦	٥
		%	٥٨.٥	٣٢.٣	٠.٧	١.٥				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٦٤)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤١٠)، ونسبة موافقة = (٩٢.٨%)										

لقد جاء الترتيب التنازلي للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي على النحو الآتي:

١. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٧)، ونسبة موافقة (٩٥.٤) بالمئة.

٢. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧١)، ونسبة موافقة (٩٤.٢) بالمئة.

٣. تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٩)، ونسبة موافقة (٩٣.٨) بالمئة.

٤. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٠)، ونسبة موافقة (٩٢) بالمئة.

٥. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٨)، ونسبة موافقة (٨٩.٦) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٢١) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٦٤)، (٩٢.٨) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، كما تجاوزت كافة التطلعات حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك التطلعات تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ لتحقيق الكفاءة والبناء الشامل للعمل الدعوي المؤسسي.

- تقدّم التطلع المستقبلي إلى : (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي) على بقية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء ذلك التطلع في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة (٩٥.٤) بالمئة؛ وهو ما يعكس حاجة المؤسسات الدعوية لإيجاد جهة استشارية دعوية، تجعل من أولوياتها المستقبلية تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، وإزالة كل ما من شأنه أن يشوب المؤسسات الدعوية في المجال الفكري، وإن كان لم يرصد على المؤسسات الدعوية أي ملامح تشير إلى ذلك حسب إفادة أفراد العينة، إلا أن بعضاً منهم يؤكد أهمية تحصين المؤسسات الدعوية بتوجيهات، وإرشادات، وبرامج تأهيلية تُسهم في إيجاد دعاة مؤهلين لمحاربة الانحرافات الفكرية المجتمعية، والمشاركة في المؤسسات المتخصصة في ذلك؛ لسد الثغرة من جانب دعوي.

● أهمية التركيز على التطلعات التالية: (تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي) من وجهة نظرة عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي؛ إذ جاءت ما بين (المرتبة الثانية- المرتبة الرابعة)، بنسبة موافقة (٩٤.٢-٩٢) بالمئة؛ باعتبار ضرورة أن تكون من أهداف المراكز الاستشارية الدعوية بناء كوادر دعوية متميزة، من خلال إقامة برامج تدريبية تأهيلية في الجانب المعرفي والفكري والمهني الدعوي تدعم رسالة المؤسسات الدعوية في إصلاح المجتمع ونشر الوعي فيه بما يتناسب مع الواقع المعاصر، إلى جانب العمل على إيجاد الصف الثاني في العمل الاستشاري الدعوي لتغطية الحاجة المتنامية لذلك؛ بتأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية مع مراعاة شرط الخبرة الدعوية، وهذا ما ركز عليه أفراد العينة، مع اقتراح الاهتمام بجانب الكوادر الدعوية ذات الخبرة الطويلة في مجال العمل المؤسسي، لتأهيلهم للقيام بهذه المهمة، كما أكدت عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي على التطلع إلى أن يحقق العمل الاستشاري الدعوي جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي من خلال إيجاد مرجع يؤمن لهم توجيهات وإرشادات دعوية قابلة للتطبيق، تتلاءم مع احتياجاتهم وفق مستجدات العصر.

● تراجع مرتبة التطلع إلى: (خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي) من وجهة نظرة عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي، مقارنة بالتطلعات السابقة؛ إذ جاء في المرتبة الخامسة، بنسبة موافقة (٨٩.٦) بالمئة؛ باعتبار أن خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي في كافة مناطق المملكة العربية السعودية تتطلب وقتاً طويلاً لتحقيق التطلع، وفتح المجال لخدمة المؤسسات الدعوية على المستوى الإقليمي والعالمي من شأنه أن يُثبّت الجهود وعدم تحقيق النجاح لهذا المشروع الذي تحتاجه المؤسسات الدعوية في الداخل، إضافة إلى ضرورة إدراك مقدّم الاستشارة اختلاف البيئات والثقافات وطبيعتها عند تقديم الإرشاد والتوجيه للمؤسسات في الخارج، ومع ذلك جاءت نسبة من يؤيد أن يتطلع المشروع لتقديم تلك الخدمة للمؤسسات الدعوية على المستوى الإقليمي والعالمي بعد تحقيق نجاح في الداخل مشجعة؛ حيث أن (٥٨.٥)

بالمئة كانت درجة موافقتهم عالية جداً، و(٣٢.٣) بالمئة عالية؛ باعتبار أنهم أكثر حاجة لخدمة نشر الإسلام بصورته الصحيحة، وفيه صقل أكبر لقدرات المستشار لمعالجة ما دون ذلك في الداخل.

● مطالبة عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي، بأن يتطلع العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي لتحقيق التالي:

١. فتح مجال الاستشارات الدعوية في الجوانب: (الدعوية الإدارية - الدعوية المالية - الدعوية النظامية)، وطالب آخرون بالتركيز على صلب الموضوعات الدعوية والبعد عن الجوانب التي هي من تخصصات أخرى (إدارية، مالية،...); الأمر الذي من شأنه إضعاف أصل الفكرة.

٢. التركيز على اتجاهات الدعوة، وتقديم خدمة نوعية في هذا المجال، من خلال تقديم استشارات في مجال العمق الدعوي، مثل موضوع مواجهة الأفكار الضالة أو الفكر التكفيري.

٣. إيجاد منظومة مرجعية للدعاة لخدمة المؤسسات الدعوية وتزويدها بالكوادر المؤهلة حسب الاحتياج، من خلال بناء قاعدة بيانات للدعاة حسب مجالاتهم وخبراتهم الدعوية في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية.

٤. العناية بجانب إخراج إصدارات إرشادية تستفيد منها المراكز الاستشارية الدعوية، من خلال تسجيل المشورة كتابياً لجمعها وتداولها؛ بحيث تكون مرجعاً للجهات ذات الاختصاص.

المطلب الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات:

تناولت الدراسة الميدانية النتائج من خلال جزئي: (البيانات الأولية لعينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي)، وذلك على النحو التالي:

أولاً: البيانات الأولية لعينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات:

شملت البيانات الأولية لعينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات: بياناتهم الشخصية، وبياناتهم المتعلقة بالاستشارات الدعوية، المتمثلة في الآتي:

١. البيانات الشخصية لعينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات:

كشفت الدراسة الميدانية البيانات الشخصية لأفراد العينة: (الجنس، الجنسية، المنطقة، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة في المجال الدعوي، سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي)، ويتضح تفصيل ذلك من الجداول والرسوم البيانية التالية:

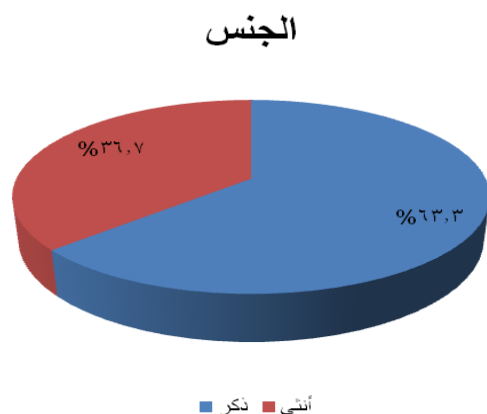
جدول رقم (٢٢)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد

وتوعية الجاليات وفق الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	٣٨	٦٣.٣
أنثى	٢٢	٣٦.٧
المجموع	٦٠	١٠٠

الرسم البياني رقم (٨)
يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد
وتوعية الجاليات وفق الجنس



يبين الجدول رقم (٢٢)، والرسم البياني رقم (٨) توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق الجنس؛ حيث مثلت نسبة الذكور (٦٣.٣) بالمئة، ونسبة الإناث (٣٦.٧) بالمئة من مجموع أفراد العينة، وذلك يرجع إلى ارتكاز إدارة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات على القسم الرجالي، واعتبار القسم النسائي مكملًا له، إضافةً إلى اتساع دائرة العمل الميداني الدعوي الرجالي مقارنةً بالجانب النسائي.

جدول رقم (٢٣)
يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد

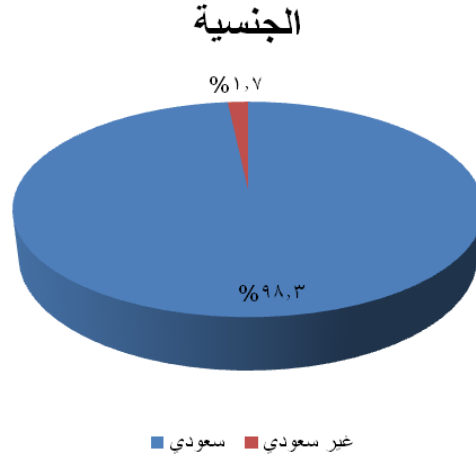
وتوعية الجاليات وفق الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة
سعودي	٥٩	٩٨.٣
غير سعودي	١	١.٧
المجموع	٦٠	١٠٠

الرسم البياني رقم (٩)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد

وتوعية الجاليات وفق الجنسية



يتضح من الجدول رقم (٢٣)، والرسم البياني رقم (٩) الذي يبين توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق الجنسية: أن (٩٨.٣) بالمئة من أفراد العينة من الجنسية السعودية، في حين كان تمثيل غير السعوديين ما نسبته (١.٧) بالمئة فقط - كانت موظفة قائمة بعمل مديرة المكتب في حال غيابها- ؛ وذلك يعود لأن مهمة إدارة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات من ضمن شروطها أن يكون القائم بها سعودي الجنسية.

جدول رقم (٢٤)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد

وتوعية الجاليات وفق المنطقة

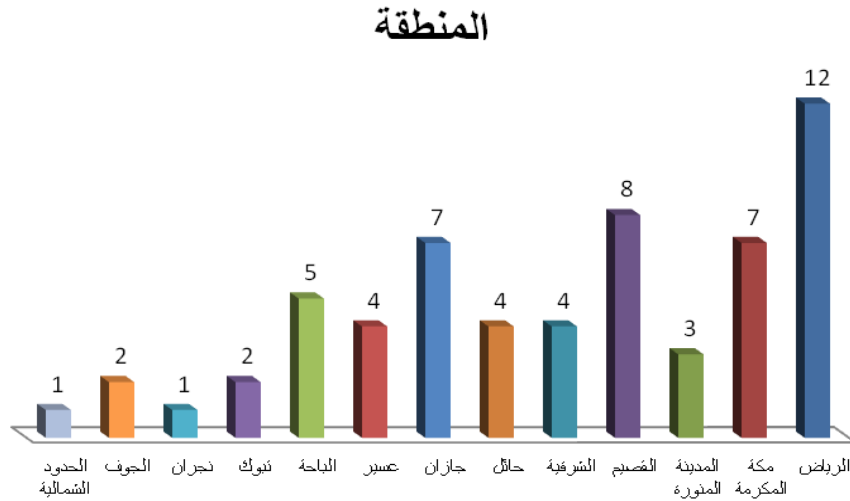
المنطقة	التكرار	النسبة
الرياض	١٢	٢٠
مكة المكرمة	٧	١١.٧
المدينة المنورة	٣	٥
القصيم	٨	١٣.٣
الشرقية	٤	٦.٧
حائل	٤	٦.٧
جازان	٧	١١.٧
عسير	٤	٦.٧
الباحة	٥	٨.٣

المنطقة	التكرار	النسبة
تبوك	٢	٣.٣
نجران	١	١.٧
الجوف	٢	٣.٣
الحدود الشمالية	١	١.٧
المجموع	٦٠	١٠٠

الرسم البياني رقم (١٠)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد

وتوعية الجاليات وفق المنطقة



يتبين من الجدول رقم (٢٤)، والرسم البياني رقم (١٠) الذي يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق المنطقة: تفاوت نسب تمثيل المناطق ما بين ما نسبته (٢٠ - ١٠.٧) بالمئة من أفراد العينة؛ وذلك حسب عدد المكاتب في كل منطقة؛ التي تختلف تبعاً لعدد السكان والاحتياج الفعلي الدعوي؛ لذا تصدرت منطقة الرياض بتمثيل ما نسبته (٢٠) بالمئة من أفراد العينة، تلتها منطقة القصيم (١٣.٣) بالمئة، ثم منطقتا مكة المكرمة وجازان بنسبة متساوية (١٣.٣) بالمئة، وجاءت منطقة الباحة بنسبة (٨.٣) بالمئة، ومنطقة كل من: الشرقية وحائل وعسير تساوت نسبتهما بواقع (٦.٧) بالمئة، ومنطقة المدينة المنورة بنسبة (٥) بالمئة، ومنطقتا تبوك والجوف بنسبة (٣.٣) بالمئة، ومنطقتا نجران والحدود الشمالية بنسبة (١.٧) بالمئة.

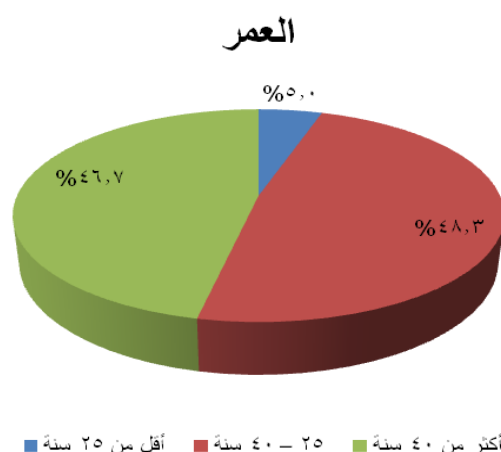
جدول رقم (٢٥)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد
وتوعية الجاليات وفق العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من ٢٥ سنة	٣	٥
٢٥ - ٤٠ سنة	٢٩	٤٨.٣
أكثر من ٤٠ سنة	٢٨	٤٦.٧
المجموع	٦٠	١٠٠

الرسم البياني رقم (١١)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد
وتوعية الجاليات وفق العمر



يوضح الجدول رقم (٢٥)، والرسم البياني رقم (١١) توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق العمر؛ حيث اتضح تقارب نسبي من أعمارهم تتراوح ما بين (٢٥ - ٤٠) سنة، ومن تزيد أعمارهم عن (٤٠) سنة بما نسبته (٤٨.٣، ٤٦.٧) بالمئة على التوالي، وهو ما يزيد الثقة بالرأي المقدّم؛ الذي بُني في مرحلة نضج وخبرة في الحياة، في حين جاء ما نسبته (٥) بالمئة فقط من أفراد العينة تقل أعمارهم عن (٢٥) سنة.

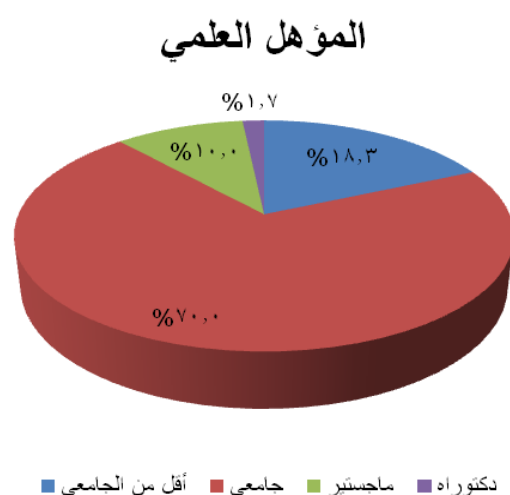
جدول رقم (٢٦)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد
وتوعية الجاليات وفق المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
١٨.٣	١١	أقل من الجامعي
٧٠	٤٢	جامعي
١٠	٦	ماجستير
١.٧	١	دكتوراه
١٠٠	٦٠	المجموع

الرسم البياني رقم (١٢)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد
وتوعية الجاليات وفق المؤهل العلمي



يوضح الجدول رقم (٢٦)، والرسم البياني رقم (١٢) توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق المؤهل العلمي؛ حيث كان ما يقارب ثلاثة أرباع العينة مؤهلهم جامعي، بما نسبته (٧٠) بالمئة، وهو ما يشير إلى أن المستوى التعليمي لغالبية أفراد العينة مناسب لما تتطلبه المسؤولية الدعوية من علم ووعي وإدراك للاحتياج، في حين جاءت نسبة من مستواهم التعليمي أقل من الجامعي (١٨.٣) بالمئة، والحاصلين على درجة الماجستير (١٠) بالمئة، والدكتوراه (١.٧) بالمئة، وذلك من مختلف التخصصات الشرعية وغير الشرعية حسب إفادة العينة أثناء المقابلة.

جدول رقم (٢٧)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي

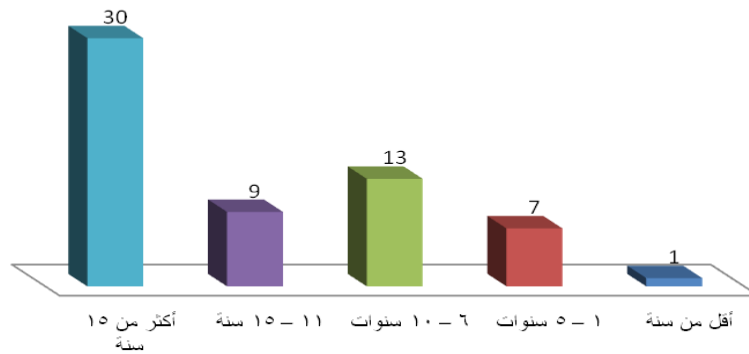
النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
١.٧	١	أقل من سنة
١١.٧	٧	١ - ٥ سنوات
٢١.٧	١٣	٦ - ١٠ سنوات
١٥	٩	١١ - ١٥ سنة
٥٠	٣٠	أكثر من ١٥ سنة
١٠٠	٦٠	المجموع

الرسم البياني رقم (١٣)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي

سنوات الخبرة في المجال الدعوي



يكشف الجدول رقم (٢٧)، والرسم البياني رقم (١٣) توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي؛ حيث كانت النسبة الأعلى لمن كان عدد سنوات خبرتهم الدعوية تزيد عن (١٥) سنة بما نسبته (٥٠) بالمئة، أي نصف أفراد العينة؛ وهو ما يُبنى عليه رأي من واقع خبرة واسعة في الدعوة إلى الله تعالى، ومعرفة وافية بالاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، تلتها نسبة من خبرتهم تتراوح ما بين (٦-١٠) سنوات (٢١.٧) بالمئة، ومثلت من خبرتهم تتراوح ما بين (١١-١٥) سنة (١٥) بالمئة، في حين جاءت نسبة من خبرتهم تتراوح ما بين (١-٥) سنوات (١١.٧) بالمئة، ومن كانت خبرتهم أقل من سنة (١.٧) بالمئة فقط.

جدول رقم (٢٨)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي

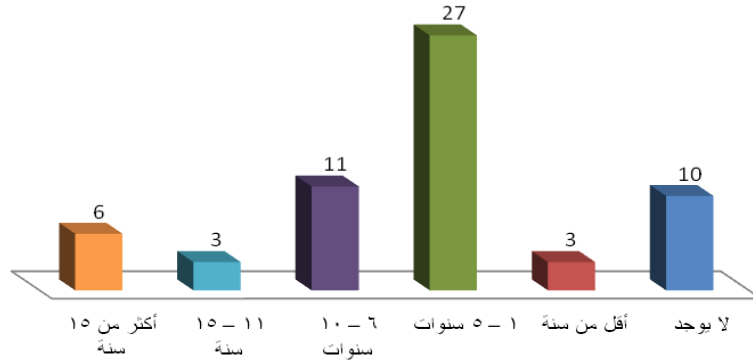
سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
لا يوجد	١٠	١٦.٧
أقل من سنة	٣	٥
١ - ٥ سنوات	٢٧	٤٥
٦ - ١٠ سنوات	١١	١٨.٣
١١ - ١٥ سنة	٣	٥
أكثر من ١٥ سنة	٦	١٠
المجموع	٦٠	١٠٠

الرسم البياني رقم (١٤)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي

سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي



يتضح من الجدول رقم (٢٨)، والرسم البياني رقم (١٤) ارتفاع نسبة من خبرتهم في المجال الاستشاري الدعوي تتراوح ما بين (١-٥) سنوات بما نسبته (٤٥) بالمئة، أي ما يقارب نصف أفراد العينة؛ تلتها من خبرتهم تتراوح ما بين (٦-١٠) سنوات بما نسبته (١٨.٣) بالمئة، وبلغت من خبرتهم تزيد عن (١٥) سنة (١٠) بالمئة، وتساوت نسبة من خبرتهم أقل من سنة، ومن تتراوح ما بين (١١-١٥) سنة بما نسبته (٥) بالمئة، ويؤكد ذلك اضطلاع مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بمهمة تقديم الاستشارة الدعوية على المستوى

المؤسسي بواقع خبرتهم الدعوية في الميدان وطبيعة عملهم^(١)، ويرجع تفاوت خبرتهم الاستشارية الدعوية لتفاوت خبرتهم الدعوية، في حين جاءت نسبة من ليس لديه خبرة في مجال الاستشارات الدعوية (١٦.٧) بالمئة.

٢. البيانات المتعلقة بالاستشارات الدعوية لعينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات:

كشفت الدراسة الميدانية البيانات المتعلقة بالاستشارات الدعوية لأفراد العينة: (مفهوم الاستشارات الدعوية، تقديم الاستشارات الدعوية، نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية، واقع الاستشارات الدعوية)، ويتضح تفصيل ذلك من الجداول التالية:

جدول رقم (٢٩)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق مفهوم الاستشارات الدعوية

مفهوم الاستشارات الدعوية	التكرار	النسبة
تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد	٥٩	٩٨.٣
تقديم الفتاوى الشرعية	١٥	٢٥
تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته	٣٠	٥٠
تقديم برامج تأهيلية للدعاة	٥٦	٩٣.٣
مفاهيم أخرى	٠	٠

يتضح من الجدول رقم (٢٩) مدى استيعاب أفراد العينة لمفهوم الاستشارات الدعوية، وقد جاء الترتيب التنازلي للآراء على النحو التالي:

١. تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بما نسبته (٩٨.٣) بالمئة؛ وهو ما يشير إلى استيعاب معظم أفراد العينة لتضمن مفهوم الاستشارات الدعوية تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد القائمة بالعمل الدعوي.

(١) حيث تفضلت المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالقيام بمشاريع وأنشطة دعوية متنوعة، يحتاج العاملون فيها الاستفادة من خبرات من سبقهم في الميدان، من خلال طلب المشورة.

٢. تقديم برامج تأهيلية للدعاة بما نسبته (٩٣.٣) بالمئة؛ وهو ما يؤيد اقتناع أفراد العينة بأن يكون من مهام المراكز الاستشارية الدعوية تأهيل الدعاة للقيام بالعمل الدعوي بكفاءة عالية.

٣. تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته؛ حيث ترى نصف العينة (٥٠) بالمئة أنه من مهام الاستشارة الدعوية؛ وهو ما يبين حجم التداخل الكبير بين مفهوم الاستشارات الدعوية والاستشارات الأسرية لدى مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات.

٤. تقديم الفتاوى الشرعية وفق رأي ربع العينة (٢٥) بالمئة؛ وهو ما يبين تداخل مفهوم الاستشارات الدعوية بالاستشارات الشرعية؛ وذلك ناتج لتصدي كثير ممن يقدم الاستشارات الدعوية للفتوى، وقد يرجع ذلك لعلمه الشرعي فيما يُستفتى بشأنه، إلا أنه لا ينبغي أن ينشغل بذلك عن المهمة الأساسية للاستشارات الدعوية في ظل وجود الجهات المختصة بالفتاوى الشرعية.

ويتضح من مجمل الآراء السابقة عدم وضوح مفهوم الاستشارات الدعوية لدى ما يُقارب نصف أفراد العينة من مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات الذين يمارسون في الغالب تقديم الاستشارات الدعوية، الأمر الذي يستلزم منه التحرير الدقيق لمصطلح الاستشارات الدعوية، وهو ما تسعى له الدراسة الحالية.

جدول رقم (٣٠)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق نوعية تقديم الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	نوعية تقديم الاستشارات الدعوية
١٨.٣	١١	للأفراد بصورة منظمة
٧٥	٤٥	للأفراد بصورة غير منظمة
٣٠	١٨	للمؤسسات بصورة منظمة
٧١.٧	٤٣	للمؤسسات بصورة غير منظمة
١٦.٧	١٠	لا أقدم الاستشارة الدعوية

يبين الجدول رقم (٣٠) نوعية الاستشارات الدعوية التي يُقدّمها أفراد العينة؛ حيث جاء الترتيب التنازلي للآراء على النحو التالي:

١. تقديم الاستشارات الدعوية للأفراد بصورة غير منظمة بما نسبته (٧٥) بالمئة؛ الأمر الذي يُشير إلى أن ثلاثة أرباع أفراد العينة من مسؤولي المكاتب التعاونية والدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات يخدم الأفراد في الجانب الاستشاري الدعوي، إلا أن ذلك لا يتم وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة.

٢. تقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات بصورة غير منظمة بما نسبته (٧١.٧) بالمئة؛ الأمر الذي يبين أن ما يقارب من ثلاثة أرباع أفراد العينة يخدم المؤسسات الدعوية في الجانب الاستشاري، إلا أن ذلك لا يتم وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة؛ الأمر الذي من شأنه أن يقلل من النتائج الإيجابية للاستشارة.

٣. تقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات بصورة منظمة بما نسبته (٣٠) بالمئة؛ بمعنى أن ما يقارب ثلث أفراد العينة يخدم المؤسسات الدعوية في الجانب الاستشاري بصورة منظمة؛ وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة، وذلك من خلال تقديم الإرشاد والتوجيه للمكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات المستجدة بواقع خبرتهم، وكذلك عقد اللقاءات الدورية بين المكاتب في المنطقة الواحدة في بعض المناطق للارتقاء بالإنتاج الدعوي^(١).

٤. تقديم الاستشارات الدعوية للأفراد بصورة منظمة بما نسبته (١٨.٣) بالمئة، علماً أن تلك النسبة تعود لقيام مسؤولي المكاتب بتقديم المشورة والرأي واستقبال الاستشارة بصورتهم الشخصية، وعدم تمثيل مؤسساتهم في ذلك، عدا برامج قليلة تقدمها بعض المكاتب كنشاط ضمن أنشطتها الدعوية؛ الأمر الذي يوضح مدى الحاجة لتبني مهمة تقديم الاستشارات الدعوية للأفراد بصورة منظمة؛ لسد هذا الاحتياج .

(١) يُعدّ ذلك جهداً ذاتياً من قبل بعض المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجالية؛ لسد ثغرة وجود جهة تضطلع بهذه المهمة، وذلك حسب إفادة بعض المسؤولين فيها من أفراد العينة.

وقد وجدت ما نسبته (١٦.٧) بالمئة من عينة مسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات لا يقدمون الاستشارة الدعوية بمختلف صورها. ويتضح من مجمل الآراء السابقة الحاجة الكبيرة لتنظيم العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي، والاستفادة من الخبرات في المجال الدعوي الممارسة لتلك المهام عند بناء وتأسيس منظومة الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

جدول رقم (٣١)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية
٠	٠	الفردية
١.٧	١	المؤسسية
٩٥	٥٧	الفردية والمؤسسية
٣.٣	٢	لا أحتاج للاستشارة الدعوية
١٠٠	٦٠	المجموع

يكشف الجدول رقم (٣١) أن ما نسبته (٩٥) بالمئة من عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات يؤكدون حاجتهم للاستشارات الدعوية الفردية والمؤسسية معاً؛ وهو ما يثبت مدى حاجة المكاتب التعاونية لجهة متخصصة في الاستشارات الدعوية تقدّم الرأي والمشورة التي تقوم العمل الدعوي وتحسّن أدائه، في حين تدنت نسبة من يحتاج للاستشارة الدعوية المؤسسية فقط بنسبة (١.٧) بالمئة، ووجد من بين العينة بنسبة (٣.٣) بالمئة من يشير لعدم حاجته للاستشارة في المجال الدعوي.

جدول رقم (٣٢)

يوضح توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

وفق واقع الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	واقع الاستشارات الدعوية
٥	٣	مرض
٥٠	٣٠	مرض إلى حد ما
٤٣.٣	٢٦	غير مرض
١.٧	١	لا أعلم
١٠٠	٦٠	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٣٢) واقع الاستشارات الدعوية من وجهة نظر عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ حيث أفادت نصف العينة بنسبة (٥٠) بالمئة بأنه مرضٍ إلى حدٍّ ما، و(٤٣.٣) بالمئة بأنه غير مرضٍ، و(٥) بالمئة فقط بأنه مرضٍ، وبينت ما نسبته (١٠.٧) بالمئة عدم علمهم بواقع الاستشارات الدعوية لعدم تواصلهم مع من يقوم بهذه المهمة، وبرروا أسباب عدم الرضا و الرضا التام عن واقع الاستشارات الدعوية وفق ما أفادت به عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى^(١)، وأضافوا التالي:

١. بُعد مقدّم الاستشارة الدعوية عن الميدان الدعوي للمكاتب التعاونية والدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ الأمر الذي من شأنه أن يضعف جدوى الاستفادة؛ لذا من المهم أن يكون مقدّم الاستشارة الدعوية المؤسسية ملمّاً بواقع العمل الدعوي المؤسسي وله خبرة كافية في المجال نفسه.

٢. غياب الاستشارات الدعوية المبنية على منهجية علمية مستندة لدراسات ميدانية للواقع.

٣. القصور في جانب فقه الاستشارة الدعوية، وعدم مراعاة تناسب الاستشارة مع بيئة المستشير.

٤. قلة المتخصصين من أصحاب الخبرة الدعوية في دعوة المخالف فكرياً ومذهبياً مع وجود الحاجة الكبيرة لذلك، خاصة في المناطق التي تُعاني من الاختلاف الفكري والمذهبي.

٥. قلة المستشارين من الجنسين الذين يتفهمون الاحتياج النسائي للاستشارات الدعوية، ويحسنون التعامل معها.

ثانياً: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي في مجالات: (محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي)، وذلك على النحو التالي:

(١) انظر: أسباب عدم الرضا، والرضا التام عن واقع الاستشارات الدعوية، ص ١٧٤.

١. محاور الاستشارات الدعوية:

بينت الدراسة الميدانية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٣٣)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي

من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب	
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً					
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.	ك	٤٦	١٢	١	١	٠	٤.٧٢	٠.٥٨٥	٩٤.٤	٢
		%	٧٦.٧	٢٠	١.٧	١.٧	٠				
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	ك	٣٥	١٩	٥	١	٠	٤.٤٧	٠.٧٢٤	٨٩.٤	٦
		%	٥٨.٣	٣١.٧	٨.٣	١.٧	٠				
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمته.	ك	٣٧	١٦	٧	٠	٠	٤.٥٠	٠.٧٠١	٩٠	٥
		%	٦١.٧	٢٦.٧	١١.٧	٠	٠				
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	ك	٤٧	١١	١	١	٠	٤.٧٣	٠.٥٧٨	٩٤.٦	١
		%	٧٨.٣	١٨.٣	١.٧	١.٧	٠				
٥	تمويل العمل الدعوي.	ك	٣٧	١٧	٦	٠	٠	٤.٥٢	٠.٦٧٦	٩٠.٤	٤
		%	٦١.٧	٢٨.٣	١٠	٠	٠				
٦	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	ك	٣٢	٢٠	٨	٠	٠	٤.٤٠	٠.٧١٨	٨٨	٧
		%	٥٣.٣	٣٣.٣	١٣.٣	٠	٠				
٧	تقويم العمل الدعوي.	ك	٤١	١٦	٣	٠	٠	٤.٦٣	٠.٥٨١	٩٢.٢	٣
		%	٦٨.٣	٢٦.٧	٥	٠	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٥٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤١١)، ونسبة موافقة = (٩١.٢%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، حسب أهميتها للمؤسسات الدعوية على النحو الآتي:

١. التخطيط للعمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٣)، ونسبة موافقة (٩٤.٦) بالمئة.

٢. بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٢)، ونسبة موافقة (٩٤.٤) بالمئة.
٣. تقويم العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٣)، ونسبة موافقة (٩٢.٢) بالمئة.
٤. تمويل العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٢)، ونسبة موافقة (٩٠.٤) بالمئة.
٥. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٠)، ونسبة موافقة (٩٠) بالمئة.
٦. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٧)، ونسبة موافقة (٨٩.٤) بالمئة.
٧. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٠)، ونسبة موافقة (٨٨) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٣٣) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٥٦)، (٩١.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، كما تجاوزت كافة المحاور حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك المحاور تُعد من الاحتياجات الفعلية الماسة للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي.
- تقدّم محور: (التخطيط للعمل الدعوي) على بقية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة بلغت (٩٤.٦) بالمئة، وهو ما يشير إلى حاجة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات لمن يرشدها في جانب التخطيط الإستراتيجي ونقل ذلك من جانب التنظير إلى التطبيق؛ وهو ما يعكس أهمية أن يكون المتصدر للاستشارة الدعوية المؤسسية متقناً لجانب التخطيط، وهي من أولى المهارات التي يحتاجها العمل الدعوي المؤسسي.

● ضرورة الاهتمام بمحور: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها)؛ إذ جاء في المرتبة الثانية، بنسبة موافقة بلغت (٩٤.٤) بالمئة؛ وهو ما يكشف حجم المشكلات التي تواجهها المؤسسات الدعوية التي تحتاج فيها إلى استشارة ترشد إلى سبل المعالجة، ويوافق أفراد العينة ما أفادت به عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى^(١) بما يتعلق بالمشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي، ويضيفون عدداً من المشكلات النوعية المتعلقة بواقع عملهم، والتي يتمثل أبرزها في الآتي:

١. عدم العلم بوجود إدارة في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد تُعنى بـ: (توضيح تفاصيل الأنظمة وآلية التفعيل، استقبال شكاوى العاملين في المكاتب والبحث في المشكلات التي تعترض سير العمل، عقد الاجتماعات الدورية لرؤساء المكاتب لتوحيد الجهود وتطوير العمل، تنظيم المكاتب والإشراف عليها ومتابعة أعمالها الدعوية وتقييمها والعمل على تطوير كوادرها وتأهيلهم، الاستفادة من المهارات المتميزة لدى بعض المسؤولين وتوجيهها بما يخدم العمل الدعوي...؛ ولعل وحدة البرامج المتخصصة في المكاتب التعاونية^(٢) تتولى تلك المهام.
٢. تعامل بعض المؤسسات الدعوية مع العمل الدعوي كأنه عمل وظيفي لا قيمي، وعدم إدراك كافة العاملين في هذا المجال مفهوم العمل التطوعي وضوابطه وأهميته، ومن ثمّ السعي إلى تعزيزه وتنميته.
٣. اعتماد العمل الدعوي على أفراد وكفاءات متميزة، في الغالب لا تُفعل العمل المؤسسي؛ لذا تتأثر المؤسسات الدعوية بخروجهم.

(١) انظر: المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي، ص ١٧٧.

(٢) وافق وزير الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد الشيخ صالح بن عبدالعزيز آل الشيخ على إنشاء وحدة لـ(البرامج المتخصصة في المكاتب التعاونية)، وتُعنى هذه الوحدة برسم خطة دعوية لبرامج نوعية تقيمها المكاتب التعاونية، وتأهيل القائمين على البرامج الدعوية في المكاتب التعاونية لإعداد برامج متميزة برؤى واضحة، وتوحيد مخرجات المكاتب التعاونية في أهداف ورسالة متوافقة مع سياسة هذه الوزارة، وتم تكليف الشيخ صالح بن خليفة الكليب بالإشراف عليها، حيث باشرت عملها كخطوة أولى بفرع الحدود الشمالية، ابتداءً من ٢٣/٦/١٤٣٦ هـ (انظر: "وزير الشؤون الإسلامية يوافق على تخصيص وحدة البرامج المتخصصة في المكاتب التعاونية"، (٨/رجب/١٤٣٦ هـ - ٢٧/أبريل/٢٠١٥ م)، العدد (١٧١٠٨)، صحيفة الرياض).

٤. افتقاد آلية واضحة وموحدة للتعامل مع المسلم الجديد، إضافة إلى قلة الكفاءات المتقنة للغات مختلفة تسهم في دعوة غير الناطقين باللغة العربية.
٥. تركيز المؤسسات الداعمة للمشروعات الدعوية والتجار على المدن، والغفلة عن احتياج الضواحي والهجر.
٦. الحاجة الماسة للاستشارات المالية؛ منعاً للتصرفات الارتجالية العشوائية في تصريف الأموال، إلا أن ذلك يتطلب مبالغ ضخمة تعجز عنها غالبية المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات.

- الحاجة إلى التركيز على محاور: (تقويم العمل الدعوي، تمويل العمل الدعوي، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها) في الاستشارات الدعوية المؤسسية؛ حيث جاءت في مقدمة اهتمام أفراد العينة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، بنسبة موافقة تتراوح ما بين (٩٠-٩٢.٢) بالمئة؛ وذلك لأهميتها في توجيه العمل الدعوي المؤسسي، وتحسين إنتاجه النوعي.
- تراجع مرتبة محوري: (التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي) من وجهة نظرة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ إذ جاء في المرتبتين السادسة والسابعة، بنسبة موافقة (٨٩.٤، ٨٨) بالمئة على التوالي؛ باعتبار أنهما مما هو متعارف لديهم في الغالب، ويقلّ طرح الإشكالات حولهما، ولا تُقارن بالحاجة الاستشارية للمحاور السابقة مع بقاء الحاجة للاستشارة بشأنهما للتأكد من سلامة المنهج الدعوي وعدم مخالفته.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

- وضحت الدراسة الميدانية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وهو ما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (٣٤)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي
من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.	ك	٣٦	٢٢	٢	٠	٠	٤.٥٧	٠.٥٦٣	٩١.٤	١
		%	٦٠	٣٦.٧	٣.٣	٠	٠				
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	ك	٣٧	١٩	٤	٠	٠	٤.٥٥	٠.٦٢٢	٩١	٢
		%	٦١.٧	٣١.٧	٦.٧	٠	٠				
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	ك	٣٤	٢١	٥	٠	٠	٤.٤٨	٠.٦٥١	٨٩.٦	٤
		%	٥٦.٧	٣٥	٨.٣	٠	٠				
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	ك	٣١	٢٢	٧	٠	٠	٤.٤٠	٠.٦٩٤	٨٨	٦
		%	٥١.٧	٣٦.٧	١١.٧	٠	٠				
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	ك	٣٧	١٨	٥	٠	٠	٤.٥٣	٠.٦٥٠	٩٠.٦	٣
		%	٦١.٧	٣٠	٨.٣	٠	٠				
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	ك	٣٠	٢٥	٥	٠	٠	٤.٤٢	٠.٦٤٥	٨٨.٤	٥
		%	٥٠	٤١.٧	٨.٣	٠	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٤٩)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٥٧)، ونسبة موافقة = (٨٩.٨%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي على النحو الآتي:

١. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٧)، ونسبة موافقة (٩١.٤) بالمئة.

٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٥)، ونسبة موافقة (٩١) بالمئة.

٣. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٣)، ونسبة موافقة (٩٠.٦) بالمئة.

٤. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٨)، ونسبة موافقة (٨٩.٦) بالمئة.

٥. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٢)، ونسبة موافقة (٨٨.٤) بالمئة.

٦. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٠)، ونسبة موافقة (٨٨) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٣٤) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٤٩)، (٨٩.٨) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، كما تجاوزت كافة الأسباب حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك الأسباب تؤكد الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وتُعد دوافع للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه لخدمة المؤسسات الدعوية.

- تقدّم الأسباب التالية: (توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية) على بقية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي؛ إذ جاءت تلك الأسباب ما بين (المرتبة الأولى - المرتبة الثالثة)، بنسبة موافقة تتراوح ما بين (٩٠.٦-٩١.٤) بالمئة؛ وهو ما يكشف حاجة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات لجهة استشارية معتبرة توضح أهمية الاستشارة لنجاح العمل الدعوي وتشجع عليه؛ للابتعاد عن العشوائية والاندفاعية بدون تحرٍّ للأصوب، كما ترى العينة أن من أولى الدوافع للمطالبة بتنظيم العمل الاستشاري الدعوي ضمان الوصول للمختص الثقة في هذا الجانب بكل يسر وسهولة، إلى جانب إمكانية الاستفادة من ذلك التنظيم في متابعة الاستشارة؛ فمن شأن العمل الاستشاري المنظم أن يضع ملفات خاصة لكل طالب استشارة بآلية مخصصة، بحيث تُسهل عملية الرجوع لها عند تجديد طلب الاستشارة مما يثمر رؤية متكاملة تخدم المستشار دعوياً، وتلبي احتياجاته.

• تراجع مرتبة الأسباب الآتية: (تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي) من وجهة نظرة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ إذ جاءت ما بين (المرتبة الرابعة - المرتبة السادسة)، بنسبة موافقة (٨٨-٨٩.٦) بالمئة، وذلك لا يعني عدم أهميتها؛ بل دليل ارتفاع نسبة الموافقة عليها بصورة عامة، إلا أنها أقل من سابقتها في الاحتياج، ويرى أفراد العينة أن تقنين طلب الاستشارة الدعوية - التي يُقصد منها التنظيم لآلية تقديم الاستشارة لا التحجيم - مطلب لمعالجة الفوضوية في طلب الاستشارة، إضافة إلى أنه عند إيجاد منظومة للاستشارة الدعوية يسهم ذلك في رصد جوانب القوة والضعف للعمل الاستشاري الدعوي والعمل على تطوير وتعزيز الإيجابيات ومعالجة السلبيات، كما أيد غالبية أفراد العينة إسهام ذلك في معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بدرجة عالية جداً بما نسبته (٣١) بالمئة، وعالية بنسبة (٢٢) بالمئة، خاصة في حال تفرغه لهذه المهمة.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

بينت الدراسة الميدانية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٣٥)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي
من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.	٤٨	٩	٣	٠	٠	٤.٧٥	٠.٥٤١	٩٥	م١
		٨٠	١٥	٥	٠	٠				
٢	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	٣٨	١٩	٣	٠	٠	٤.٥٨	٠.٥٩١	٩١.٦	٤
		٦٣.٣	٣١.٧	٥	٠	٠				
٣	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	٤٦	١٣	١	٠	٠	٤.٧٥	٠.٤٧٤	٩٥	م١
		٧٦.٧	٢١.٧	١.٧	٠	٠				

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
٤	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.	ك	٣٩	١٨	٣	٠	٠	٤.٦٠	٠.٥٨٨	٩٢	٣
		%	٦٥	٣٠	٥	٠					
٥	خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	ك	٣٩	١٤	٧	٠	٠	٤.٥٣	٠.٧٠٠	٩٠.٦	٥
		%	٦٥	٢٣.٣	١١.٧	٠					
المتوسط الحسابي العام = (٤.٦٤)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٠٠)، ونسبة موافقة = (٩٢.٨%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي على النحو الآتي:

١. تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٥)، ونسبة موافقة (٩٥) بالمئة.

٢. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٥)، ونسبة موافقة (٩٥) بالمئة.

٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٠)، ونسبة موافقة (٩٢) بالمئة.

٤. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٨)، ونسبة موافقة (٩١.٦) بالمئة.

٥. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٣)، ونسبة موافقة (٩٠.٦) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٣٥) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٦٤)، (٩٢.٨) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، كما تجاوزت كافة التطلعات حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك التطلعات تُعد من الاحتياجات

الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ لتحقيق الكفاءة والبناء الشامل للعمل الدعوي المؤسسي.

● تقدّم التطلع المستقبلي إلى: (تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي) على بقية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء ذاك التطلعان في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة (٩٥.٤) بالمئة؛ وهو ما يعكس حاجة المؤسسات الدعوية لإيجاد جهة استشارية دعوية، تجعل من أولوياتها المستقبلية بناء الصف الثاني من المستشارين الدعويين على أسس علمية للقيام بهذه المهمة، إلى جانب تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، وإيجاد حصانة للمؤسسات الدعوية من أي انحرافات فكرية.

● أهمية التركيز على التطلع إلى: (تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي، تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني) من وجهة نظرة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ إذ جاءت بنسبة موافقة (٩٢)، بالمئة على التوالي؛ باعتبار ضرورة أن تكون من أهداف المراكز الاستشارية الدعوية جودة العمل الدعوي المؤسسي من خلال نوعية الاستشارات المقدمة القابلة للتطبيق، إضافة إلى الاعتناء بجانب التأهيل المعرفي والفكري والمهني الدعوي، وفق منهجية علمية صحيحة.

● تراجع مرتبة التطلع إلى: (خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي) من وجهة نظرة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، مقارنة بالتطلعات السابقة؛ إذ جاءت بنسبة موافقة (٩٠.٦) بالمئة؛ تخوفاً من أن فتح المجال لخدمة المؤسسات الدعوية على المستوى الإقليمي والعالمي يؤثر على خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي، خاصة في ظل تعدد تلك المؤسسات في مناطق المملكة العربية السعودية (١٣) وحاجتها لاستشارات مبنية على دراسات للواقع من شأنها أن تتطلب وقتاً وجهداً كبيراً، وفي الوقت نفسه يرى ضرورة الاهتمام بالمؤسسات الدعوية في الخارج (٦٥) بالمئة من أفراد العينة بدرجة عالية جداً،

و(٢٣.٣) بالمئة بدرجة عالية؛ باعتبار أنهم أكثر حاجة للتوجيه والإرشاد الدعوي في ظل قيادة المملكة العربية السعودية العالم الإسلامي.

● مطالبة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، بأن يتطلع

العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي لتحقيق التالي:

١. تنويع مجالات الاستشارات الدعوية حسب احتياجات المؤسسات الدعوية مثل:

(استشارات خاصة بالدعوة إلى الإسلام، استشارات خاصة بالجاليات المسلمة،

استشارات خاصة بدعوة أصحاب الفكر المنحرف، استشارات خاصة

بدعوة الشباب، ...)، مع مراعاة اختلاف البيئات والمناطق والفئة المستهدفة.

٢. إيجاد مناهج متقدمة وطرق ذكية لإعداد وتأهيل الدعاة منضبطة بالمنهج الصحيح،

وقابلة للتطبيق مع اختلاف الزمان والمكان.

٣. إنشاء موقع إلكتروني يكون مرجعاً إرشادياً وتوجيهياً لكافة المؤسسات الدعوية؛ يُقدّم

كافة ما يحتاجه القائم بالعمل الدعوي، ويُسهّم في معالجة أي مشكلات تعترضه.

المطلب الثالث: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر أفراد المجتمع:

وضحت الدراسة الميدانية النتائج من خلال جزئي: (البيانات الأولية لعينة الدراسة من أفراد المجتمع، الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي)، وذلك على النحو التالي:

أولاً: البيانات الأولية لعينة الدراسة من أفراد المجتمع:

شملت البيانات الأولية لعينة الدراسة من أفراد المجتمع: بياناتهم الشخصية، وبياناتهم المتعلقة بالاستشارات الدعوية، المتمثلة في الآتي:

١. البيانات الشخصية لعينة الدراسة من أفراد المجتمع:

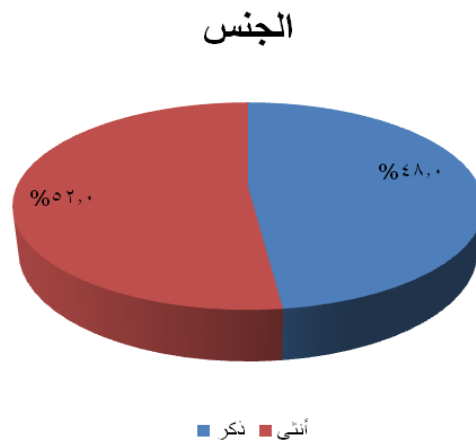
كشفت الدراسة الميدانية البيانات الشخصية لأفراد العينة: (الجنس، الجنسية، المنطقة، العمر، المؤهل العلمي)، ويتضح تفصيل ذلك من الجداول والرسوم البيانية التالية:

جدول رقم (٣٦)

يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	٩٨	٤٨
أنثى	١٠٦	٥٢
المجموع	٢٠٤	١٠٠

الرسم البياني رقم (١٥)
يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنس

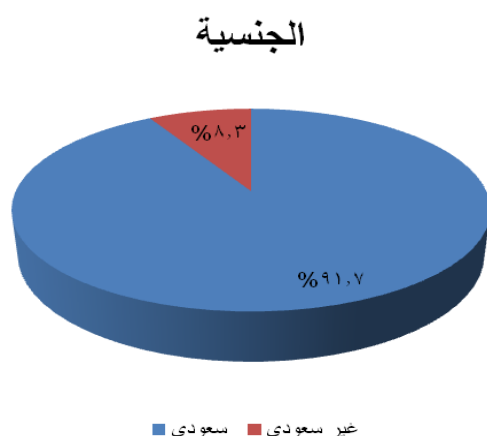


يبين الجدول رقم (٣٦)، والرسم البياني رقم (١٥) توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنس؛ حيث تقاربت نسبتا الذكور والإناث إلى النصف؛ نسبة الذكور (٤٨) بالمئة، ونسبة الإناث (٥٢) بالمئة من مجموع أفراد العينة؛ وقد تم تعمد ذلك للوصول لرأي متوازن يمثل كلا الجنسين.

جدول رقم (٣٧)
يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة
سعودي	١٨٧	٩١.٧
غير سعودي	١٧	٨.٣
المجموع	٢٠٤	١٠٠

الرسم البياني رقم (١٦)
يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنسية

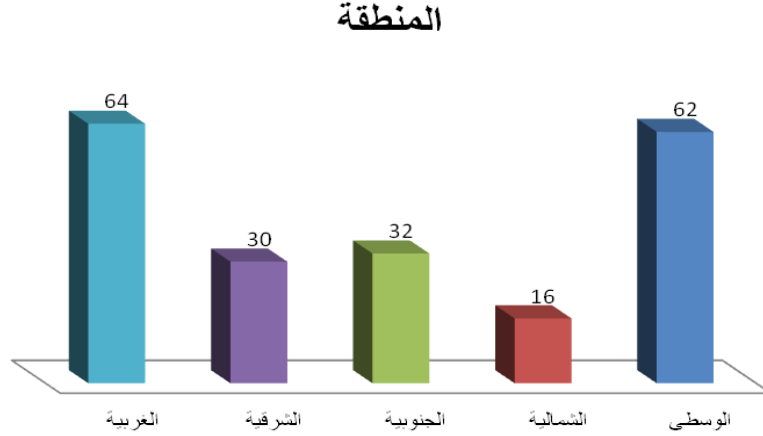


يتضح من الجدول رقم (٣٧)، والرسم البياني رقم (١٦) الذي يبين توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنسية: أن (٩١.٧) بالمئة من أفراد العينة من الجنسية السعودية، في حين كان تمثيل غير السعوديين ما نسبته (٨.٣) بالمئة فقط؛ رغبةً في الحصول على رأي شامل لكل الفئات المستفيدة من الاستشارات الدعوية.

جدول رقم (٣٨)
يوضح توزيع أفراد المجتمع وفق المنطقة

المنطقة	التكرار	النسبة
الوسطى	٦٢	٣٠.٤
الشمالية	١٦	٧.٨
الجنوبية	٣٢	١٥.٧
الشرقية	٣٠	١٤.٧
الغربية	٦٤	٣١.٤
المجموع	٢٠٤	١٠٠

الرسم البياني رقم (١٧)
يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المنطقة



يتبين من الجدول رقم (٣٨)، والرسم البياني رقم (١٧) الذي يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المنطقة: تفاوت نسب تمثيل المناطق ما بين (٣١.٤ - ٧.٨) بالمئة من أفراد العينة؛ تم اختيارهم بعناية حسب توزيعهم السكاني في مناطق المملكة العربية السعودية^(١)؛ حيث تصدرت المنطقة الغربية بتمثيل ما نسبته (٣١.٤) بالمئة من أفراد العينة، تلتها المنطقة الوسطى (٣٠.٤) بالمئة، ثم المنطقة الجنوبية (١٥.٧) بالمئة، فالمنطقة الشرقية بنسبة (١٤.٧) بالمئة، وجاءت المنطقة الشمالية بنسبة (٧.٨) بالمئة.

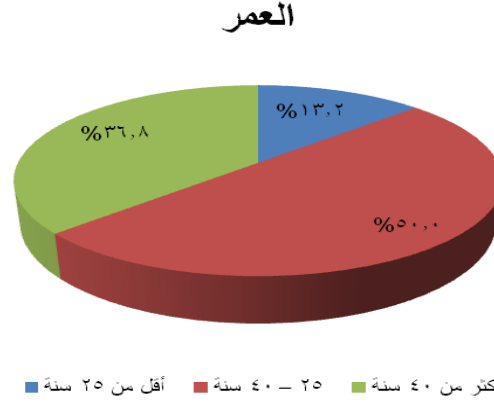
جدول رقم (٣٩)
يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من ٢٥ سنة	٢٧	١٣.٢
٢٥ - ٤٠ سنة	١٠٢	٥٠
أكثر من ٤٠ سنة	٧٥	٣٦.٨
المجموع	٢٠٤	١٠٠

(١) انظر: النتائج التفصيلية للتعداد العام للسكان والمساكن ١٤٣١هـ، مرجع سابق.

الرسم البياني رقم (١٨)

يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق العمر



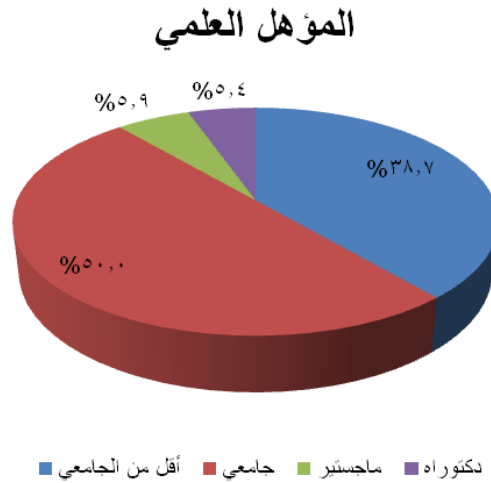
يوضح الجدول رقم (٣٩)، والرسم البياني رقم (١٨) توزيع عينة أفراد المجتمع وفق العمر؛ حيث كانت من أعمارهم تتراوح ما بين (٢٥-٤٠) سنة هي النسبة الأعلى من أفراد العينة بما نسبته (٥٠) بالمئة، تلتها من تزيد أعمارهم عن (٤٠) سنة بما نسبته (٣٦.٨) بالمئة، وهو ما يشير إلى أن الرأي المقدّم بُني في مرحلة نضج واطلاع واسع، في حين جاءت ما نسبته (١٣.٢) بالمئة من أفراد العينة تقل أعمارهم عن (٢٥) سنة.

جدول رقم (٤٠)

يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
أقل من الجامعي	٧٩	٣٨.٧
جامعي	١٠٢	٥٠
ماجستير	١٢	٥.٩
دكتوراه	١١	٥.٤
المجموع	٢٠٤	١٠٠

الرسم البياني رقم (١٩)
يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المؤهل العلمي



يوضح الجدول رقم (٤٠)، والرسم البياني رقم (١٩) توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المؤهل العلمي؛ حيث جاء نصف العينة مؤهلهم جامعي بما نسبته (٥٠) بالمئة، وهو ما يشير إلى أن المستوى التعليمي لغالبية أفراد العينة مناسب لإدراك الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية، في حين جاءت نسبة من مستواهم التعليمي أقل من الجامعي (٣٨.٧) بالمئة، وهو ما يقارب ثلث العينة، والذي لوحظ أثره في تفهم هذه الفئة لعبارات استمارة المقابلة، وجاءت نسبة الحاصلين على درجة الماجستير (٥.٩) بالمئة، والدكتوراه (٥.٤) بالمئة، وذلك من مختلف التخصصات الشرعية وغير الشرعية حسب إفادة العينة أثناء المقابلة، وكان لرأيهم وجهة وتمت الاستفادة منه في التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

٢. البيانات المتعلقة بالاستشارات الدعوية لعينة الدراسة من أفراد المجتمع:

كشفت الدراسة الميدانية البيانات المتعلقة بالاستشارات الدعوية لأفراد العينة: (مفهوم الاستشارات الدعوية، مدى الاستفادة من الاستشارات الدعوية، واقع الاستشارات الدعوية)، ويتضح تفصيل ذلك من الجداول التالية:

جدول رقم (٤١)

يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق مفهوم الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	مفهوم الاستشارات الدعوية
٩٤.١	١٩٢	تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد
٤٧.١	٩٦	تقديم الفتاوى الشرعية
٥٨.٣	١١٩	تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته
٨٧.٧	١٧٩	تقديم برامج تأهيلية للدعاة
٠.٥	١	مفاهيم أخرى

يتضح من الجدول رقم (٤١) مدى استيعاب أفراد العينة لمفهوم الاستشارات الدعوية، وقد جاء الترتيب التنازلي للآراء على النحو التالي:

١. تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بما نسبته (٩٤.١) بالمئة؛ وهو ما يشير إلى استيعاب معظم أفراد العينة لتضمن مفهوم الاستشارات الدعوية تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد القائمين بالعمل الدعوي.

٢. تقديم برامج تأهيلية للدعاة بما نسبته (٨٧.٧) بالمئة؛ وهو ما يوضح استشعار غالبية أفراد العينة أهمية أن تتولى المراكز الاستشارية الدعوية تأهيل الدعاة للقيام بالعمل الدعوي بكفاءة عالية.

٣. تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته بما نسبته (٥٨.٣) بالمئة؛ حيث يرى ما يزيد عن نصف العينة أنه من مهام الاستشارة الدعوية؛ وهو ما يبين حجم التداخل الكبير بين مفهوم الاستشارات الدعوية والاستشارات الأسرية لدى أفراد المجتمع.

٤. تقديم الفتاوى الشرعية وفق رأي ما يقارب من نصف العينة (٤٧.١) بالمئة؛ وهو ما يبين تداخل مفهوم الاستشارات الدعوية بالاستشارات الشرعية؛ حيث يلجأ كثير من أفراد المجتمع للمستشار الدعوي لطلب الفتوى الشرعية؛ باعتبار أن ذلك من مهامه، أو لصعوبة الوصول للمستشار الشرعي.

ويتضح من مجمل الآراء السابقة عدم وضوح مفهوم الاستشارات الدعوية، وتداخله مع مفاهيم أخرى لدى عينة أفراد المجتمع أكثر منها لدى عيني: الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، ومسؤولي المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ بحكم البعد عن الاستفادة المباشرة من الاستشارة الدعوية.

جدول رقم (٤٢)

يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع

وفق مدى الاستفادة من الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	الإجابة
٢٧.٥	٥٦	نعم
٧٢.٥	١٤٨	لا
١٠٠	٢٠٤	المجموع

يكشف الجدول رقم (٤٢) أن ما نسبته (٢٧.٥) بالمئة فقط من عينة أفراد المجتمع سبق لهم الاستفادة من الاستشارات الدعوية، في حين جاءت نسبة من لم يسبق لهم الاستفادة من ذلك (٧٢.٥) بالمئة، أي ما يقارب ثلاثة أرباع العينة، وهي نسبة عالية توضح عدم إدراك غالبية أفراد المجتمع لأهمية الاستشارة الدعوية، رغم ممارستهم لذلك بصورة مستمرة في نطاق أسرهم ومجتمعاتهم القريبة؛ وهو ما ينتج عنه العشوائية في العمل الدعوي، وضعف الأداء؛ الأمر الذي يؤكد الحاجة لمنظومة مختصة بالاستشارات الدعوية، تجعل من أولوياتها نشر الوعي في المجتمع.

جدول رقم (٤٣)

يوضح توزيع عينة أفراد المجتمع وفق واقع الاستشارات الدعوية

النسبة	التكرار	واقع الاستشارات الدعوية
١٥.٧	٣٢	مرضى
٤٤.٦	٩١	مرضى إلى حد ما
٢٦.٥	٥٤	غير مرضى
١٣.٢	٢٧	لا أعلم
١٠٠	٢٠٤	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٤٣) واقع الاستشارات الدعوية من وجهة نظر عينة أفراد

المجتمع؛ حيث أفاد ما يقارب من نصف العينة بنسبة (٤٤.٦) بالملئة بأنه مرضٍ إلى حدٍّ ما، و(٢٦.٥) بالملئة بأنه غير مرضٍ، و(١٥.٧) بالملئة بأنه مرضٍ، وبينت ما نسبته (١٣.٢) بالملئة عدم علمهم بواقع الاستشارات الدعوية لعدم تواصلهم مع من يقوم بهذه المهمة؛ نظراً ل: (عدم الوعي بأهمية الاستشارة الدعوية، عدم الحاجة، عدم السماع بها مطلقاً، الانشغال، عدم وجود جهة واضحة مسؤولة عن تقديمها)، علماً أن عدداً ممن لم يستفد مباشرة من الاستشارات الدعوية بنى رأيه بالرضا من عدمه بناءً على ما يسمع من تجارب الآخرين.

وكان من تبريرات عينة أفراد المجتمع بعدم الرضا و الرضا التام عن واقع الاستشارات الدعوية ما يلي:

١. عدم وجود جهة متخصصة في تقديم الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى، تضم نخبة من المؤهلين من أهل الاختصاص.
٢. اقتصار العمل الاستشارى الدعوى على جهود فردية، غير منضبطة بأطر وأسس الاستشارة.
٣. صعوبة الوصول للمستشار الدعوى المتخصص، خاصة في الجانب النسائي.
٤. قلة الوقت الممنوح للمستشير لعرض مشكلته الدعوية بوضوح؛ ليسهل معالجتها؛ وذلك يعود لعدم تفرغ المستشارين لهذه المهمة.
٥. اقتصار الاستشارات الدعوية على موضوعات محددة لا ترتقي إلى النظر في الفكر وسبل توجيهه.
٦. وجود تداخل في تقديم الاستشارة الدعوية مع تخصصات شبيهة لها في المجال، مع عدم معرفة حدود كل تخصص.
٧. عدم الوعي بالكثير من المستجدات المجتمعية وكيفية التعامل معها.
٨. الحاجة للمستشار الدعوى الذي يتفهم احتياج المستشير ويحسن التعامل معه، ويعي تأثير البيئة المجتمعية واختلاف المشورة تبعاً لذلك.
٩. عدم استيعاب المجتمع لأهمية الاستشارة الدعوية، سواء على المستوى المؤسسي أم الفردى؛ نظراً لغياب التوعية بذلك.

ثانياً: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي في مجالات: (محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي)، وذلك على النحو التالي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

بينت الدراسة الميدانية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر أفراد المجتمع، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٤٤)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي

من وجهة نظر أفراد المجتمع

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب	
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً					
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.	ك	١٣١	٦٤	٩	٠	٠	٤.٦٠	٠.٥٧٥	٩٢	٢
		%	١٣٥	٤٩	١٩	١	٠				
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	ك	١٢٥	٥٩	١٨	٢	٠	٤.٥٦	٠.٦٨٢	٩١.٢	٣
		%	٦١.٣	٢٨.٩	٨.٨	١	٠				
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	ك	١٤٣	٤٨	١١	١	٠	٤.٥٠	٠.٦٩٨	٩٠	٤
		%	٧٠.١	٢٣.٥	٥.٤	٠.٥	٠				
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	ك	١٤٣	٤٨	١١	٢	٠	٤.٦٤	٠.٦٠٨	٩٢.٨	١
		%	٧٠.١	٢٣.٥	٥.٤	١	٠				
٥	تمويل العمل الدعوي.	ك	٩٧	٥١	٣٨	١٦	٢	٤.١٠	١.٠٢	٨٢	٧
		%	٤٧.٥	٢٥	١٨.٦	٧.٨	١				
٦	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	ك	١١٢	٦٧	٢٣	٢	٠	٤.٤٢	٠.٧٢٨	٨٨.٤	٦
		%	٥٤.٩	٣٢.٨	١١.٣	١	٠				
٧	تقويم العمل الدعوي.	ك	١١٥	٦٣	٢٤	٢	٠	٤.٤٣	٠.٧٣٦	٨٨.٦	٥
		%	٥٦.٤	٣٠.٩	١١.٨	١	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٤٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٧٧)، ونسبة موافقة = (٨٩.٢%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، حسب أهميتها للمؤسسات الدعوية على النحو الآتي:

١. التخطيط للعمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٤)، ونسبة موافقة (٩٢.٨) بالمئة.
٢. بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٠)، ونسبة موافقة (٩٢) بالمئة.
٣. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٦)، ونسبة موافقة (٩١.٢) بالمئة.
٤. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٠)، ونسبة موافقة (٩٠) بالمئة.
٥. تقييم العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٣)، ونسبة موافقة (٨٨.٦) بالمئة.
٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٢)، ونسبة موافقة (٨٨.٤) بالمئة.
٧. تمويل العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.١٠)، ونسبة موافقة (٨٢) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٤٤) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٤٦)، (٨٩.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من أفراد المجتمع، كما تجاوزت كافة المحاور حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك المحاور تُعد من الاحتياجات الفعلية الماسة للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي.
- تقدُّم محور: (التخطيط للعمل الدعوي) على بقية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة بلغت (٩٢.٨) بالمئة، وهو ما يشير إلى استشعار أفراد العينة حاجة المؤسسات الدعوية لمن يرشدها في جانب التخطيط الاستراتيجي؛ الأمر الذي من شأنه أن ينعكس إيجاباً على الإنتاج الدعوي.

● أهمية التركيز على محاور: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها)؛ إذ جاءت في المراتب الثانية والثالثة والرابعة، بنسبة موافقة تتراوح ما بين (٩٢-٩٠) بالمئة، وهو ما يكشف اتفاق معظم أفراد العينة على الحاجة للاستشارة فيما يتعلق بالمشكلات التي تعترض العمل الدعوي المؤسسي، واستيضاح مفهوم العمل الدعوي وضوابطه؛ للارتقاء بمستوى الأداء الدعوي الذي يخدم المجتمع على اختلاف فئاته.

● تراجع مرتبة محاور: (تقويم العمل الدعوي، بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، تمويل العمل الدعوي) من وجهة نظرة عينة أفراد المجتمع؛ إذ تتراوح نسبة الموافقة ما بين (٨٨.٦-٨٢) بالمئة؛ باعتبار أنها مما يقلّ طرح الإشكالات حولها، أو تُعدّ من اختصاصات جهات أخرى، ولا تُقارن بالحاجة الاستشارية للمحاور السابقة مع بقاء الحاجة للاستشارة بشأنها.

ورأت عينة أفراد المجتمع أهمية أن يُضاف لمهام الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي: (تشخيص مشكلات الواقع الدعوي وتحليلها، تحديد الاحتياجات الدعوي للمؤسسات الدعوية في المناطق المختلفة، اختيار العاملين في المؤسسات الدعوية وتأهيلهم، منح تصاريح دعوية للدعاة المؤهلين).

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

وضحت الدراسة الميدانية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر أفراد المجتمع، وهو ما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (٤٥)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي

من وجهة نظر أفراد المجتمع

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.	١١٧	٧١	١١	٤	١	٤.٤٧	٠.٧٣٢	٨٩.٤	م٢
		٥٧.٤	٣٤.٨	٥.٤	٢	٠.٥				
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	١٣٢	٦٣	٦	٣	٠	٤.٥٩	٠.٦٢٥	٩١.٨	١
		٦٤.٧	٣٠.٩	٢.٩	١.٥	٠				
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	١١٩	٦٢	٢٣	٠	٠	٤.٤٧	٠.٦٩١	٨٩.٤	م٢
		٥٨.٣	٣٠.٤	١١.٣	٠	٠				
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	١١٢	٦١	٢٩	٢	٠	٤.٣٩	٠.٧٦٤	٨٧.٨	٦
		٥٤.٩	٢٩.٩	١٤.٢	١	٠				
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	١٢١	٥٨	٢٤	١	٠	٤.٤٧	٠.٧١٨	٨٩.٤	م٢
		٥٩.٣	٢٨.٤	١١.٨	٠.٥	٠				
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	١١٤	٥٨	٣١	١	٠	٤.٤٠	٠.٧٥٩	٨٨	٥
		٥٥.٩	٢٨.٤	١٥.٢	٠.٥	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٤٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٥٤٥)، ونسبة موافقة = (٨٩.٢%)										

لقد جاء الترتيب التنازلي لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي على النحو الآتي:

١. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٩)، ونسبة موافقة (٩١.٨) بالمئة.

٢. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٧)، ونسبة موافقة (٨٩.٤) بالمئة.

٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، بمتوسط حسابي قدره (٤٠.٤٧)، ونسبة موافقة (٨٩.٤) بالمئة.

٤. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤٠.٤٧)، ونسبة موافقة (٨٩.٤) بالمئة.

٥. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤٠.٤٠)، ونسبة موافقة (٨٨) بالمئة.

٦. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤٠.٣٩)، ونسبة موافقة (٨٧.٨) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٤٥) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤٠.٤٦)، (٨٩.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من أفراد المجتمع، كما تجاوزت كافة الأسباب حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك الأسباب تؤكد الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، وتعد دوافع للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه لخدمة المؤسسات الدعوية.

- تقدّم سبب: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية) على بقية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة (٩١.٨) بالمئة؛ وهو ما يكشف إدراك أفراد العينة حاجة المؤسسات الدعوية لجهة استشارية معتبرة تُسهل الوصول للمختص الثقة صاحب الخبرة في المجال الدعوي المؤسسي؛ ليثمر ذلك نتاجاً قوياً تنتفع به الأمة.

- الحاجة إلى: (توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية)؛ إذ جاءت بنسب متساوية بلغت (٨٩.٤) بالمئة؛ وهو ما يؤكد حاجة المؤسسات الدعوية من وجهة

نظر أفراد العينة لجهة استشارية معتبرة توضح أهمية الاستشارة لنجاح العمل الدعوي، وتعمل على تنظيمه ووضع أسس وقواعد لاستقبال الاستشارة وتقديمها بما يخدم العمل الدعوي، إلى جانب إمكانية الاستفادة من ذلك التنظيم في متابعة الاستشارة.

- تراجع مرتبة: (تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي) من وجهة نظرة عينة أفراد المجتمع؛ إذ جاءا بنسبة موافقة (٨٨، ٨٧.٨) بالمئة على التوالي؛ إذ يُعدان أقل من سابقيهما في الاحتياج، ويرى أفراد العينة أنها دوافع مناسبة تؤخذ في الاعتبار عند تنظيم العمل الاستشاري الدعوي.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

بينت الدراسة الميدانية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي، من وجهة نظر أفراد المجتمع، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٤٦)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي
من وجهة نظر أفراد المجتمع

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب	
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً					
١	تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.	ك	١٤٩	٤٠	١٢	٣	٠	٤.٦٤	٠.٦٦٢	٩٢.٨	٣
		%	٧٣	١٩.٦	٥.٩	١.٥	٠				
٢	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	ك	١٤٧	٤٨	٨	١	٠	٤.٦٧	٠.٥٧٤	٩٣.٤	م١
		%	٧٢.١	٢٣.٥	٣.٩	٠.٥	٠				
٣	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	ك	١٥١	٣٨	١٢	٣	٠	٤.٦٧	٠.٦٣٤	٩٣.٤	م١
		%	٧٤	١٨.٦	٠.٥	١.٥	٠				
٤	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.	ك	١٣٠	٥٦	١٧	٠	٠	٤.٥٦	٠.٦٤٥	٩١.٢	٤
		%	٨.٤	٢٧.٦	٦٤	٠	٠				
٥	خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	ك	١٣٤	٤٦	١٩	٣	٠	٤.٥٤	٠.٧٢٧	٩٠.٨	٥
		%	٦٦.٣	٢٢.٨	٩.٤	١.٥	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٦٢)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٨٨)، ونسبة موافقة = (٩٢.٤%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي على النحو الآتي:

١. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٧)، ونسبة موافقة (٩٣.٤) بالمئة.

٢. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٧)، ونسبة موافقة (٩٣.٤) بالمئة.

٣. تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٤)، ونسبة موافقة (٩٢.٨) بالمئة.

٤. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٦)، ونسبة موافقة (٩١.٢) بالمئة.

٥. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٤)، ونسبة موافقة (٩٠.٨) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٤٦) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٦٢)، (٩٢.٤) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من أفراد المجتمع، كما تجاوزت كافة التطلعات حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك التطلعات تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي.

- تقدُّم التطلع المستقبلي إلى: (تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي) على بقية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ إذ جاء ذاك التطلعان في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة (٩٣.٤) بالمئة؛ وهو ما يعكس حاجة المؤسسات الدعوية لإيجاد جهة استشارية دعوية، تجعل من أولوياتها المستقبلية العناية بجانب التأهيل الدعوي علمياً ومعرفياً

وفكرياً ومهنياً، إلى جانب تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، وإيجاد حصانة للمؤسسات الدعوية من أي انحرافات فكرية.

● أهمية التركيز على التطلع إلى: (تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي) من وجهة نظرة عينة أفراد المجتمع؛ إذ جاءا بنسبة موافقة (٩٢.٨، ٩١.٢) بالمتة على التوالي؛ باعتبار ضرورة أن يكون من أهداف المراكز الاستشارية الدعوية إيجاد الصف الثاني في المجال الاستشاري الدعوي، المؤهل لهذه المهمة من واقع خبرة دعوية، وتأسيس علمي في المجال الاستشاري، إلى جانب العناية بجودة العمل الدعوي المؤسسي من خلال نوعية الاستشارات المقدمة القابلة للتطبيق.

● تراجع مرتبة التطلع إلى: (خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي) من وجهة نظرة عينة أفراد المجتمع، مقارنة بالتطلعات السابقة؛ إذ جاءت بنسبة موافقة (٩٠.٨) بالمتة؛ باعتبار أهمية مراعاة ترتيب الأولويات بالعناية بالمؤسسات الدعوية محلياً، وعدم توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية إقليمياً وعالمياً إلا بعد ضبط العمل داخلياً، والتمكن من سبر غور الاحتياجات الدعوية على المستوى المؤسسي؛ وفقاً لاختلاف البيئات والثقافات المجتمعية والظروف المحيطة، وذلك بما يتواءم مع رسالة المملكة العربية السعودية الدعوية.



المبحث الثاني

الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي

تمهيد:

يحتاج العمل الدعوي على المستوى الفردي - القائم على جهود فردية غير تابعة لمؤسسات دعوية - إلى الضبط والتنظيم بما يُسهم في توجيهه وإرشاده لما يحقق النجاح الدعوي المجتمعي.

إذ ينطلق من العمل الدعوي الفردي إصلاح الأسر والمجتمعات؛ حيث يضطلع القائم بالعمل الدعوي بصورته الفردية بدعوة أهله وذويه ابتداءً، قال تعالى: ﴿وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ﴾^(١)، وهو ما يستلزم منه فقه دعوة الأقربين؛ علماً أنه لا يشترط أن يقوم بهذا العمل متخصص في المجال الدعوي، بل قد يمارسه من لا يملك أقل المؤهلات العلمية، الأمر الذي يترتب عليه زيادة الحاجة لطلب الاستشارة الدعوية؛ لتحقيق الغاية من الدعوة إلى الله تعالى بأيسر السبل وأصوبها.

كما قد يتصدر للدعوة إلى الله ﷻ بعض الدعاة من أهل العلم والخبرة على نطاق واسع في المجتمع بصورته الفردية^(٢)، وقد يحتاجون في ظل ذلك لاستشارات دعوية متخصصة توجه مساهمهم الدعوي؛ الأمر الذي يعكس الاحتياج الفعلي لتنظيم العمل الاستشاري الدعوي.

لذا جاء هذا المبحث لتحديد أبرز محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، وأسباب الاحتياج للعمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، والتطلعات المستقبلية للعمل

(١) (سورة الشعراء، الآية: ٢١٤).

(٢) يرى بعض أفراد عينة الدراسة ضرورة عدم تشجيع العمل الدعوي الفردي بهذه الصورة، وأهمية خروجه بصورة رسمية مؤسسية؛ منعاً لاستغلال ذلك من أصحاب الفكر المنحرف لتغيير المسار الدعوي، في ظل صعوبة استقصاء كافة الأنشطة الدعوية الفردية والتأكد من سلامة منهجها.

الاستشاري الدعوي بما يخدم العمل الدعوي الفردي، وتم استقصاء ذلك من مختلف الجوانب، من خلال ثلاثة مطالب كالآتي:

المطلب الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى.

المطلب الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات.

المطلب الثالث: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر أفراد المجتمع.

المطلب الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي في مجالات: (محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي)، وذلك على النحو التالي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

بينت الدراسة الميدانية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٤٧)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي

من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.	ك	٤٢	٢٠	٣	٠	٠	٤.٦٠	٠.٥٨١	٩٢	١
		%	٦٤.٦	٣٠.٨	٤.٦	٠	٠				
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	ك	٣٦	١٩	٨	٢	٠	٤.٣٧	٠.٨٢١	٨٧.٤	٦
		%	٥٥.٤	٢٩.٢	١٢.٣	٣.١	٠				
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	ك	٤٠	١٦	٧	٢	٠	٤.٤٥	٠.٨١١	٨٩	٤
		%	٦١.٥	٢٤.٦	١٠.٨	٣.١	٠				
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	ك	٣٦	٢٢	٦	١	٠	٤.٤٣	٠.٧٢٨	٨٨.٦	٥
		%	٥٥.٤	٣٣.٨	٩.٢	١.٥	٠				
٥	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	ك	٣٨	٢٠	٦	١	٠	٤.٤٦	٠.٧٣١	٨٩.٢	م٢
		%	٥٨.٥	٣٠.٨	٩.٢	١.٥	٠				
٦	تقويم العمل الدعوي.	ك	٣٨	٢٠	٦	١	٠	٤.٤٦	٠.٧٣١	٨٩.٢	م٢
		%	٥٨.٥	٣٠.٨	٩.٢	١.٥	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٤٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٥٧٥)، ونسبة موافقة = (٨٩.٢%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة على النحو الآتي:

١. بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٠)، ونسبة موافقة (٩٢) بالمئة.

٢. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٦)، ونسبة موافقة (٨٩.٢) بالمئة.

٣. تقويم العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٦)، ونسبة موافقة (٨٩.٢) بالمئة.

٤. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٥)، ونسبة موافقة (٨٩) بالمئة.

٥. التخطيط للعمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٣)، ونسبة موافقة (٨٨.٦) بالمئة.

٦. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٣٧)، ونسبة موافقة (٨٧.٤) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٤٧) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٤٦)، (٨٩.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، كما تجاوزت كافة المحاور حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك المحاور تُعد من الاحتياجات الفعلية الماسة للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، وهو ما يستلزم أن تكون من أولويات اهتمام المراكز الاستشارية الدعوية لخدمة القائمين بالعمل الدعوي بصورة فردية.

- تقدُّم محور: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها) على بقية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة بلغت (٩٢) بالمئة، وهو ما يشير إلى حجم المشكلات التي يواجهها العمل الدعوي الفردي، التي

يُحتاج فيها إلى استشارة ترشد إلى سبل المعالجة، خاصة في ضوء ممارستها في الغالب من غير المتخصص.

- الحاجة إلى التركيز على محوري: (بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، تقويم العمل الدعوي) في الاستشارات الدعوية الفردية؛ حيث جاءا بنسبة موافقة متساوية (٨٩.٢) بالمئة، ويحتاجها القائم بالعمل الدعوي لتحسين أدائه، من خلال تطوير وسائله وأساليبه الدعوية، والتأكد من جودة نشاطه الدعوي بطلب تقويم ذلك من قبل المختصين في المجال.
- تراجع مرتبة محاور: (التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، التخطيط للعمل الدعوي، التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه) من وجهة نظر عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي؛ إذ جاءت بنسب تتراوح ما بين (٨٩-٨٧.٤) بالمئة؛ باعتبار أن تلك المحاور تقل أهميتها في العمل الدعوي الفردي مقارنة بالمؤسسي، سواء ما يتعلق بالتعرف على ضوابط العمل الدعوي ومفهومه، الذي يمكن استقاؤه من الكتاب والسنة، إضافة إلى أن التخطيط الدعوي لا يستلزمه بالضرورة العمل الفردي، ورغم ذلك تُعد نسب الموافقة على تلك المحاور بصورة عامة مرتفعة، مما يؤكد اعتبارها احتياجاً فعلياً لاستشارة الداعية بشأنها.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

وضحت الدراسة الميدانية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي، من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وهو ما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (٤٨)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.	ك	٣٨	٢٥	٢	٠	٤.٥٥	٠.٥٦٠	٩١	٢
		%	٥٨.٥	٣٨.٥	٣.١	٠				
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	ك	٤٤	٢١	٠	٠	٤.٦٨	٠.٤٧١	٩٣.٦	١
		%	٦٧.٧	٣٢.٣	٠	٠				
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	ك	٤٢	١٦	٧	٠	٤.٥٤	٠.٦٨٦	٩٠.٨	م٣
		%	٦.٦	٢٤.٦	١٠.٨	٠				
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	ك	٣٨	١٧	٧	٣	٤.٣٨	٠.٨٦٠	٨٧.٦	٦
		%	٥٨.٥	٢٦.٢	١٠.٨	٤.٦				
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	ك	٣٨	٢٤	٣	٠	٤.٥٤	٠.٥٨٨	٩٠.٨	م٣
		%	٥٨.٥	٣٦.٩	٤.٦	٠				
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	ك	٣٧	٢٤	٣	١	٤.٤٩	٠.٦٦٤	٨٩.٨	٥
		%	٥٦.٩	٣٦.٩	٤.٦	١.٥				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٥٣)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٩٦)، ونسبة موافقة = (٩٠.٦%)										

لقد جاء الترتيب التنازلي لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي على النحو الآتي:

١. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره

(٤.٦٨)، ونسبة موافقة (٩٣.٦) بالمئة.

٢. توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٥)، ونسبة موافقة

(٩١) بالمئة.

٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٤)، ونسبة موافقة (٩٠.٨) بالمئة.

٤. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٥٤)، ونسبة موافقة (٩٠.٨) بالمئة.

٥. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٩)، ونسبة موافقة (٨٩.٨) بالمئة.

٦. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٣٨)، ونسبة موافقة (٨٧.٦) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٤٨) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٥٣)، (٩٠.٦) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، كما تجاوزت كافة الأسباب حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك الأسباب تؤكد الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، وتعد دوافع المطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه لخدمة العمل الدعوي الفردي.

- تقدّم سببي: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية) على بقية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي؛ إذ جاء ذانك السببان في المرتبتين الأولى والثانية بنسبة موافقة (٩٣.٦، ٩١) بالمئة؛ وهو ما يكشف أن من أول دوافع المطالبة بمنظومة متخصصة بالاستشارات الدعوية تسهيل الوصول للمتخصص الثقة، وتوعية الدعاة بأهمية الاستشارة للبعد بالعمل الدعوي عن العشوائية.

- الحاجة إلى: (تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية)؛ إذ جاء بنسبة موافقة متساوية (٩٠.٨) بالمئة؛ وهو ما يدل

على حاجة القائمين بالعمل الدعوي لإيجاد جهة استشارية معتبرة تضبط العمل الاستشاري وفق آلية تخدم المستفيدين منه في كافة مناطق المملكة العربية السعودية ابتداءً، بصورة تُسهل عملية متابعة الاستشارة في حال الحاجة لذلك.

- تراجع مرتبة سبي: (تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي) من وجهة نظرة عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي؛ إذ جاء بنسبة موافقة (٨٩.٨، ٨٧.٦) بالمئة على التوالي؛ وذلك لا يقلل من أهميتهما؛ كونهما من الدوافع للمطالبة بتنظيم العمل الاستشاري الدعوي وإيجاد مرجعية واضحة له؛ بدليل ارتفاع نسبة الموافقة لهما، إلا أن من أفراد العينة من يرى أن تقويم عمل مراكز الاستشارات الدعوية ليس منشدًا أولويًا مقارنة بالأسباب السابقة، واستبعد بعضهم أن يُسهم مثل هذا المشروع في تقليل ضغوط العمل على المستشار الدعوي بصورة واضحة؛ نظراً لأن الطلب للاستشارة يزيد بصورة كبيرة عن عدد من يتصدى لها.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

أشارت الدراسة الميدانية إلى التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي، من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٤٩)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي
من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	ك	٤٦	١٧	٢	٠	٤.٦٨	٠.٥٣٣	٩٣.٦	٢
		%	٧٠.٨	٢٦.٢	٣.١	٠				
٢	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	ك	٤٨	١٦	١	٠	٤.٧٢	٠.٤٨٤	٩٤.٤	١
		%	٧٣.٨	٢٤.٦	١.٥	٠				
٣	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.	ك	٣٩	٢٥	١	٠	٤.٥٨	٠.٥٢٧	٩١.٦	٣
		%	٦٠	٣٨.٥	١.٥	٠				
٤	خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	ك	٤٠	٢٢	٣	٠	٤.٥٧	٠.٥٨٥	٩١.٤	٤
		%	٦١.٥	٣٣.٨	٤.٦	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٦٣)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤١٧)، ونسبة موافقة = (٩٢.٦%)										

لقد جاء الترتيب التنازلي للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي على النحو الآتي:

١. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٢)، ونسبة موافقة (٩٤.٤) بالمئة.

٢. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٨)، ونسبة موافقة (٩٣.٦) بالمئة.

٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٨)، ونسبة موافقة (٩١.٦) بالمئة.

٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٧)، ونسبة موافقة (٩١.٤) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٤٩) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٦٣)، (٩٢.٦) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، كما تجاوزت كافة التطلعات حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك التطلعات تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية؛ لتحقيق الكفاءة والبناء الشامل للعمل الدعوي الفردي.
- تقدّم التطلع المستقبلي إلى : (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي) على بقية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ إذ جاء ذلك التطلع في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة (٩٤.٤) بالمئة؛ وهو ما يعكس الحاجة لإيجاد جهة استشارية دعوية، تجعل من أولوياتها المستقبلية تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، تكون مرجعاً آمناً لإزالة أي شوائب فكرية عارضة تعترض القائم بالعمل الدعوي، خاصة في هذا العصر الذي ينشط فيه أصحاب الفكر المنحرف.
- أهمية التركيز على التطلعات التالية: (تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي، خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي) من وجهة نظر عينة الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي؛ إذ جاءت ما بين (المرتبة الثانية- المرتبة الرابعة)، بنسبة موافقة (٩٣.٦-٩١.٤) بالمئة؛ باعتبار ضرورة أن يكون من أهداف المراكز الاستشارية الدعوية بناء كوادر دعوية متميزة، من خلال توجيه البرامج التدريبية التأهيلية في الجانب المعرفي والفكري والمهني الدعوي، إلى جانب الوصول إلى جودة العمل الدعوي من خلال إيجاد مرجع يؤمن لهم توجيهات وإرشادات دعوية قابلة للتطبيق تتلاءم مع احتياجاتهم وفق مستجدات العصر، مع توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية إقليمياً وعالمياً بعد سد الاحتياج

المحلي في كافة مناطق المملكة العربية السعودية، وذلك بهدف خدمة نشر الدعوة الإسلامية وتصحيح مسارها في ظل استهدافها من أعداء الدين.

المطلب الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات:

بينت نتائج الدراسة الميدانية الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي في مجالات: (محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي)، وذلك على النحو التالي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

وضحت الدراسة الميدانية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وهو ما يشير إليه الجدول التالي:

جدول رقم (٥٠)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي

من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.	ك	٣٥	٢١	٤	٠	٤.٥٢	٠.٦٢٤	٩٠.٤	م
		%	٥٨.٣	٣٥	٦.٧	٠				
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	ك	٣٤	٢٠	٤	٠	٤.٤٣	٠.٧٦٧	٨٨.٦	٣
		%	٥٦.٧	٣٣.٣	٦.٧	٣.٣				
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	ك	٣٣	١٨	٩	٠	٤.٤٠	٠.٧٤١	٨٨	٥
		%	٥٥	٣٠	١٥	٠				
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	ك	٣٥	٢١	٤	٠	٤.٥٢	٠.٦٢٤	٩٠.٤	م
		%	٥٨.٣	٣٥	٦.٧	٠				
٥	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	ك	٢٩	٢٢	٨	١	٤.٣٢	٠.٧٧٠	٨٦.٤	٦
		%	٤٨.٣	٣٦.٧	١٣.٣	١.٧				

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
٦	تقويم العمل الدعوي.	ك	٣٤	١٨	٧	١	٠	٤.٤٢	٠.٧٦٦	٨٨.٤	٤
		%	٥٦.٧	٣٠	١١.٧	١.٧	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٤٣)، الانحراف المعياري العام = (٠.٥٢٠)، ونسبة موافقة = (٨٨.٦%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة على النحو الآتي:

١. بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٢)، ونسبة موافقة (٩٠.٤) بالمئة.

٢. التخطيط للعمل الدعوي، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٥٢)، ونسبة موافقة (٩٠.٤) بالمئة.

٣. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٣)، ونسبة موافقة (٨٨.٦) بالمئة.

٤. تقويم العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٢)، ونسبة موافقة (٨٨.٤) بالمئة.

٥. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٠)، ونسبة موافقة (٨٨) بالمئة.

٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٣٢)، ونسبة موافقة (٨٦.٤) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٥٠) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٤٣)، (٨٨.٦) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، كما تجاوزت كافة المحاور حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك المحاور تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي.

- تقدّم محوري: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، التخطيط للعمل الدعوي) على بقية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة بلغت (٩٠.٤) بالمئة؛ وهو ما يعكس أهمية العناية بجانب معالجة المشكلات التي تواجه القائمين بالعمل الدعوي بصورة فردية، وضرورة إعطاء أولوية لجانب الاستشارات الدعوية المتعلقة بجانب التخطيط؛ إذ يُسهم ذلك في تحقيق إنجازات واضحة ملموسة تخدم المجتمع.
- الحاجة إلى التركيز على محاور: (التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، تقييم العمل الدعوي، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها) في الاستشارات الدعوية الفردية؛ حيث جاءت بنسب موافقة تتراوح ما بين (٨٨.٦-٨٨) بالمئة؛ باعتبار أهميتها خاصة لغير المتخصص في المجال الدعوي؛ سعياً للارتقاء بمستوى الأداء الدعوي لكافة من يتصدر لذلك سواء على نطاق ضيق أو واسع.
- تراجع مرتبة محور: (بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي) من وجهة نظرة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ إذ جاء بما نسبته (٨٦.٤) بالمئة؛ الأمر الذي قد يعود لأولوية الحاجة للمحاور السابقة، واعتبار أن تطوير الوسائل والأساليب الدعوية ليس مطلباً لبعض القائمين بالعمل الدعوي الفردي.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

كشفت الدراسة الميدانية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي، من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وهو ما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (٥١)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي
من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	ك	توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.	٣٨	١٩	٣	٠	٠	٤.٥٨	٠.٥٩١	٩١.٦	م٢
	%		٦٣.٣	٣١.٧	٥	٠	٠				
٢	ك	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	٤١	١٩	٠	٠	٠	٤.٦٨	٠.٤٦٩	٩٣.٦	١
	%		٦٨.٣	٣١.٧	٠	٠	٠				
٣	ك	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	٣٣	٢٥	٢	٠	٠	٤.٥٢	٠.٥٦٧	٩٠.٤	م٤
	%		٥٥	٤١.٧	٣.٣	٠	٠				
٤	ك	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	٣٨	١٩	٣	٠	٠	٤.٥٨	٠.٥٩١	٩١.٦	م٢
	%		٦٣.٣	٣١.٧	٥	٠	٠				
٥	ك	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	٣٥	٢٠	٥	٠	٠	٤.٥٠	٠.٦٥١	٩٠	٦
	%		٥٨.٣	٣٣.٣	٨.٣	٠	٠				
٦	ك	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	٣٦	١٩	٥	٠	٠	٤.٥٢	٠.٦٥١	٩٠.٤	م٤
	%		٦٠	٣١.٧	٨.٣	٠	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٥٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٧٦)، ونسبة موافقة = (٩١.٢%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي على النحو الآتي:

١. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٨)، ونسبة موافقة (٩٣.٦) بالمئة.
٢. توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٨)، ونسبة موافقة (٩١.٦) بالمئة.

٣. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٥٨)، ونسبة موافقة (٩١.٦) بالمئة.

٤. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٢)، ونسبة موافقة (٩٠.٤) بالمئة.

٥. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٢)، ونسبة موافقة (٩٠.٤) بالمئة.

٦. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٥٠)، ونسبة موافقة (٩٠) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٥١) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٥٦)، (٩١.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، كما تجاوزت كافة الأسباب حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك الأسباب تؤكد الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، وتعد دوافع للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه لخدمة العمل الدعوي الفردي.

- تقدّم سبب: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية) على بقية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي؛ إذ جاء في المرتبة الأولى بنسبة موافقة (٩٣.٦) بالمئة؛ وهو ما يشير إلى حجم الحاجة لتيسير سبل الوصول للمستشار الثقة في المجال الدعوي.

- الحاجة إلى: (توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي)؛ إذ جاء بنسبة موافقة متساوية (٩١.٦) بالمئة؛ حيث يرى أفراد العينة أن من أول دوافع المطالبة بتنظيم العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي توجيه الدعاة لطلب الاستشارة؛ لأهمية ذلك في تحسين الأداء، إلى جانب تخفيف ضغط الاستشارات

على من تصدى لهذه المهمة، من خلال توزيع العمل على مجموعة من المستشارين الدعويين وفق آلية مقننة.

- أهمية العناية بـ: (تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية)؛ إذ جاءت بنسب تتراوح ما بين (٩٠.٤-٩٠) بالمئة؛ وهو ما يدل على حاجة القائمين بالعمل الدعوي لإيجاد جهة استشارية معتبرة تضبط العمل الاستشاري وفق آلية تخدم المستفيدين منه داخل المملكة العربية السعودية وخارجها، بصورة تُسهل عملية متابعة الاستشارة في حال الحاجة لذلك، وتسهم في الوقت نفسه في متابعة آلية تقديم الاستشارات الدعوية لتقويم العمل وتطويره وتحسينه في المستقبل.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

بينت الدراسة الميدانية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي، من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٥٢)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي
من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	ك	٤٦	١١	٣	٠	٤.٧٢	٠.٥٥٥	٩٤.٤	٢
		%	٧٦.٧	١٨.٣	٥	٠				
٢	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	ك	٤٤	١٦	٠	٠	٤.٧٣	٠.٤٤٦	٩٤.٦	١
		%	٧٣.٣	٢٦.٧	٠	٠				
٣	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.	ك	٣٥	٢٥	٠	٠	٤.٥٨	٠.٤٩٧	٩١.٦	٣
		%	٥٨.٣	٤١.٧	٠	٠				
٤	خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	ك	٣٨	١٥	٧	٠	٤.٥٢	٠.٧٠١	٩٠.٤	٤
		%	٦٣.٣	٢٥	١١.٧	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٦٣)، الانحراف المعياري العام = (٠.٤٢٥)، ونسبة موافقة = (٩٢.٦%)										

لقد جاء الترتيب التنازلي للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي على النحو الآتي:

١. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٣)، ونسبة موافقة (٩٤.٦) بالمئة.

٢. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، بمتوسط حسابي قدره (٤.٧٢)، ونسبة موافقة (٩٤.٤) بالمئة.

٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٨)، ونسبة موافقة (٩١.٦) بالمئة.

٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٢)، ونسبة موافقة (٩٠.٤) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٥٢) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٦٣)، (٩٢.٦) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، كما تجاوزت كافة التطلعات حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك التطلعات تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي.
- تقدّم التطلع إلى: (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي) على بقية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ إذ جاء ذلك التطلع في المرتبة الأولى، بنسبة موافقة (٩٤.٦) بالمئة؛ وهو ما يؤكد الحاجة لتنظيم العمل الاستشاري الدعوي، الذي من شأنه تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، وإيجاد حصانة ضد أي فكر منحرف.
- أهمية التركيز على التطلعات التالية: (تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي، خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي) من وجهة نظرة عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات؛ إذ جاءت ما بين (المرتبة الثانية- المرتبة الرابعة)، بنسبة موافقة تتراوح ما بين (٩٤.٤-٩٠.٤) بالمئة؛ باعتبار أهمية أن يكون من أولويات العمل الاستشاري الدعوي الوصول للتميز في البناء والتأهيل الدعوي، إلى جانب تحقيق الجودة جراء الاستفادة من الاستشارات المتخصصة، إضافة إلى توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية محلياً وإقليمياً ودعويّاً على المستوى الفردي؛ إدراكاً لحاجة القائمين بالعمل الدعوي على مختلف مناطقهم للاستشارة المبنية على العلم والخبرة في الميدان.

المطلب الثالث: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر أفراد المجتمع:

أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي في مجالات: (محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه، التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي)، وذلك على النحو التالي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

كشفت الدراسة الميدانية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، من وجهة نظر أفراد المجتمع، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٥٣)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي

من وجهة نظر أفراد المجتمع

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.	ك	١٢٦	٦٣	١٥	٠	٠	٤.٥٤	٠.٦٣٠	٩٠.٨	١
		%	٦١.٨	٣٠.٩	٧.٤	٠	٠				
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	ك	١١٢	٦٦	٢٣	٣	٠	٤.٤١	٠.٧٤٧	٨٨.٢	٥
		%	٥٤.٩	٣٢.٤	١١.٣	١.٥	٠				
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	ك	١١٣	٦٩	١٨	٤	٠	٤.٤٣	٠.٧٣٦	٨٨.٦	٤
		%	٥٥.٤	٣٣.٨	٨.٨	٢	٠				
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	ك	١٣٠	٥٣	٢٠	١	٠	٤.٥٣	٠.٦٩١	٩٠.٦	٢
		%	٦٣.٧	٢٦	٩.٨	٠.٥	٠				
٥	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	ك	١٠٨	٧٢	٢٢	٢	٠	٤.٤٠	٠.٧١٩	٨٨	٦
		%	٥٢.٩	٣٥.٣	١٠.٨	١	٠				
٦	تقويم العمل الدعوي.	ك	١٢٤	٥٤	٢٢	٣	٠	٤.٤٧	٠.٧٤٧	٨٩.٤	٣
		%	٦١.١	٢٦.٦	١٠.٨	١.٥	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٤٦)، الانحراف المعياري العام = (٠.٥٥٢)، ونسبة موافقة = (٨٩.٢%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة على النحو الآتي:

١. بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٤)، ونسبة موافقة (٩٠.٨) بالمئة.

٢. التخطيط للعمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٣)، ونسبة موافقة (٩٠.٦) بالمئة.

٣. تقييم العمل الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٧)، ونسبة موافقة (٨٩.٤) بالمئة.

٤. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٣)، ونسبة موافقة (٨٨.٦) بالمئة.

٥. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤١)، ونسبة موافقة (٨٨.٢) بالمئة.

٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٠)، ونسبة موافقة (٨٨) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٥٣) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لمحاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٤٦)، (٨٩.٢) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من أفراد المجتمع، كما تجاوزت كافة المحاور حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك المحاور تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، ويلزم العناية بها لخدمة القائمين بالعمل الدعوي بصورة فردية.

- تقدّم محوري: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، التخطيط للعمل الدعوي) على بقية محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي؛ إذ جاء في المرتبتين الأولى والثانية، بنسبة موافقة بلغت (٩٠.٨، ٩٠.٦) بالمئة على التوالي، وهو ما يعكس أهمية التركيز على إيجاد حلول للمشكلات الدعوية التي تعترض الداعية بعد بحث أسبابها،

إلى جانب ضرورة توجيه القائمين بالدعوة إلى الله تعالى بصورة فردية إلى التخطيط الدعوي والعمل به؛ للارتقاء بكفاءة الإنتاج الدعوي.

● الحاجة إلى التركيز على محوري: (تقويم العمل الدعوي، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها) في الاستشارات الدعوية الفردية؛ حيث جاءا بنسبة موافقة (٨٩.٤، ٨٨.٦) بالمئة على التوالي؛ لحاجة القائم بالعمل الدعوي إلى من يقوم عمله ويرشده إلى تعزيز إيجابياته ومعالجة سلبياته، إلى جانب التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها التي قد يجهلها غير المتخصص.

● تراجع مرتبة محوري: (التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي) من وجهة نظرة عينة أفراد المجتمع؛ إذ جاءا بنسبة موافقة (٨٨.٢، ٨٨) بالمئة على التوالي؛ باعتبار أن تلك المحاور تقل أهميتها في العمل الدعوي الفردي، خاصة من يقوم بالدعوة إلى الله تعالى على نطاق ضيق، ورغم ذلك تُعد نسب الموافقة على تلك المحاور بصورة عامة مرتفعة، مما يؤكد اعتبارها احتياجاً فعلياً للاستشارة الدعوية.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

وضحت الدراسة الميدانية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي، من وجهة نظر أفراد المجتمع، وهو ما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (٥٤)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي
من وجهة نظر أفراد المجتمع

م	الاحتياج	درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.	ك	١٣١	٦٠	١٢	٠	٤.٥٩	٠.٦٠٢	٩١.٨	٢
		%	٦٤.٥	٢٩.٦	٥.٩	٠				
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	ك	١٤٨	٤٧	٨	٠	٤.٦٩	٠.٥٤٢	٩٣.٨	١
		%	٧٢.٩	٢٣.٢	٣.٩	٠				
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	ك	١٢٧	٥٢	٢١	٣	٤.٤٩	٠.٧٤٠	٨٩.٨	٤
		%	٦٢.٦	٢٥.٦	١٠.٣	١.٥				
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	ك	١١٨	٥٨	٢٦	١	٤.٤٤	٠.٧٣٢	٨٨.٨	٥
		%	٥٨.١	٢٨.٦	١٢.٨	٠.٥				
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	ك	١٢٢	٦٤	١٦	١	٤.٥١	٠.٦٦٣	٩٠.٢	٣
		%	٦٠.١	٣١.٥	٧.٩	٠.٥				
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	ك	١١٢	٦٣	٢٧	١	٤.٤١	٠.٧٣٥	٨٨.٢	٦
		%	٥٥.٢	٣١	١٣.٣	٠.٥				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٥٢)، الانحراف المعياري العام = (٠.٥٣٧)، ونسبة موافقة = (٩٠.٤%)										

لقد جاء الترتيب التنازلي لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي على النحو الآتي:

١. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، بمتوسط حسابي قدره

(٤.٦٩)، ونسبة موافقة (٩٣.٨) بالمئة.

٢. توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٩)، ونسبة موافقة

(٩١.٨) بالمئة.

٣. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٥١)، ونسبة موافقة (٩٠.٢) بالمئة.

٤. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٩)، ونسبة موافقة (٨٩.٨) بالمئة.

٥. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤٤)، ونسبة موافقة (٨٨.٨) بالمئة.

٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٤١)، ونسبة موافقة (٨٨.٢) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٥٤) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة لأسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٥٢)، (٩٠.٤) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من أفراد المجتمع، كما تجاوزت كافة الأسباب حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك الأسباب تؤكد الاحتياج الفعلي للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي.

- تقدّم الأسباب التالية: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية) على بقية أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي، بنسب موافقة تتراوح ما بين (٩٣.٨-٩٠.٢) بالمئة؛ وهو ما يكشف أن من أول دوافع المطالبة بمنظومة متخصصة بالاستشارات الدعوية تسهيل الوصول للمتخصص الثقة، وتوعية الدعاة بأهمية الاستشارة للبعد بالعمل الدعوي عن العشوائية، إلى جانب تيسير متابعة الاستشارة عند الحاجة لذلك، وهو ما يترك أثراً أكبر على تصحيح المسار الدعوي.

- تراجع مرتبة الأسباب الآتية: (تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي، تيسير تقويم العمل الاستشاري

الدعوي) من وجهة نظر عينة أفراد المجتمع؛ إذ جاءت بنسب تتراوح بين (٨٨.٢-٨٩.٨) بالمئة. ولا يقلل ذلك من أهميتها، إلا أن من أفراد العينة من يرى أن تنظيم طلب الاستشارة، وتخفيف الضغط على مقدّم الاستشارة جراء ذلك، وتقييم عمل مراكز الاستشارات الدعوية لا يُعدّ مطلباً أولوياً مقارنة بالأسباب السابقة.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

بينت الدراسة الميدانية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي، من وجهة نظر أفراد المجتمع، وهو ما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (٥٥)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي
من وجهة نظر أفراد المجتمع

م	الاحتياج		درجة الموافقة					المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
			عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً				
١	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	ك	١٤٧	٤٨	٨	٠	٠	٤.٦٨	٠.٥٤٤	٩٣.٦	١
		%	٧٢.٤	٢٣.٦	٣.٩	٠	٠				
٢	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	ك	١٥٠	٣٨	١٣	١	٠	٤.٦٧	٠.٦١٨	٩٣.٤	٢
		%	٧٤.٣	١٨.٨	٦.٤	٠.٥	٠				
٣	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.	ك	١٣٠	٥٩	١١	١	٠	٤.٥٨	٠.٦٢٠	٩١.٦	٣
		%	٦٤.٧	٢٩.٤	٥.٥	٠.٥	٠				
٤	خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	ك	١٣٤	٤٩	١٨	١	٠	٤.٥٦	٠.٦٧٥	٩١.٢	٤
		%	٦٦.٣	٢٤.٣	٨.٩	٠.٥	٠				
المتوسط الحسابي العام = (٤.٦٢)، الانحراف المعياري العام = (٠.٥١٢)، ونسبة موافقة = (٩٢.٤%)											

لقد جاء الترتيب التنازلي للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي على النحو الآتي:

١. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٨)، ونسبة موافقة (٩٣.٦) بالمئة.
٢. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٧)، ونسبة موافقة (٩٣.٤) بالمئة.

٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٨)، ونسبة موافقة (٩١.٦) بالمئة.

٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي، بمتوسط حسابي قدره (٤.٥٦)، ونسبة موافقة (٩١.٢) بالمئة.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٥٥) تبين التالي:

- ارتفاع المتوسط العام ونسبة الموافقة العامة للتطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ حيث بلغا على التوالي (٤.٦٢)، (٩٢.٤) بالمئة؛ وفقاً لإجابة عينة الدراسة من أفراد المجتمع، وقد تجاوزت كافة التطلعات حد المنتصف؛ بمعنى: أن كافة تلك التطلعات تُعد من الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي.
- تقدّم التطلع إلى: (تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي) على بقية التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ إذ جاء ذاك التطلعان في المرتبة الأولى والثانية، بنسبة موافقة (٩٣.٦، ٩٣.٤) بالمئة على التوالي؛ لأهميتهما من وجهة نظر أفراد العينة في تحقيق التميز النوعي في التأهيل الدعوي في مختلف جوانبه، إلى جانب العناية بتحقيق الأمن الفكري الدعوي، وضمان عدم تأثره بدعاة أهل الفكر الضال.
- أهمية التركيز على: (تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي، خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي) من وجهة نظر عينة أفراد المجتمع؛ إذ جاء بنسبة موافقة (٩١.٦، ٩١.٢) بالمئة؛ باعتبار ضرورة أن تكون من أهداف المراكز الاستشارية الدعوية تحقيق جودة العمل الدعوي من خلال إيجاد مرجع يؤمن لهم توجيهات وإرشادات دعوية قابلة للتطبيق تتلاءم مع احتياجاتهم وفق مستجدات العصر، مع توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية إقليمياً ودعواً بعد سد الاحتياج المحلي، وذلك بهدف استثمار كافة الجهود الدعوية خدمةً لنشر الدعوة الإسلامية وتصحيح مسارها.



● الخلاصة:

من خلال استعراض الطرح السابق للمبشرين الأول والثاني من الفصل الثاني بمطالبه يمكننا أن نستخلص عدداً من النتائج المستقاة من الدراسة الميدانية من وجهة نظر كل من: الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، من خلال عرض عدد من الجداول التي توضح التباين في وجهات النظر، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

جدول رقم (٥٦)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي

م	الاحتياج	الخبراء والأكاديميون في مجال الدعوة إلى الله تعالى			المسؤولون في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات			أفراد المجتمع		
		المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.	٤.٧٧	٩٥.٤	١	٤.٧٢	٩٤.٤	٢	٤.٦٠	٩٢	٢
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	٤.٥٧	٩١.٤	٤م	٤.٤٧	٨٩.٤	٦	٤.٥٦	٩١.٢	٣
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	٤.٦٦	٩٣.٢	٣	٤.٥٠	٩٠	٥	٤.٥٠	٩٠	٤
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	٤.٧٤	٩٤.٨	٢	٤.٧٣	٩٤.٦	١	٤.٦٤	٩٢.٨	١
٥	تمويل العمل الدعوي.	٤.١٢	٨٢.٤	٧	٤.٥٢	٩٠.٤	٤	٤.١٠	٨٢	٧
٦	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	٤.٤٩	٨٩.٨	٦	٤.٤٠	٨٨	٧	٤.٤٢	٨٨.٤	٦
٧	تقويم العمل الدعوي.	٤.٥٧	٩١.٤	٤م	٤.٦٣	٩٢.٢	٣	٤.٤٣	٨٨.٦	٥
	المجموع	٤.٥٦	٩١.٢		٤.٥٦	٩١.٢		٤.٤٦	٨٩.٢	

١. أولوية التركيز في الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي على المحاور التالية: (التخطيط للعمل الدعوي، بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها)؛ إذ جاءت في المراتب الأربع الأولى حسب رأي أفراد عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، مع وجود تباين بسيط في درجة الموافقة بين أفراد العينة؛ وهو ما يستلزم منه أن يكون مقدّم الاستشارة الدعوية على وعي شامل بأبجديات الاحتياجات الفعلية للمؤسسات الدعوية المتعلقة: بالتخطيط، وطبيعة المشكلات التي تواجهها وسبل معالجتها، ومفهوم العمل الدعوي المؤسسي وضوابطه، الأمر الذي يُسهم في تكوين تصور منضبط يُبنى عليه رأي صائب قابل للتطبيق في الواقع.

٢. تقدّم الاهتمام بمحور (تمويل العمل الدعوي) من وجهة نظر عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات فقط؛ فقد جاء في المرتبة الرابعة، في حين اتفقت عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، وأفراد المجتمع على تأخرها للمرتبة السابعة؛ الأمر الذي يعود إلى شدة حاجة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات للاستشارة المالية، التي يستشكل الوصول لها في ضوء التكلفة العالية التي تُدفع للمتخصص، ومما يُستشرف له أن تغطي مراكز الاستشارات الدعوية هذا الاحتياج ببذل السبل المناسبة لسد تلك الحاجة.

٣. تأخر الاهتمام بمحور: (بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي)؛ حيث اتفقت الآراء على تأخر مرتبته، وهو ما يعكس قلة احتياج المؤسسات الدعوية للاستشارة في جانب تطوير الوسائل والأساليب الدعوية؛ باعتبار سهولة التوصل لذلك من غير استشارة متخصص في الغالب مقارنة بالمحاور الأخرى، في ضوء إسهام وسائل التقنية في نقل الخبرات المتميزة في هذا الجانب.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

جدول رقم (٥٧)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه

على المستوى المؤسسي

م	الاحتياج	الخبراء والأكاديميون في مجال الدعوة إلى الله تعالى			المسؤولون في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات			أفراد المجتمع		
		المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب
١	توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.	٤.٤٥	٨٩	٥	٤.٥٧	٩١.٤	١	٤.٤٧	٨٩.٤	٢م
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	٤.٦٦	٩٣.٢	١	٤.٥٥	٩١	٢	٤.٥٩	٩١.٨	١
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	٤.٦٢	٩٢.٤	٢	٤.٤٨	٨٩.٦	٤	٤.٤٧	٨٩.٤	٢م
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	٤.٤٠	٨٨	٦	٤.٤٠	٨٨	٦	٤.٣٩	٨٧.٨	٦
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	٤.٤٨	٨٩.٦	٤	٤.٥٣	٩٠.٦	٣	٤.٤٧	٨٩.٤	٢م
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	٤.٥٥	٩١	٣	٤.٤٢	٨٨.٤	٥	٤.٤٠	٨٨	٥
المجموع		٤.٥٢	٩٠.٤		٤.٤٩	٨٩.٨		٤.٤٦	٨٩.٢	

١. تقدّم الأسباب الآتية: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية) للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه؛ حيث جاءت في المراتب الأربع الأولى حسب رأي أفراد عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، مع وجود تباين بسيط في درجة الموافقة بين أفراد العينة؛ وهو ما يكشف افتقار المؤسسات الدعوية لجهة استشارية دعوية تضم نخبة من المستشارين المتخصصين من أهل الثقة والخبرة في المجال الدعوي، تُسهم في تيسير الوصول للمشورة

الصائبة، وتقلل من العمل الدعوي الارتجالي العشوائي، وتقنن آلية تقديم الاستشارة ومتابعتها.

٢. تقدّم الاهتمام بسبب (تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي) للمطالبة بتنظيم العمل الاستشاري الدعوي من وجهة نظر عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى فقط؛ فقد جاء في المرتبة الثالثة، في حين اتفقت عينتا المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع على تأخره للمرتبة الخامسة؛ الأمر الذي يرجع إلى تطّلع الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي إلى الارتقاء بجانب العمل الاستشاري من خلال تقويمه وتطويره.

٣. تأخر الاهتمام بسبب: (معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي)؛ حيث اتفقت الآراء على تأخر مرتبته إلى السادسة، وهو ما يُشير إلى استبعاد أفراد العينة أن يسهم تنظيم العمل الاستشاري الدعوي في معالجة ضغوط العمل للمستشار الدعوي، خاصة في بداية تأسيسه، في ضوء زيادة الطلب على الاستشارة الدعوية، وقلة المتصدر لها، واعتبار أن تقديم المشورة في هذا المجال من باب الدعوة إلى الله تعالى يشقّ على مقدّمها الاعتذار عنها.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

جدول رقم (٥٨)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي

على المستوى المؤسسي

م	الاحتياج	الخبراء والأكاديميون في مجال الدعوة إلى الله تعالى			المسؤولون في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات			أفراد المجتمع	
		المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة
١	تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.	٤.٦٩	٩٣.٨	٣	٤.٧٥	٩٥	١	٤.٦٤	٩٢.٨
٢	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	٤.٧١	٩٤.٢	٢	٤.٥٨	٩١.٦	٤	٤.٦٧	٩٣.٤
٣	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	٤.٧٧	٩٥.٤	١	٤.٧٥	٩٥	١	٤.٦٧	٩٣.٤
٤	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.	٤.٦٠	٩٢	٤	٤.٦٠	٩٢	٣	٤.٥٦	٩١.٢
٥	خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	٤.٤٨	٨٩.٦	٥	٤.٥٣	٩٠.٦	٥	٤.٥٤	٩٠.٨
	المجموع	٤.٦٤	٩٢.٨		٤.٦٤	٩٢.٨		٤.٦٢	٩٢.٤

١. تقدّم التطلعات المستقبلية التالية: (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي) للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي؛ حيث جاءت في المراتب الأربع الأولى حسب رأي أفراد عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، مع وجود تباين بسيط في درجة الموافقة بين أفراد العينة؛ وهو ما يعكس أولوية اهتمام الاستشارات الدعوية بجانب تحقيق الأمن الفكري الدعوي المؤسسي، وضرورة بناء التأهيل الدعوي على أسس علمية متكاملة تراعي الجانب المعرفي والفكري والمهني للداعية، إلى جانب السعي

الجاد لإيجاد صف ثانٍ مؤهل لتقديم الاستشارات الدعوية، والعناية بجودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.

٢. تأخر الاهتمام بتطلع: (خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي)؛ حيث اتفقت الآراء على تأخر مرتبته إلى الخامسة، الأمر الذي يشير إلى خوف بعض أفراد العينة من أن توسيع العمل الاستشاري الدعوي إقليمياً وعالمياً يُضعف استفادة المؤسسات الدعوية محلياً من هذا الخدمة في ضوء الحاجة الماسة لذلك، وأيدوا مبدأ تقديم الخدمة خارج المملكة العربية السعودية بعد التمكن من سدّ الاحتياج الداخلي، ووضع ضوابط معتمدة تتناسب مع استفادة المؤسسات الدعوية في الخارج تتوافق مع الثقافات المختلفة والقوانين والمعاهدات الدولية.

ثانياً: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:

١. محاور الاستشارات الدعوية:

جدول رقم (٥٩)

يوضح محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي

م	الاحتياج	الخبراء والأكاديميون في مجال الدعوة إلى الله تعالى			المسؤولون في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات			أفراد المجتمع	
		المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة
١	بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.	٤.٦٠	٩٢	١	٤.٥٢	٩٠.٤	١م	٤.٥٤	٩٠.٨
٢	التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.	٤.٣٧	٨٧.٤	٦	٤.٤٣	٨٨.٦	٣	٤.٤١	٨٨.٢
٣	التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.	٤.٤٥	٨٩	٤	٤.٤٠	٨٨	٥	٤.٤٣	٨٨.٦
٤	التخطيط للعمل الدعوي.	٤.٤٣	٨٨.٦	٥	٤.٥٢	٩٠.٤	١م	٤.٥٣	٩٠.٦
٥	بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.	٤.٤٦	٨٩.٢	٢م	٤.٣٢	٨٦.٤	٦	٤.٤٠	٨٨
٦	تقويم العمل الدعوي.	٤.٤٦	٨٩.٢	٢م	٤.٤٢	٨٨.٤	٤	٤.٤٧	٨٩.٤
	المجموع	٤.٤٦	٨٩.٢		٤.٤٣	٨٨.٦		٤.٤٦	٨٩.٢

١. أولوية التركيز في الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي على المحاور التالية: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، التخطيط للعمل الدعوي، تقويم العمل الدعوي)؛ إذ جاءت في المراتب الخمس الأولى حسب رأي أفراد عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، مع وجود تباين بسيط في درجة الموافقة بين أفراد العينة؛ وهو ما يستلزم منه أن يكون مقدّم الاستشارة الدعوية متفهماً للاحتياجات الفعلية للقائم بالعمل الدعوي بصورته الفردية، سواء على نطاق ضيق؛ كالمسؤولية الدعوية تجاه الأقربين، أو على نطاق واسع؛ من خلال استيعاب: طبيعة المشكلات وسبل معالجتها، مبادئ التخطيط الدعوي وآليته، إجادة تقويم العمل الدعوي الفردي؛ للارتقاء بمستوى أدائه.

٢. تقدّم الاهتمام بمحور (بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي) من وجهة نظر عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى فقط؛ فقد جاء في المرتبة الثانية، في حين اتفقت عينتا المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع على تأخره للمرتبة السادسة؛ الأمر الذي يعود إلى استشعار الخبراء والأكاديميين في المجال الدعوي حاجة من يقوم بالعمل الدعوي بصورته الفردية خاصة مع أسرته إلى تطوير وتنويع وسائله وأساليبه الدعوية؛ لتحقيق الهدف من ذلك العمل العظيم في هداية المجتمع.

٣. تأخر الاهتمام بمحور: (التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها)؛ حيث اتفقت الآراء على تأخر مرتبته ما بين الرابعة والخامسة؛ وهو ما يعكس قلة احتياج الداعية الفرد للاستشارة في جانب ضوابط العمل الدعوي، رغم أن من أسباب المخالفات الدعوية عدم إدراك واستيعاب الضوابط الدعوية، سواء الشرعية أم النظامية؛ لذا من الواجب اهتمام المستشارين الدعويين بتثقيف الدعاة بهذا الجانب وإرشادهم وتوجيههم لما يحقق النجاح الدعوي.

٢. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه:

جدول رقم (٦٠)

يوضح أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه

على المستوى الفردي

م	الاحتياج	الخبراء والأكاديميون في مجال الدعوة إلى الله تعالى			المسؤولون في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات			أفراد المجتمع		
		المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب
١	توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.	٤.٥٥	٩١	٢	٤.٥٨	٩١.٦	٢	٤.٥٩	٩١.٨	٢
٢	تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.	٤.٦٨	٩٣.٦	١	٤.٦٨	٩٣.٦	١	٤.٦٩	٩٣.٨	١
٣	تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.	٤.٥٤	٩٠.٨	٣	٤.٥٢	٩٠.٤	٤	٤.٤٩	٨٩.٨	٤
٤	معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	٤.٣٨	٨٧.٦	٦	٤.٥٨	٩١.٦	٢	٤.٤٤	٨٨.٨	٥
٥	تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.	٤.٥٤	٩٠.٨	٣	٤.٥٠	٩٠	٦	٤.٥١	٩٠.٢	٣
٦	تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.	٤.٤٩	٨٩.٨	٥	٤.٥٢	٩٠.٤	٤	٤.٤١	٨٨.٢	٦
المجموع		٤.٥٣	٩٠.٦		٤.٥٦	٩١.٢		٤.٥٢	٩٠.٤	

١. تقدّم الأسباب الآتية: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة) للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي؛ حيث جاءت في المراتب الأربع الأولى حسب رأي أفراد عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، مع وجود تباين بسيط في درجة الموافقة بين أفراد العينة؛ وهو ما يوضح حاجة القائم بالعمل الدعوي بصورته الفردية لجهة استشارية دعوية تضم نخبة من المستشارين المتخصصين

من أهل الثقة والخبرة في المجال الدعوي، تُسهم في تيسير الوصول للمشورة الصائبة، وتبصّر بأهمية طلب الاستشارة والاستفادة منها، وتقنن آلية تقديم الاستشارة وطلبها.

٢. تأخر الاهتمام بسبب: (تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي)؛ حيث اتفقت الآراء على تأخر مرتبته ما بين الرابعة والسادسة، وهو ما يُشير إلى عدم استشعار أفراد العينة الأهمية البالغة لتقويم العمل الاستشاري الدعوي مقارنة بالأسباب الأخرى؛ باعتبار أن مقدّم الاستشارة الدعوية يُفترض فيه الجدية لتطوير أدائه وتقديم أفضل ما لديه بدون متابعة الإدارة العليا المسؤولة عن تطوير العمل المقدم.

٣. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي:

جدول رقم (٦١)

يوضح التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي

على المستوى الفردي

م	الاحتياج	الخبراء والأكاديميون في مجال الدعوة إلى الله تعالى			المسؤولون في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات			أفراد المجتمع	
		المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة	الترتيب	المتوسط	نسبة الموافقة
١	تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.	٤.٦٨	٩٣.٦	٢	٤.٧٢	٩٤.٤	٢	٤.٦٨	٩٣.٦
٢	تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.	٤.٧٢	٩٤.٤	١	٤.٧٣	٩٤.٦	١	٤.٦٧	٩٣.٤
٣	تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.	٤.٥٨	٩١.٦	٣	٤.٥٨	٩١.٦	٣	٤.٥٨	٩١.٦
٤	خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.	٤.٥٧	٩١.٤	٤	٤.٥٢	٩٠.٤	٤	٤.٥٦	٩١.٢
	المجموع	٤.٦٣	٩٢.٦		٤.٦٣	٩٢.٦		٤.٦٢	٩٢.٤

١. تقدّم التطلعات المستقبلية التالية: (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي) للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي؛ حيث جاءت في المراتب الثلاث الأولى حسب رأي أفراد عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، مع وجود تباين بسيط في درجة الموافقة بين أفراد العينة؛ وهو ما يبين أولوية اهتمام الاستشارات الدعوية بجانب تحقيق الأمن الفكري الدعوي للقائم بالعمل الدعوي بصورته الفردية، وبناء التأهيل الدعوي على أسس علمية متكاملة تراعي الجانب المعرفي والفكري والمهني للداعية، إلى جانب العناية بجودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.

٢. تأخر الاهتمام بتطوع: (خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي)؛ حيث اتفقت الآراء على تأخر مرتبته إلى الرابعة؛ الأمر الذي يشير إلى تخوف بعض أفراد العينة من إهمال جانب الاستشارة الدعوية محلياً جراء توسيعها إقليمياً وعالمياً، خاصة في ضوء حاجة كافة مناطق المملكة العربية السعودية الـ(١٣) لهذه الخدمة الاستشارية.



الفصل الثالث

التصور المقترح للاستشارات الدعوية

في المملكة العربية السعودية

بناء على تطبيق (أسلوب دلفي)

المبحث الأول: تفسير نتائج (جولات دلفي)

المبحث الثاني: التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة

العربية السعودية

الفصل الثالث

التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية

بناء على تطبيق (أسلوب دلفي)

"أصبح علم استشراف المستقبل اليوم من أهم العلوم الإستراتيجية للمؤسسات الكبيرة والدول التي تضع خططها المستقبلية بناء على قراءة لتطور أحوال الناس، والاهتمام بهذا العلم يزداد يوماً بعد يوم؛ حيث إن هذه الفعاليات هي بحق الحد الفاصل بين المؤسسات التي تبقى وتزدهر والأخرى التي تذوب وتندثر"^(١)؛ ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتستشرف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية في ضوء الاحتياجات الفعلية لها سالفه الذكر في الفصل الثاني؛ بقصد الارتقاء بجودة المنتج الدعوي على المستوى المؤسسي والفردى؛ استكمالاً لرسالة هذه البلاد الرائدة في الدعوة إلى الله ﷻ.

وقد تم تطبيق أسلوب دلفي لأخذ آراء مجموعة من الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي في جولاتٍ ثلاث، ناقش الفصل الحالي نتائجها، وتوصل إلى تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، والذي يأتي إجابة للسؤال الثالث من الدراسة: "ما التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؟"، وذلك من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: تفسير نتائج (جولات دلفي).

المبحث الثاني: التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

(١) "أهمية استشراف المستقبل"، د. غانم علوان الجميلي، (٢٤/رجب/١٤٣٢هـ - ٢٦/يونيو/٢٠١١م)، العدد (١٥٧٠٧)، صحيفة الرياض.

المبحث الأول

تفسير نتائج (جولات دلفي)

تمهيد:

اعتمدت الدراسة الميدانية تطبيق أسلوب دلفي لاستشراف مستقبل الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؛ فتم تصميم استمارة للتصور المقترح بمراعاة محددات العمل الاستشاري الدعوي، وبما يلبي الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى، بالاستفادة من الدراسة الميدانية في هذا الجانب، وذلك وفق المحاور التالية:

المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح.

المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات).

المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (بعد عشر سنوات).

المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها.

وتم تحكيم الاستمارة^(١) في صورتها المبدئية والتعديل عليها وفق التوجيهات والآراء المقدمة من قبل المحكمين، ومن ثم تم اختيار الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي بعناية بواقع (٩٨) خبيراً، استجاب منهم: (٣٧) خبيراً فقط، تم التواصل معهم إلكترونياً في جولات ثلاث^(٢)، شارك منهم: (٣٧) خبيراً في الجولة الأولى، و(٢٨) خبيراً في الجولة الثانية، و(٢٣) خبيراً في الجولة الثالثة^(٣)؛ وذلك لظروف المشاركين، في ضوء حاجة الإجراء للمتابعة، والاستمرارية، وعصف الذهن، وبذل مزيد من الوقت والجهد؛ لتقديم رؤية قابلة للتطبيق والتنفيذ.

(١) ملحق رقم (٤): قائمة بأسماء المحكمين لاستمارة التصور المقترح، ص ٣٩٢.

(٢) ملحق رقم (٩)، (١٠)، (١١): النماذج الثلاثة لاستمارات التصورات المقترح في جولاته الثلاث، ص ٤٠٩ - ٤٣٢.

(٣) ملحق رقم (٨): قائمة بأسماء الخبراء المشاركين في التصور المقترح، ص ٤٠٦.

ويتم في المبحث الحالي عرض نتائج جولات التصور المقترح، من خلال ثلاثة مطالب كالاتي:

المطلب الأول: نتائج الجولة الأولى وتفسيرها.

المطلب الثاني: نتائج الجولة الثانية وتفسيرها.

المطلب الثالث: نتائج الجولة الثالثة وتفسيرها.

المطلب الأول: نتائج الجولة الأولى وتفسيرها:

جاءت نتائج الجولة الأولى للتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية موضحةً في جداول^(١) على النحو التالي^(٢):

المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح.

جدول رقم (٦٢)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح

النسبة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الصياغة
٩١	٠.٥٠٨	٢.٧٣	رؤية التصور المقترح: تحقيق التميز والريادة في تقديم الاستشارات الدعوية.
٩٣.٧	٠.٣٩٧	٢.٨١	رسالة التصور المقترح: بناء منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية بالمملكة العربية السعودية، تُقدّم الاستشارات المتخصصة دعويًا للمؤسسات والأفراد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك على أيدي الكفاءات الوطنية المتخصصة، وفق آليات تتسجم مع كافة المجالات الإرشادية، وتراعي الخصوصية لمختلف المجتمعات.
٩٦.٣	٠.٣١٥	٢.٨٩	أهداف التصور المقترح: ١. البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية.

(١) تم استعراض النتائج من خلال الجداول مع التفسير لها إجمالاً؛ حيث سيتم التفصيل الدقيق للتصور المتفق عليه في المبحث الثاني من الفصل الثالث.

(٢) تم التعامل مع النتائج كالتالي: (قبول العبارات التي نسبة الموافقة لها من (٩٠) بالمئة فأعلى، حذف العبارات التي نسبة الموافقة لها أقل من (٨٥) بالمئة، إعادة تقييم العبارات التي كانت نسبة الموافقة لها أقل من (٩٠) بالمئة، أو أعيدت صياغتها من قبل بعض الخبراء المشاركين، أو تمت إضافتها من قبل عدد من الخبراء المشاركين).

الصياغة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
٢. نشر ثقافة الاستشارة الدعوية في المجتمع.	٢.٨٦	٠.٣٤٧	٩٥.٣
٣. تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً.	٢.٨٩	٠.٣١٥	٩٦.٣

باستقراء الجدول رقم (٦٢) يتبين ارتفاع نسبة تأييد عينة الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي لرؤية التصور المقترح ورسالته، وأهدافه العامة؛ وذلك بنسبة تتراوح ما بين (٩٦.٣-٩١) بالمئة، إلا أن بعض أفراد العينة قدّم اقتراحات في تعديل الصياغة لهذا المحور وبقية المحاور التالية، وتم أخذ ذلك في الاعتبار أثناء عرض التصور المقترح في جولته الثانية باختيار المناسب منها.

المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات).

أ. الهدف العام: البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية:

جدول رقم (٦٣)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
البناء التنظيمي والإداري للدعوية	١. تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية: أ. إنشاء إدارة مستقلة لها صفتها الرسمية والقانونية تابعة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد ^(١) ، تمثل الجهة الرسمية لتقديم الاستشارات الدعوية.	٢.٨٤	٠.٣٧٤	٩٤.٧
	ب. السماح لأفراد المجتمع بإنشاء مراكز استشارية دعوية خاصة، مرخص لها من قبل لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، تلتزم بضوابط الجهة الرسمية.	٢.٧٦	٠.٥٤٨	٩٢
	٢. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية: أ. الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية والشرعية في الجامعات السعودية).	٢.٨٦	٠.٤١٩	٩٥.٣

(١) كإشراف فقط من قبل الوزير مباشرة.

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
	ب. المراكز الخاصة: (الكفاءة المتميزة من أصحاب الخبرة والتخصص في المجال الدعوي).	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣
	٣. تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية: أ. يقتصر دور المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة على تقديم خدمات النوعية والإرشاد والتثقيف الدعوي، والمساندة الاستشارية في المجال الدعوي، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة بالعمل الدعوي لكلا الجنسين.	٢.٨٤	٠.٣٧٤	٩٤.٧
	ب. التزام مالك المركز الاستشاري الخاص بالإشراف العام على المركز بنفسه، ويكون تحت مسؤوليته المباشرة.	٢.٨١	٠.٤٦٢	٩٣.٧
	ج. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين: (١) الحصول على البكالوريوس أو أعلى منها في أحد التخصصات الدعوية أو الشرعية.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
	(٢) الخبرة الدعوية الكافية (تزيد عن خمس سنوات).	٢.٨٦	٠.٣٤٧	٩٥.٣
	(٣) الخبرة العملية في تقديم الإرشاد الدعوي: (خمس سنوات فأكثر للحصول على شهادة البكالوريوس، ثلاث سنوات فأكثر للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة فأكثر للحصول على درجة الدكتوراه).	٢.٨٤	٠.٣٧٤	٩٤.٧
	(٤) الاتصاف بصفات تؤهله للقيام بمهمة المستشار الدعوي ^(١) .	٢.٨٦	٠.٤١٩	٩٥.٣
	(٥) امتلاك مهارات تسهم في توصيل الرسالة الإرشادية والتوجيهية الدعوية ^(٢) .	٢.٨٦	٠.٤١٩	٩٥.٣
	د. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٧
	(٢) الاستشارات الفردية في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات.	٢.٧٨	٠.٥٣٤	٩٢.٧
	ثانياً: المراكز الخاصة: في مقر المركز الخاص الحاصل على ترخيص بذلك.	٢.٨٩	٠.٣١٩	٩٦.٣
	هـ. أوقات تقديم الاستشارة الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) الخيار الأول: وفق النظام الرسمي للوزارة: (٨ص-٢م).	٢.٤٨	٠.٨١١	٨٢.٧
	(٢) الخيار الثاني: فترتان، صباحية: (٨ص-١٢م)، مساءً: (٤م-٨م).	٢.٦٨	٠.٦٣٨	٨٩.٣
	ثانياً: المراكز الخاصة: فترتان، صباحية: (٨ص-١٢م)، مساءً: (٤م-١٠م).	٢.٧٢	٠.٦٥٩	٩٠.٧
	و. مجالات الاستشارات الدعوية: الجوانب الدعوية ذات الصلة بالمجالات التالية: (١) المجال الديني.	٢.٧٢	٠.٦٥٩	٩٠.٧

- (١) منها: (الإخلاص، التقوى، العلم، حسن السمعة، الفطنة وجودة الفهم، دقة الملاحظة، استشعار المسؤولية، الخبرة، الواقعية، الحكمة، الأمانة، العدل، الصبر، الحلم، التواضع، الرفق واللين، البشاشة، التضامن والتعاون، علو الهمة،...).
- (٢) منها: (الفصاحة والبيان، الاستماع والإنصات، تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها، التخطيط الفعال، القدرة على ترتيب الأولويات، إدارة الوقت، مهارة التدريب،...).

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
	(٢) المجال الأمني.	٢.٥٨	٠.٧٧٠	٨٦
	(٣) المجال السياسي.	٢.٥٠	٠.٨١١	٨٣.٣
	(٤) المجال العسكري.	٢.٥٠	٠.٨١١	٨٣.٣
	(٥) المجال الاقتصادي.	٢.٦٤	٠.٧٢٣	٨٨
	(٦) المجال الاجتماعي.	٢.٦٩	٠.٦٦٨	٨٩.٧
	(٧) المجال الصحي.	٢.٥٣	٠.٨١٠	٨٤.٣
	(٨) المجال التعليمي.	٢.٦٧	٠.٦٧٦	٨٩
	(٩) المجال الإعلامي والثقافي.	٢.٦٧	٠.٦٧٦	٨٩
	ز. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية. (١) المقابلة الشخصية.	٢.٨٦	٠.٤٨١	٩٥.٣
	(٢) الوسائل الكتابية.	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٢
	(٣) الهاتف.	٢.٨٩	٠.٤٥٨	٩٦.٣
	(٤) شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وما يلحق بها.	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣
	(٥) القنوات الفضائية.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٧
	(٦) الدراسات الاستشارية.	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣
	ح. أساليب تقديم الاستشارة الدعوية. (١) القدوة الحسنة.	٢.٧٨	٠.٥٣٤	٩٢.٧
	(٢) الحوار.	٢.٨٩	٠.٣٩٣	٩٦.٣
	(٣) الإقناع والتأثير.	٢.٨٩	٠.٣٩٣	٩٦.٣
	(٤) إثارة الأسئلة والاستفهام.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
	(٥) ضرب المثل.	٢.٨١	٠.٤٦٢	٩٣.٧
	(٦) العصف الذهني (جلسات النقاش).	٢.٨٦	٠.٤١٩	٩٥.٣
	ط. صلاحيات وحدود العمل الاستشاري الدعوي: (١) الإرشاد والتوجيه.	٢.٩٧	٠.١٦٧	٩٩
	(٢) المتابعة: من خلال إعداد ملف لكل حالة من المستفيدين من خدمة الاستشارة، يكون له طابع السرية.	٢.٩٧	٠.١٦٧	٩٩
	(٣) التقويم: بتقويم العمل الاستشاري الدعوي؛ لتعزيز الإيجابيات، وتجاوز السلبيات.	٢.٩٢	٠.٣٦٨	٩٧.٣
	ي. القيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي: (١) التزام عقد الاستشارة عند التعامل مع المؤسسات الدعوية: وهو عقد بين طالب ومقدم الاستشارة.	٢.٧٨	٠.٥٣٤	٩٢.٧
	(٢) التقيد بحدود العلاقة الاستشارية.	٢.٨٩	٠.٣٩٣	٩٦.٣
	(٣) الوضوح في إعلان المهارات الاستشارية للمستشار.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٧
	(٤) حق اتخاذ القرار للمستشير.	٢.٧٦	٠.٥٩٧	٩٢
	(٥) اقتصار العملية الإرشادية فيما هو داخل في الاختصاص.	٢.٨٦	٠.٤١٩	٩٥.٣
	(٦) مراعاة اختلاف البيئات، والعادات، والأعراف، والمستويات الاجتماعية والمالية.	٢.٨٩	٠.٣٩٣	٩٦.٣
	(٧) تناسب ما يحصل عليه المركز الاستشاري الدعوي الخاص، من مقابل مادي مع ما يقدمه من خدمات إرشادية، أو تدريبية، مع مراعاة الدرجة العلمية، والخبرة العملية التي يمتلكها المرشد.	٢.٧٨	٠.٥٣٤	٩٢.٧

يكشف الجدول رقم (٦٣) رأي الخبراء تجاه إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى

- القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات)، فيما يتعلق بهدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية ضمن البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية، وذلك على النحو التالي:
- ارتفاع نسبة الموافقة لمعظم إجراءات تنفيذ البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية، بما نسبته (٩٠) بالمئة فما فوق، فيما يتعلق بـ: (تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية، اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية، تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية).
 - تراجع نسبة الموافقة إلى ما دون (٩٠) بالمئة، في إجراءات التنفيذ المتعلقة بأوقات تقديم الاستشارات الدعوية، ومجالاتها؛ الأمر الذي استلزم تعديلها وفق الآراء المقدمة، وحذف ما انخفضت نسبة التأييد له دون (٨٥) بالمئة، والذي تمثل في: اقتصار تقديم الاستشارة وفق النظام الرسمي لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد: (٨ص-٢م)، وتقديم الاستشارة الدعوية المتعلقة بالمجالات السياسية، والعسكرية، والصحية.

جدول رقم (٦٤)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف تأهيل المستشار الدعوي

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية	١. إعداد برنامج تأهيلي متكامل للمستشار الدعوي المستجد لا تقل مدته عن ثلاثة أشهر، يتضمن الجانبين النظري والتطبيقي	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣
	٢. التدريب على رأس العمل، من خلال مراقبة مستشار دعوي متمكن في فترة لا تقل عن ستة أشهر.	٢.٨١	٠.٤٦٢	٩٣.٧
	٣. استحداث دبلوم متخصص في الاستشارات الدعوية، يُدرس لخريجي الأقسام الدعوية والشرعية، بضوابط وشروط معينة تشرف عليه المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.	٢.٨٤	٠.٥٥٣	٩٤.٧

يتضح من الجدول رقم (٦٤) ارتفاع نسبة موافقة عينة الخبراء على إجراءات تنفيذ هدف تأهيل المستشار الدعوي ضمن البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية بنسبة تتراوح ما بين (٩٣.٧-٩٨.٣) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق، كما تمت الاستفادة من بعض الاقتراحات في هذا الجانب.

ب. الهدف العام: نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع:

جدول رقم (٦٥)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف التعريف بالاستشارات الدعوية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع	١. استحداث مقرر خاص بالاستشارات الدعوية، يُدرس في مختلف الأقسام في الجامعات الإسلامية.	٢.٦٥	٠.٦٧٦	٨٨.٣
	٢. الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة لبيان أهمية الاستشارات الدعوية وثمراتها.	٢.٩٢	٠.٢٧٧	٩٧.٣
	٣. تقديم تقارير دورية معلنة توضح عدد المستفيدين من الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي والمؤسسي.	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣
	٤. فتح المجال لاستقبال التساؤلات والاستفسارات عن خدمة الاستشارات الدعوية.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧

يبين الجدول رقم (٦٥) ارتفاع نسبة الموافقة على ثلاثة إجراءات لتنفيذ هدف التعريف بالاستشارات الدعوية ضمن نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع بنسبة تتراوح ما بين (٩٤.٧-٩٨.٣) بالمئة؛ مما يوضح مناسبتها للتطبيق، في حين تراجعت نسبة الموافقة على استحداث مقرر خاص بالاستشارات الدعوية، يُدرس في مختلف الأقسام في الجامعات الإسلامية بما نسبته (٨٨.٣) بالمئة؛ لذا تم تعديل ذلك الإجراء.

جدول رقم (٦٦)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع	١. إقامة حملات عن الاستشارات الدعوية.	٢.٧٣	٠.٦٢٦	٩١
	٢. تقديم خدمات استشارية مجانية داخل المؤسسات (التعليمية، والصحية، والأمنية،...)، بالتنسيق مع الجهات المختصة.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٧
	٣. إعطاء ميزات إيجابية للمؤسسات الدعوية المستفيدة من الاستشارات الدعوية رسمياً.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٧
	٤. إشراك المستفيدين من الاستشارات الدعوية في تقييمها وتطويرها، وذلك بصورة دورية كل ثلاث سنوات.	٢.٧٨	٠.٤٧٦	٩٢.٧

يكشف الجدول رقم (٦٦) ارتفاع نسبة الموافقة على إجراءات تنفيذ هدف التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية ضمن نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع بنسبة تتراوح ما بين (٩٣.٧-٩١) بالمئة؛ مما يعكس مناسبتها للتطبيق بشكلٍ عام، مع قابليتها للتعديل وفق ما أشار به بعض أفراد العينة.

المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (بعد عشر سنوات).

الهدف العام: تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً:

جدول رقم (٦٧)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثالث:

إجراءات تنفيذ هدف توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	١. إنشاء موقع إلكتروني رسمي متخصص بالاستشارات الدعوية، يُسهل تواصل المستفيدين من داخل المملكة العربية السعودية وخارجها بالجهات الاستشارية الدعوية.	٢.٨٩	٠.٣١٥	٩٦.٣
	٢. تحديد ضوابط لتوسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي.	٢.٧٦	٠.٤٩٥	٩٢
	٣. عرض الخدمات الاستشارية الدعوية في المملكة العربية السعودية على المستوى الإقليمي والعالمي من خلال مكاتب الدعوة في الخارج.	٢.٧٣	٠.٥٦٠	٩١
	٤. فتح المجال لتدريب الكوادر الدعوية من خارج المملكة العربية السعودية للتأهيل الاستشاري.	٢.٨١	٠.٤٦٢	٩٣.٧

يكشف الجدول رقم (٦٧) ارتفاع نسبة الموافقة على إجراءات تنفيذ هدف توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي ضمن تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً بنسبة تتراوح ما بين (٩٦.٣-٩١) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق بشكلٍ عام، وقد تم التعديل بما يتناسب مع توضيح الإجراء وفقاً لرأي أفراد العينة.

جدول رقم (٦٨)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثالث:

إجراءات تنفيذ هدف تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	١. عقد شراكة استشارية لتبادل الخبرات مع جهات استشارية محلية في مختلف المجالات: (الإدارية، الاجتماعية، الأسرية، النفسية،..).	٢.٨٠	٠.٤٧٣	٩٣.٣
	٢. المشاركة في المؤتمرات والندوات والفعاليات المختلفة التي تظهر الجودة الاستشارية الدعوية.	٢.٩٢	٠.٢٧٧	٩٧.٣
	٣. تشجيع الدراسات المتخصصة في المجال الاستشاري الدعوي، والانتقال من التنظير إلى التطبيق.	٣	٠	١٠٠
	٤. استحداث كراسي بحث خاصة بالاستشارات الدعوية داخل المعاهد والكلليات الدعوية في الجامعات السعودية.	٢.٨٦	٠.٣٤٧	٩٥.٣
	٥. تطبيق معايير الجودة في العمل الاستشاري الدعوي، واستخدامها في التقييم والتطوير.	٢.٩٢	٠.٢٧٧	٩٧.٣
	٦. إقامة المسابقات التشجيعية التنافسية بين المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة.	٢.٤٩	٠.٦٩٢	٨٣
	٧. تقديم الحوافز المشجعة لافتتاح المراكز الاستشارية الدعوية المتميزة.	٢.٨٦	٠.٤١٩	٩٥.٣
	٨. الاستفادة من الإعلام بمختلف مجالاته في دعم الاستشارات الدعوية وتشجيع الكوادر المتميزة للمشاركة فيها.	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣

يبين الجدول رقم (٦٨) ارتفاع نسبة الموافقة على سبعة إجراءات تنفيذ هدف تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية ضمن تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً بنسبة تتراوح ما بين (٩٣.٣-١٠٠) بالمئة؛ مما يوضح مناسبتها للتطبيق، في حين تراجعت نسبة الموافقة على إقامة المسابقات التشجيعية التنافسية بين المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة بما نسبته (٨٣) بالمئة؛ لذا تم استبعاد هذا الإجراء، والتعديل والإضافة على الإجراءات الأخرى.

جدول رقم (٦٩)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
تحقيق جودة تقديم الاستشارات العالمية وإقليمياً وعالمياً	١. المتابعة المستمرة لمستجدات العصر في خدمة المجال الاستشاري على المستوى العالمي.	٢.٩٢	٠.٢٧٧	٩٧.٣
	٢. الاطلاع على التجارب الاستشارية المتميزة عالمياً والاستفادة منها في تطوير الاستشارات الدعوية.	٢.٨٩	٠.٣٩٣	٩٦.٣
	٣. الاستفادة من الخطط الإستراتيجية للمراكز الإستراتيجية المتقدمة على المستوى العالمي.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
	٤. توفير المرافق والتجهيزات المناسبة لتفعيل الاستشارات الدعوية بصورة تخدم الاستخدام الفردي والجماعي، بما يتوافق مع التقدم العالمي في المجال الاستشاري.	٢.٩٧	٠.١٦٤	٩٩
	٥. تحديد ميزانية ثابتة لتمويل متطلبات تفعيل الخدمة الاستشارية الدعوية، وتطوير الكوادر العاملة في المجال نفسه.	٢.٨٩	٠.٣٩٣	٩٦.٣

يوضح الجدول رقم (٦٩) ارتفاع نسبة الموافقة على إجراءات تنفيذ هدف مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري ضمن تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً بنسبة تتراوح ما بين (٩٤.٧-٩٩) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق، وقد تم التعديل والإضافة بما يتناسب مع توضيح الإجراء وفقاً لرأي أفراد العينة.

المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها.

١. الصعوبات الدعوية:

جدول رقم (٧٠)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات الدعوية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
١. مقاومة بعض المؤسسات الدعوية تفعيل الاستشارات الدعوية بصورة رسمية؛ خشية إعاقتها أنشطتهم الدعوية.	١. توضيح أن هدف تفعيل الاستشارات الدعوية رسمياً، تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه لتحقيق الغاية منه.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
	٢. إشراك المؤسسات الدعوية في وضع الخطة الإستراتيجية للاستشارات الدعوية.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٧

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
	٣. عقد اللقاءات المفتوحة لإقناع الجهات المستفيدة بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
٢. عدم تقدم كثير من الدعاة والمؤسسات الدعوية بطلب الاستشارة بحجة الانشغال بالأعمال اليومية الروتينية.	١. تحفيز المؤسسات والأفراد العاملين في المجال الدعوي للاستفادة من الاستشارات الدعوية بما يتلاءم مع اهتماماتهم.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
	٢. تسهيل الاستفادة من الخدمات الاستشارية، والحرص على سرعة الرد وجودة الرأي ودقته.	٢.٩٥	٠.٣٢٩	٩٨.٣
٣. عدم اقتناع بعض الدعاة والمؤسسات الدعوية بجدوى الاستشارة الدعوية في ظل خبراتهم الدعوية	١. نشر التجارب الاستشارية الناجحة وتوضيح إيجابياتها.	٢.٩١	٠.٢٨٤	٩٧
	٢. الشفافية والوضوح في إعلان خبرات المستشارين الدعويين في المجال الدعوي والاستشاري، وفتح المجال لاختيار المستشار الأنسب لموضوع الاستشارة.	٢.٨٦	٠.٤٢٤	٩٥.٣

يكشف الجدول رقم (٧٠) ارتفاع نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات الدعوية بنسبة تتراوح ما بين (٩٨.٣-٩٣.٧) بالمئة؛ مما يعكس جودة استقرار الصعوبات المحتملة في المجال الدعوي وسبل مواجهتها.

٢. الصعوبات الإدارية:

جدول رقم (٧١)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات الإدارية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
١. الافتقار إلى معايير واضحة ومحددة للتحقق من مدى تنفيذ أهداف العمل الاستشاري الدعوي.	١. اعتماد معايير واضحة ومعلنة في الخطة التشغيلية للعمل الاستشاري الدعوي المؤسسي	٢.٩٧	٠.١٦٤	٩٩
	٢. تقويم العمل الاستشاري الدعوي بصورة دورية ربع سنوية بداية تنفيذ المقترح مع إجراء التعديلات اللازمة.	٢.٩٥	٠.٢٢٩	٩٨.٣
	٣. التطبيق الجزئي للمقترح ومتابعة النتائج مع إجراء التعديل المناسب.	٢.٩١	٠.٢٨٤	٩٥.٣
٢. اقتناع متخذي القرار بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية على النطاق الرسمي.	١. إبراز الحاجة الفعلية لتفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية.	٢.٨٩	٠.٤٥٨	٩٦.٣
	٢. توضيح الثمرات المرجوة من تفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى.	٢.٨٤	٠.٥٠١	٩٤.٧

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
٣. اختيار الأعضاء المناسبين لتفعيل الاستشارات الدعوية.	١. الاستعانة بتوصيات وترشيحات المختصين في المجال الدعوي والشرعي الأكاديمي.	٢.٨٤	٠.٤٤٢	٩٤.٧
	٢. تنفيذ اختبارات مقننة، ومقاييس واقعية للتأكد من الكفاءات المتقدمة للعمل في المجال الاستشاري الدعوي.	٢.٨٩	٠.٣١٥	٩٦.٣
٤. الافتقار إلى إستراتيجية محددة لإعداد وتدريب القيادات الاستشارية قبل الخدمة وأثناءها.	١. الاستفادة من المدربين المعتمدين في المجال الاستشاري بصورة عامة.	٢.٨١	٠.٥٧٧	٩٣.٧
	٢. الاطلاع على التجارب الناجحة في مجال التخطيط الإستراتيجي لإعداد وتدريب الكوادر المتميزة.	٢.٨٩	٠.٣١٩	٩٦.٣

يوضح الجدول رقم (٧١) ارتفاع نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات الإدارية بنسبة تتراوح ما بين (٩٣.٧-٩٩) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبة التصور المتعلق بالصعوبات المحتملة في المجال الإداري وسبل مواجهتها، وتم الأخذ بإضافات وتعديلات أفراد العينة.

٣. الصعوبات النظامية:

جدول رقم (٧٢)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات النظامية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
١. الإجراءات المتبعة لاعتماد استحداث إدارة رسمية، لم تتضمنها اللوائح والأنظمة.	الاستفادة من التجارب المماثلة في استحداث وتغيير بعض الأنظمة المتبعة في مختلف الوزارات ^(١) .	٢.٨٤	٠.٥٠١	٩٤.٧
٢. كبر حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم.	١. البدء التدريجي بالقطاع الرسمي ثم الخاص، وفي الفرع الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.	٢.٨١	٠.٥١٨	٩٣.٣
	٢. الاستفادة من الأنظمة المعتمدة لجهات استشارية رسمية مماثلة في البناء التنظيمي للاستشارات الدعوية.	٢.٩٢	٠.٣٦٨	٩٧.٣
	٣. الاستفادة من الدراسة الحالية في التنظير للعمل الاستشاري الدعوي في ضوء آراء الخبراء المشاركين في التصور المقترح.	٢.٩٧	٠.١٦٧	٩٩

يبين الجدول رقم (٧٢) ارتفاع نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات النظامية

(١) مثل: اللائحة التنظيمية لمراكز الإرشاد الأسري الأهلية، الصادرة في شهر ذي الحجة عام ١٤٣٣هـ، وذلك في وزارة العمل والتنمية الاجتماعية.

بنسبة تتراوح ما بين (٩٩-٩٣.٣) بالمئة؛ مما يعكس جودة استقراء الصعوبات النظامية المحتملة وسبل مواجهتها، وتم الأخذ بالتعديلات المقترحة.

٤. الصعوبات المجتمعية:

جدول رقم (٧٣)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات المجتمعية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
١. عدم تقبل المجتمع للاستشارات الدعوية واستشعار أهميتها.	١. التكثيف الإعلامي المدروس لنشر ثقافة الاستشارة الدعوية قبل البدء في تفعيل.	٢.٩٤	٠.٢٣٢	٩٨
	٢. تضافر جهود الخبراء المختصين في المجال الاستشاري الدعوي في تنظيم العمل والتمهيد لنقله للعمل المؤسسي.	٢.٩٢	٠.٣٦٨	٩٧.٣
٢. عدم التزام أفراد المجتمع بالأنظمة المتبعة للاستفادة من الاستشارة الدعوية.	١. الجدية في تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي في بداية انطلاقته، والتقيد بأنظمتها.	٢.٨٦	٠.٤٢٤	٩٥.٣
	٢. الاعتناء بجانب العلاقات العامة عند تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي لضمان استمراريته.	٢.٩٢	٠.٢٨٠	٩٧.٣

يكشف الجدول رقم (٧٣) ارتفاع نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات المجتمعية بنسبة تتراوح ما بين (٩٨-٩٥.٣) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبة التصور المتعلق بالصعوبات المجتمعية المحتملة وسبل مواجهتها، وتم الأخذ بإضافات وتعديلات أفراد العينة.

٥. الصعوبات المالية:

جدول رقم (٧٤)

يوضح نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات المالية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
١. الاحتياج إلى ميزانية عالية لتمويل المشروع، وتنميته.	١. الاستفادة من الإمكانيات المتاحة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد (بعض المرافق، والكوادر، والاتفاقيات المشتركة مع مكاتب الخبرة التابعة للجامعات، ..) مدة التأسيس.	٢.٨١	٠.٤٦٢	٩٣.٣
	٢. الاستفادة من الخبراء في المجال الاستشاري الاقتصادي، لتحديد التكلفة المادية المتوقعة، وكيفية توفير التمويل المستمر.	٢.٩٤	٠.٢٣٦	٩٨

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
٢. قلة الحوافز المادية والمعنوية لمقدمي الاستشارات الدعوية.	١. اختيار حوافز مادية ومعنوية مناسبة مع الخدمة المقدمة من قبل المستشار الدعوي والخبرات التي يمتلكها.	٢.٨٩	٠.٣١٩	٩٦.٣
	٢. الاستفادة من التجارب المماثلة في المجالات الاستشارية الأخرى باقتراح الحوافز.	٢.٨٣	٠.٤٤٧	٩٤.٣

يوضح الجدول رقم (٧٤) ارتفاع نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات المالية بنسبة تتراوح ما بين (٩٨-٩٣.٣) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبة التصور المتعلق بالصعوبات المالية المحتملة وسبل مواجهتها، وتم الأخذ بإضافات وتعديلات أفراد العينة.

المطلب الثاني: نتائج الجولة الثانية وتفسيرها:

جاءت نتائج الجولة الثانية للتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية موضحةً في جداول على النحو الآتي:

المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح.

جدول رقم (٧٥)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح

الصياغة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
رؤية التصور المقترح: التميز في تقديم الاستشارات الدعوية.	٢.٨٥	٠.٣٦٢	٩٥
رسالة التصور المقترح: منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية، تُعنى بتنظيم وتقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك على أيدي الكفاءات المتخصصة، وفق آليات تنسجم مع كافة المجالات الإرشادية، وتراعي الخصوصية لأعراف المجتمعات.	٢.٧٨	٠.٥٠٦	٩٢.٧
أهداف التصور المقترح، منها: نشر ثقافة الاستشارة الدعوية بين المؤسسات والأفراد.	٢.٨١	٠.٤٨٣	٩٣.٧

باستقراء الجدول رقم (٧٥) يتبين ارتفاع نسبة تأييد عينة الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي لرؤية التصور المقترح ورسالته، وأهدافه العامة بعد التعديل المقترح؛ وذلك بنسبة تتراوح ما بين (٩٥-٩٢.٧) بالمئة؛ وبذلك تم اعتماده في التصور المقترح في صورته النهائية.

المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات).

أ. الهدف العام: البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية:

جدول رقم (٧٦)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية	١. تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية: أ. إنشاء إدارة لها صفتها الرسمية والقانونية تابعة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد ^(١) ، تمثل الجهة الرسمية لتقديم الاستشارات الدعوية، والإشراف عليها.	٢.٨٢	٠.٥٤٨	٩٤
	ب. منح تصريح للمتقدمين من ذوي التخصص الدعوي بإنشاء مراكز استشارية دعوية خاصة، مرخص لها من قبل وزارة الشؤون الإسلامية، تلتزم بضوابط الجهة الرسمية.	٢.٨٩	٠.٣١٥	٩٦.٣
	٢. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية: أ. الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية بالجامعات السعودية).	٢.٦١	٠.٦٢٩	٨٧
	٣. تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية: أ. يُحدد دور المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة بتقديم خدمات التوعية والإرشاد والتنقيف الدعوي، والمساندة الاستشارية في المجال الدعوي، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة بالعمل الدعوي، إلى جانب الأبحاث والدراسات الاستشارية الدعوية.	٢.٨٢	٠.٤٧٦	٩٤
	ج. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين: (١) الحصول على درجة البكالوريوس كحد أدنى في التخصص الدعوي.	٢.٥٩	٠.٦٩٤	٨٦.٣
	(٢) أن يكون لديه خبرة في المجال الدعوي: (خمس سنوات كحد أدنى للحصول على درجة البكالوريوس، ثلاث سنوات كحد أدنى للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة كحد أدنى للحصول على درجة الدكتوراه).	٢.٦٧	٠.٦٧٩	٨٩
	(٣) اجتياز المقابلة الشخصية، التي يتم فيها التأكد من امتلاك المستشار مقومات العمل الدعوي ^(٢) .	٢.٩٣	٠.٢٦٢	٩٧.٧

(١) وتكون هذه الإدارة مستقلة في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، لا تنبثق من أي إدارة من إدارات الوزارة؛

لتكون لها خصوصيتها في اللوائح والأنظمة.

(٢) منها: (العلم، حسن الخلق، حسن السمعة، الفطنة وجودة الفهم، دقة الملاحظة، استشعار المسؤولية، الخبرة، الواقعية، التضامن والتعاون، علو الهمة، الفصاحة والبيان، الاستماع والإنصات، تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها، التخطيط الفعال، القدرة على ترتيب الأولويات، إدارة الوقت، مهارة التدريب، القدرة على التعامل مع أصناف المدعوين،...).

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
	د. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية ^(١) .	٢.٦٨	٠.٦١٢	٨٩.٣
	(٢) الاستشارات الفردية: في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ^(٢) .	٢.٦١	٠.٦٨٥	٨٧
	ثانياً: المراكز الخاصة: في مقر المركز الخاص الحاصل على ترخيص بذلك.	٢.٨٦	٠.٤٤٨	٩٥.٣
	ثالثاً: إدارة الأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات.	٢.٧٠	٠.٥٤٢	٩٠
	رابعاً: إدارة الاستشارات الدعوية عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة، ووسائل التواصل الاجتماعي؛ بالتناوب بين المستشارين الدعويين.	٢.٨٦	٠.٤٤٨	٩٥.٣
	هـ. أوقات تقديم الاستشارة الدعوية، منها: على مدار الساعة عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة، ووسائل التواصل الاجتماعي.	٢.٧٠	٠.٦٦٩	٩٠
	و. مجالات الاستشارات الدعوية: الجوانب الدعوية ذات الصلة بالمجالات التالية: (١) المجال الشرعي.	٢.٨٦	٠.٥٢٥	٩٥.٣
	(٢) المجال الأمني والفكري.	٢.٦١	٠.٧٣٧	٨٧
	(٣) المجال التعليمي والتربوي.	٢.٧١	٠.٦٥٩	٩٠.٣
	(٤) المجال الاجتماعي والأسري.	٢.٦٨	٠.٦٧٠	٨٩.٣
	(٥) المجال الإعلامي والثقافي.	٢.٥٧	٠.٧٤٢	٨٥.٧
	(٦) المجال الاقتصادي.	٢.٣٦	٠.٨٧٠	٧٨.٧
	ز. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية، منها: (١) المقابلة الشخصية وفق الضوابط الشرعية.	٢.٦٠	٠.٧٠٧	٨٦.٧
	ط. صلاحيات وحدود العمل الاستشاري الدعوي، منها: (١) المتابعة: وفق حاجة المستفيد.	٢.٧٥	٠.٥٨٥	٩١.٧
	(٢) التقويم: بتقويم العمل الدعوي؛ لتعزيز الإيجابيات، وتجاوز السلبيات.	٢.٩٣	٠.٢٦٢	٩٧.٧
	ي. القيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي، منها: (١) التقيد بحدود العلاقة الاستشارية وفق الضوابط الشرعية.	٢.٨٩	٠.٣١٥	٩٦.٣
	(٢) اقتصار العملية الإرشادية فيما هو داخل في الاختصاص، والفصل بينها وبين مجالات أخرى: (الاستشارات الشرعية، الإفتاء، الاستشارات الأسرية،..).	٢.٨١	٠.٥٥٧	٩٣.٧

يكشف الجدول رقم (٧٦) رأي الخبراء تجاه إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات)، فيما يتعلق بهدف البناء المؤسسي للاستشارات

- (١) في المرحلة الأولى لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير أماكن مخصصة مستقلة بذاتها؛ بواقع مركز واحد في كل منطقة من مناطق المملكة العربية السعودية كحد أدنى بحسب حجم المنطقة واحتياجها.
- (٢) في المرحلة الأولى لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير مراكز فرعية في مدن ومحافظات مناطق المملكة العربية السعودية، على غرار الجمعيات الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم.

- الدعوية ضمن البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية، وذلك على النحو التالي:
- ارتفاع نسبة الموافقة لمعظم إجراءات تنفيذ البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية، بما نسبته (٩٠) بالمئة فما فوق، فيما يتعلق بـ: (تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية، اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية، تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية).
 - تراجع نسبة الموافقة إلى ما دون (٩٠) بالمئة، في إجراءات التنفيذ المتعلقة باختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية، وشروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين، ومقر تقديم الاستشارات الدعوية، ومجالاتها، ووسيلة المقابلة الشخصية؛ الأمر الذي استلزم تعديلها وفق الآراء المقدمة، وحذف ما انخفضت نسبة التأييد له دون (٨٥) بالمئة، والذي تمثل في: تقديم الاستشارة الدعوية المتعلقة بالمجالات الاقتصادية.

جدول رقم (٧٧)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف تأهيل المستشار الدعوي

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية	١. التدريب على رأس العمل، من خلال مرافقة مستشار دعوي متمكن فترة لا تقل عن ثلاثة أشهر.	٢.٨٩	٠.٣١٥	٩٦.٣
	٢. استحداث دبلوم متخصص في الاستشارات الدعوية، يُدرس لخريجي الأقسام الدعوية، بضوابط وشروط معينة تشرف عليه المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.	٢.٨٦	٠.٤٤٨	٩٥.٣

يتضح من الجدول رقم (٧٧) ارتفاع نسبة الموافقة على الإجراءات المذكورين لتنفيذ هدف تأهيل المستشار الدعوي ضمن البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية بنسبة (٩٥.٣، ٩٦.٣) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق؛ لذا تم اعتمادها في التصور المقترح بصورته النهائية.

ب. الهدف العام: نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع:

جدول رقم (٧٨)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الثاني:

إجراءات تنفيذ هدي التعريف بالاستشارات الدعوية و التهيئة لتقبل الاستشارة الدعوية

الهدف العام	الهدف التفصيلي	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع	التعريف بالاستشارات الدعوية	١. إنشاء موقع إلكتروني رسمي متخصص بالاستشارات الدعوية، يُسهل تواصل المستفيدين بالجهات الاستشارية الدعوية.	٢.٧٩	٠.٤٩٩	٩٣
		٢. استحداث مقرر خاص بالاستشارات الدعوية، يُدرس في الأقسام الدعوية في الجامعات.	٢.٦٣	٠.٦٢٩	٨٧.٧
		٣. تقديم تقارير دورية معلنة توضح أعداد المستفيدين من الاستشارات الدعوية، ومجالاتها على المستوى الفردي والمؤسسي.	٢.٩٣	٠.٣٧٨	٩٧.٧
	التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية	إقامة حملات تثقيفية عن أهمية الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد.	٢.٨٦	٠.٣٥٦	٩٥.٣

يبين الجدول رقم (٧٨) ارتفاع نسبة الموافقة على إجراءات تنفيذ هدف التعريف بالاستشارات الدعوية ضمن نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع بنسبة (٩٣، ٩٧.٧) بالمئة؛ مما يوضح مناسبتها للتطبيق، في حين تراجعت نسبة الموافقة على استحداث مقرر خاص بالاستشارات الدعوية، يُدرس في الأقسام الدعوية في الجامعات بما نسبته (٨٧.٧) بالمئة؛ لذا تم تعديل ذلك الإجراء، كما ارتفعت نسبة تأييد إقامة حملات تثقيفية عن أهمية الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد كإجراء للتهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية بما نسبته (٩٥.٣) بالمئة؛ لذا تم اعتماده.

المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (بعد عشر سنوات).

الهدف العام: تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً:

جدول رقم (٧٩)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الثالث:

إجراءات تنفيذ هدف توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	١. تفعيل الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة بمختلف اللغات.	٢.٩٦	٠.١٨٩	٩٨.٧
	٢. عرض الخدمات الاستشارية الدعوية في المملكة العربية السعودية على المستوى الإقليمي والعالمي من خلال الموقع الإلكتروني الرسمي، والمراكز المختصة في الخارج.	٢.٩٣	٠.٣٧٨	٩٧.٧

يكشف الجدول رقم (٧٩) ارتفاع نسبة الموافقة على الإجراءات المذكورين لتنفيذ هدف توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي ضمن تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً بما نسبته (٩٧.٧، ٩٨.٧) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق.

جدول رقم (٨٠)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الثالث:

إجراءات تنفيذ هدف تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	١. عقد شراكة استشارية لتبادل الخبرات مع جهات استشارية محلية وإقليمية وعالمية في مختلف المجالات: (الإدارية، الاجتماعية، الأسرية، النفسية، ..).	٢.٧٥	٠.٥٨٥	٩١.٧
	٢. إشراك المستفيدين من الاستشارات الدعوية في تطويرها.	٢.٨٦	٠.٤٤٨	٩٥.٣

يبين الجدول رقم (٨٠) ارتفاع نسبة الموافقة على الإجراءات المذكورين لتنفيذ هدف تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية ضمن تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً بما نسبته (٩٥.٣، ٩١.٧) بالمئة؛ مما يوضح مناسبتها للتطبيق والاعتماد.

جدول رقم (٨١)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	١. تحديد ميزانية لتمويل متطلبات تفعيل الخدمة الاستشارية الدعوية، وتطوير الكوادر العاملة في المجال نفسه.	٢.٩٣	٠.٢٦٢	٩٧.٧
	٢. تصدير التجارب الناجحة ذات المنظور الإسلامي في المجال الاستشاري الدعوي على المستوى العالمي.	٢.٩٦	٠.١٨٩	٩٨.٧

يوضح الجدول رقم (٨١) ارتفاع نسبة الموافقة على الإجراءات المذكورين لتنفيذ هدف مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري ضمن تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً بما نسبته (٩٨.٧، ٩٧.٧) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق والاعتماد.

المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها.

١. الصعوبات النظامية والإدارية:

جدول رقم (٨٢)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات النظامية والإدارية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
صعوبات نظامية	اتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم.	٢.٦١	٠.٧٨٦	٨٧
صعوبات إدارية	١. عدم اقتناع متخذي القرار بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية على النطاق الرسمي.	٢.٩٣	٠.٢٦٢	٩٧.٧

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
٢. اختيار الأعضاء المناسبين لتفعيل الاستشارات الدعوية.	استقطاب الكفاءات الناجحة في العمل الدعوي من خلال المكاتب والمراكز ذات العلاقة بالعمل الدعوي.	٢.٩٦	٠.١٨٩	٩٨.٧

يكشف الجدول رقم (٨٢) انخفاض نسبة الموافقة على البدء التدريجي بالقطاع الرسمي؛ بتطبيقه ابتداء في الفرع الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد للتغلب على الصعوبة النظامية لاتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم، وذلك بنسبة (٨٧) بالمئة، بعد أن كانت نسبة الموافقة عليه (٩٣.٣) بالمئة إثر تعديل طفيف في الصياغة، وقد يرجع ذلك لانخفاض عدد العينة في الجولة الثانية؛ لذا تم إعادة أخذ الرأي تجاهها في الجولة الثالثة، في حين ارتفعت نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات الإدارية المذكورة في الجدول بما نسبته (٩٨.٧، ٩٧.٧) بالمئة؛ مما يعكس جودة استقراء الصعوبات المحتملة في المجال الإداري وسبل مواجهتها، وإمكان اعتمادها.

٢. الصعوبات المجتمعية والمالية:

جدول رقم (٨٣)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات المجتمعية والمالية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
صعوبات مجتمعية	١. التقيد بأنظمة تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي منذ بداية انطلاقته.	٢.٨٦	٠.٤٤٨	٩٥.٣
	٢. النمذجة الإلكترونية للأنظمة؛ لتكون متاحة لاطلاع الجميع.	٢.٩٦	٠.١٨٩	٩٨.٧
صعوبات مالية	فتح باب التطوع لتقديم الاستشارات الدعوية وفق الضوابط المحددة.	٢.٦٤	٠.٧٣١	٨٨

يوضح الجدول رقم (٨٣) ارتفاع نسبة الموافقة على سبل التغلب على الصعوبات المجتمعية بما نسبته (٩٨.٧، ٩٥.٣) بالمئة؛ مما يشير إلى مناسبتها للتطبيق والاعتماد، في حين انخفضت نسبة الموافقة على اعتماد فتح باب التطوع لتقديم الاستشارات الدعوية وفق الضوابط

المحددة؛ لمواجهة قلة الحوافز المادية والمعنوية لمقدمي الاستشارات الدعوية إلى ما نسبته (٨٨) بالمئة، ورغم أن هذه النسبة لا تدخل ضمن النسب المنخفضة جداً التي تم اعتمادها لحذف الاجراء، إلا أنه تم حذفه لوجهة الرأي الذي يرى سلبية اعتماد ذلك في العمل الاستشاري الدعوي وفق تجربتهم في الميدان.

المطلب الثالث: نتائج الجولة الثالثة وتفسيرها:

جاءت نتائج الجولة الثالثة للتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية^(١) موضحةً في عدد من الجداول على النحو الآتي:

المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات).

أ. الهدف العام: البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية:

جدول رقم (٨٤)

يوضح نتائج الجولة الثالثة للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية	١. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية: الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية بالجامعات السعودية والمختصين في المجالات الدعوية).	٢.٩١	٠.٢٨٨	٩٧
	٢. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين: أ. الحصول على درجة ماجستير كحد أدنى في التخصص الدعوي، ويستثنى من ذلك من يحمل خبرة نوعية متخصصة في المجال. ب. أن يكون لديه خبرة في المجال الدعوي: (ثلاث سنوات كحد أدنى للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة كحد أدنى للحصول على درجة الدكتوراه).	٢.٥٢	٠.٦٦٥	٨٤
	٣. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: الإدارة الرسمية: أ. الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية ^(٢) . ب. الاستشارات الفردية: في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ^(٣) .	٢.٥٧	٠.٦٦٢	٨٥.٧
	أ. الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية ^(٢) .	٢.٧٨	٠.٦٠٠	٩٢.٧
	ب. الاستشارات الفردية: في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ^(٣) .	٢.٧٤	٠.٥٤١	٩١.٣

- (١) اقتصر على الإجراءات وسبل التغلب على الصعوبات التي تم تعديلها فقط، وهي قليلة جداً؛ إذ تمت موافقة أفراد عينة الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي على غالبية إجراءات التصور المقترح في جولته الثانية.
- (٢) وتكون في المرحلة الأولى لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير أماكن مخصصة مستقلة بذاتها؛ بواقع مركز واحد في كل منطقة من مناطق المملكة العربية السعودية كحد أدنى بحسب حجم المنطقة واحتياجها.
- (٣) وتكون في المرحلة الأولى لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير مراكز فرعية في مدن ومحافظات مناطق المملكة العربية السعودية، على غرار الجمعيات الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم.

الهدف العام	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
	٤. مجالات الاستشارات الدعوية، منها: أ. المجال الأمني والفكري.	٢.٥٧	٠.٧٢٨	٨٥.٧
	ب. المجال الاجتماعي والأسري.	٢.٧٤	٠.٦١٩	٩١.٣
	ج. المجال الإعلامي والثقافي.	٢.٥٧	٠.٦٦٢	٨٥.٧
	٥. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية: أ. المقابلة الشخصية في المكاتب الاستشارية الدعوية ^(١) .	٢.٧٠	٠.٥٥٩	٩٠

يكشف الجدول رقم (٨٤) عن رأي الخبراء تجاه إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات)، فيما يتعلق بهدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية ضمن البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية التي جرى عليها التعديل الأخير، وذلك على النحو التالي:

• ارتفاع نسبة الموافقة على معظم إجراءات تنفيذ البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية، بما نسبته (٩٠) بالمئة فما فوق، فيما يتعلق بـ: (اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية، مقرر تقديم الاستشارات الدعوية، المجال الاجتماعي والأسري للاستشارات الدعوية، تقديم الاستشارات الدعوية من خلال المقابلة الشخصية في المكاتب الاستشارية الدعوية).

• تراجع نسبة الموافقة إلى ما دون (٩٠) بالمئة، في إجراءات التنفيذ المتعلقة بشروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين، ومجالات الاستشارات الدعوية؛ حيث تدنت نسبة الموافقة على شروط اختيار المستشارين الدعويين في الجولة الثالثة إلى (٨٥.٧، ٨٤) بالمئة، في حين كانت في الجولة الثانية (٨٩، ٨٦.٣) بالمئة؛ لذا تم اعتماد ما تم الاتفاق عليه في الجولة الثانية، كما استمر تدني نسبة الموافقة ما دون (٩٠) بالمئة، وفوق (٨٥) بالمئة لمجالي: الأمني والفكري، الإعلامي والثقافي، وهي نسبة جيدة قابلة للاعتماد.

(١) بحيث تكون المكاتب الاستشارية الدعوية المخصصة للنساء مستقلة عن المكاتب الاستشارية الدعوية المخصصة للرجال.

ب. الهدف العام: نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع:

جدول رقم (٨٥)

يوضح نتائج الجولة الثالثة للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف التعريف بالاستشارات الدعوية

الهدف العام	الهدف التفصيلي	إجراءات التنفيذ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع	التعريف بالاستشارات الدعوية	تدريس مقرر يخدم الاستشارات الدعوية، بالأقسام الدعوية في الجامعات السعودية.	٢.٧٨	٠.٤٢٢	٩٢.٧

يبين الجدول رقم (٨٥) ارتفاع نسبة الموافقة على تدريس مقرر يخدم الاستشارات الدعوية، بالأقسام الدعوية في الجامعات السعودية بهدف التعريف بالاستشارات الدعوية ضمن نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع بنسبة (٩٢.٧) بالمئة؛ مما يوضح مناسبتها للتطبيق.

المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها. الصعوبات النظامية:

جدول رقم (٨٦)

يوضح نتائج الجولة الثانية للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات النظامية

صعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة
اتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظير.	البدء التدريجي بإنشاء إدارة للاستشارات الدعوية في المقر الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.	٢.٦١	٠.٧٢٢	٨٧

يكشف الجدول رقم (٨٦) استمرار انخفاض نسبة الموافقة على البدء التدريجي بإنشاء إدارة للاستشارات الدعوية في المقر الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد؛ للتغلب على الصعوبات النظامية لاتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظير، وذلك بنسبة (٨٧) بالمئة، إلا أن تلك النسبة بما أنها فوق (٨٥) بالمئة بالإمكان اعتمادها.



المبحث الثاني

التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية

تمهيد:

اعتنت الشريعة الإسلامية باستشراف المستقبل، وتأصيله في نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، فقد نبّه القرآن الكريم لذلك من خلال الآيات الداعية لإمعان النظر والإعداد للمستقبل، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ﴾^(١)؛ إذ إن في هذه الآية دعوة صريحة إلى استشراف الغد حتى يتزود الإنسان بالتقوى والعمل الصالح استعداداً ليوم المعاد، وكذلك في تعبير نبي الله يوسف عليه السلام لرؤيا الملك استشراف لمستقبل الوضع الاقتصادي وكيفية معالجة صعوباته بوضع خطة تحميهم بإذن الله تعالى من الفقر الذي قد يصيبهم جراءه، كما جاء في السنة عن ابن مسعود رضي الله عنه، قال: كَانَ النَّبِيُّ ﷺ يَتَخَوَّلُنَا بِالْمَوْعِظَةِ فِي الْأَيَّامِ، كَرَاهَةَ السَّامَةِ عَلَيْنَا^(٢)؛ فلقد توقع الرسول ﷺ أن يترتب على كثرة الموعظة الملل؛ مع أن القصد منها الفائدة، فلما توقع النتيجة العكسية اختار التخوّل بالموعظة لأنها الطريق الأكثر فائدة في التعلم والتعليم^(٣)؛ وبذلك تتضح أهمية العناية بجانب الدراسات الاستشرافية لمختلف الموضوعات والقضايا، والتي منها الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

إذ عيّنت حكومة المملكة العربية السعودية منذ تأسيسها بجانب الدعوة إلى الله تعالى؛ حيث سخرت كافة الجهود والإمكانات المادية والبشرية لخدمة ذلك، ولا زالت تبذل كل ما من شأنه أن يرتقي بالأداء الدعوي. ولعل من الأولويات التي من الأهمية العناية بها إيجاد منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية، تُعنى بتنظيم وتقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات

(١) (سورة الحشر، الآية: ١٨).

(٢) تقدّم تخريجه ص ٨٥.

(٣) انظر: استشراف المستقبل في الأحاديث النبوية، ص ٦٤، عبد الرحمن عبداللطيف قشوع، رسالة ماجستير في الحديث النبوي الشريف، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، نيسان/ ٢٠٠٥ م.

والأفراد؛ حيث كشفت الدراسة الحالية الحاجة الماسة إلى ذلك^(١)، كما أنه لا يخفى ما تعانيه الأمة الإسلامية في الواقع المعاصر من خطر الموجة التشكيكية في أصول الإسلام وثوابته، التي انطلقت من قبل شخصيات تدّعي الدفاع عن الدين، وتنسب نفسها لأهل السنة والجماعة، وتضم نفسها للدعاة إلى الله ﷻ^(٢)، وهو ما يؤكد ضرورة المواجهة والتصدي الدعوي وفق آلية منظمة ومعتمدة، ومنهجية سليمة مستقاة من الكتاب والسنة.

لذا سعت الدراسة إلى تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، يُسهم بإذن الله تعالى في تقديم رؤية مستقبلية لمشروع يخدم المجال الدعوي، ويرتقي به، وجاء هذا المبحث بعرض التصور المقترح في صورته النهائية بعد استقصاء آراء الخبراء والمتخصصين في المجال الاستشاري والدعوي^(٣)، من خلال خمسة مطالب كالاتي:

المطلب الأول: التعريف بالتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

المطلب الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

المطلب الثالث: صعوبات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية وسبل التغلب عليها.

المطلب الرابع: نتائج التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

المطلب الخامس: توصيات التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

(١) وهو ما وضحته نتائج الدراسة الميدانية للاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية في الفصل الثاني من الدراسة الحالية.

(٢) انظر: **سابغات**، أحمد بن يوسف السيد، ط [الأولى، ١٤٣٧هـ-٢٠١٥م، تكوين للدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية].

(٣) وهو ما اتضح من النتائج التفصيلية لتطبيق أسلوب دلفي في جولاته الثلاث، وذلك في المبحث الأول من الفصل الثالث من الدراسة الحالية.

المطلب الأول: التعريف بالتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية:

يتضح التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية من رؤيته، ورسالته، ومنطلقاته، وأهدافه، المتمثلة في التالي:

أولاً: رؤية التصور المقترح:

التميز^(١) في تقديم الاستشارات الدعوية.

ثانياً: رسالة التصور المقترح:

بناء منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية، تُعنى بتنظيم وتقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك على أيدي الكفاءات المتخصصة، وفق آليات تنسجم مع كافة المجالات الإرشادية، وتراعي الخصوصية لأعراف المجتمعات.

ثالثاً: منطلقات التصور المقترح:

تتمثل أبرز منطلقات التصور المقترح في الآتي:

١. الحاجة الشديدة لإدارة رسمية في المملكة العربية السعودية تنظّم وتقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد القائمين بالدعوة إلى الله تعالى، تسهم في تقويم العمل الدعوي وتوجيهه بما يتوافق مع المنهج القرآني والنبوي في الدعوة إلى الله ﷻ، خاصة في ضوء المكانة الدعوية لهذه الدولة المباركة لدى المسلمين في مختلف دول العالم.
٢. اهتمام حكومة المملكة العربية السعودية بجانب حماية الأمن الفكري للمجتمع الذي

(١) تقوم القيم التي يتم تبنيها في المنظمة للوصول لثقافة التميز على: إرضاء المستفيد، والعمليات الفاعلة، وقياس المخرجات الصحيحة، والشراكة مع المعنيين، والتحسين المستمر، والعناية بالبيئة، والتركيز على النتائج والقيادة الناجحة والعمل الجماعي، والتمكن والمساءلة، والتواصل والشفافية، وربط المخرجات بالنتائج وتجنب الأخطاء. (انظر: إدارة الأداء والتميز المؤسسي، ص ٩٠، أ.د. فؤاد عبدالمعطي شقوعة، ط [الأولى، ٢٠١٦م، دار أزمدة، عمان]).

قد يؤثر عليه قيام جهود دعوية غير منضبطة شرعياً، تُفسد من حيث لا تشعر بسبب غياب التوجيه والإرشاد الدعوي المناسب، فضلاً عن وجود جهات لها أهداف مغرضة تسعى لاستغلال ذلك في خدمة توجهاتها الفاسدة؛ الأمر الذي يستلزم تخصيص جهة دعوية تتولى المتابعة والإرشاد والتقويم.

٣. نتائج الدراسة الميدانية التي تؤكد الحاجة للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردية، وذلك من وجهة نظر كل من: الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع.

رابعاً: أهداف التصور المقترح:

تتمثل أهداف التصور المقترح فيما يلي:

١. البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية، يتفرع منه الأهداف التالية:
 - أ. البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية.
 - ب. تأهيل المستشار الدعوي.
٢. نشر ثقافة الاستشارات الدعوية بين المؤسسات والأفراد، يتفرع منه الأهداف الآتية:
 - أ. التعريف بالاستشارات الدعوية.
 - ب. التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية.
٣. تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً، يتفرع منه الأهداف التالية:
 - أ. توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي.
 - ب. تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية.
 - ج. مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري.

المطلب الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية: (على المدى القريب والمتوسط والبعيد)

تتمثل إجراءات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية على المدى القريب والمتوسط والبعيد فيما يلي:

- إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات):

أولاً: البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية:

١. البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية:

إجراءات التنفيذ:

١. تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية:

أ. إنشاء إدارة لها صفتها الرسمية والقانونية تابعة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد^(١)، تمثل الجهة الرسمية لتقديم الاستشارات الدعوية، والإشراف عليها.

ب. منح تصريح للمتقدمين من ذوي التخصص الدعوي بإنشاء مراكز استشارية دعوية خاصة، مرخص لها من قبل وزارة الشؤون الإسلامية، تلتزم بضوابط الجهة الرسمية.

(١) إدارة مستقلة في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، لا تنبثق من أي إدارة من إدارات الوزارة؛ لتكون لها خصوصيتها في اللوائح والأنظمة.

٢. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية^(١):

أ. الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية بالجامعات السعودية والمختصين في المجالات الدعوية).

ب. المراكز الخاصة: (الكفاءة المتميزة من أصحاب الخبرة والتخصص في المجال الدعوي).

٣. تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية:

أ. يُحدد دور المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة بتقديم خدمات التوعية والإرشاد والتثقيف الدعوي، والمساندة الاستشارية في المجال الدعوي، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة بالعمل الدعوي، إلى جانب الأبحاث والدراسات الاستشارية الدعوية^(٢).

ب. التزام مالك المركز الاستشاري الخاص بالإشراف العام على المركز بنفسه، ويكون تحت مسؤوليته المباشرة.

(١) يلزم العناية بجانب القيادات التي تتولى إدارة هذا المشروع من جانب امتلاكها السلوك الإداري، الذي من أبرز أولوياته: (التقدير، تنظيم بنية العمل، الحث على الإنتاج، الوعي بأهمية العلاقات الاجتماعية). (انظر: السلوك القيادي وفعالية الإدارة، ص ٨٩، د. طريف شوقي، ط [د (ر.ت)، دار غريب، القاهرة])، إلى جانب التميز بالفاعلية والكفاءة؛ حيث ترتبط الفاعلية بالقيادة، وترتبط الكفاءة بالإدارة؛ لذلك تتحقق الفاعلية عندما يكون هناك رؤية واضحة، وأهداف محددة، وإستراتيجيات، ومبادئ وقيم، وتنمية وتطوير، وغير ذلك من سمات القيادة، في حين تتحقق الكفاءة عندما يكون هناك تخطيط وتنظيم، وإدارة للوقت، ورقابة ومتابعة. والكفاءة: تعني أداء الأعمال بطريقة صحيحة، واستخدام أقل المدخلات من ناحية التمويل والموارد البشرية. (انظر: إدارة الأداء والتميز المؤسسي، ص ٤١-٤٢، مرجع سابق؛ أساسيات في القيادة والإدارة، ص ١٠، د. نوال عبدالكريم الأشهب، ط [د (ر)، ٢٠١٤م، دار أمجد، عمان])، إضافة إلى عناية تلك القيادات باطلاع المستشارين على كافة التقارير والمستجدات الدعوية، وكامل المؤشرات؛ تفعيلاً لخبرات المستشار وعدم قصر دوره على إدارة الأزمات. (انظر: القيادة في المنشآت الخيرية وشواهد من السيرة، ص ٥١، فهد بن إبراهيم الفعيم، ط [د (ر.ت)، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية]).

(٢) وبالإمكان توسيع ذلك الدور عند الحاجة بعد موافقة الجهة المسؤولة.

ج. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين^(١):

- (١) الحصول على درجة البكالوريوس كحد أدنى في التخصص الدعوي^(٢).
- (٢) أن يكون لديه خبرة في المجال الدعوي: (خمس سنوات كحد أدنى للحصول على درجة البكالوريوس، ثلاث سنوات كحد أدنى للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة كحد أدنى للحصول على درجة الدكتوراه).
- (٣) اجتياز المقابلة الشخصية، التي يتم فيها التأكد من امتلاك المستشار مقومات العمل الدعوي^(٣).

د. مقر تقديم الاستشارات الدعوية:

(١) الإدارة الرسمية:

- (أ) الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية^(٤).

(١) حيث أثبتت دراسة (الاستشارات الإدارية في خدمة منظمات العمل الحكومي: تجربة معهد الإدارة العامة) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تطبيق الاستشارة لدى الجهاز المستفيد وعدة عوامل: (ارتفاع مؤهلات الاستشاري العلمية، زيادة سنوات الخبرة الاستشارية، سنوات الخبرة التدريبية، عدد الدراسات والبحوث العلمية المنجزة من قبل الاستشاري، اقتراب تخصص الاستشاري من موضوع الاستشارة). (انظر: الاستشارات الإدارية في خدمة منظمات العمل الحكومي: تجربة معهد الإدارة العامة، ص ١٤٤، ١٥١، مرجع سابق).

(٢) وقد رأى بعض الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي اشتراط حصول المستشار على درجة ماجستير كحد أدنى في التخصص الدعوي، ويستثنى من ذلك من يحمل خبرة نوعية متخصصة في المجال، إلا أن ذلك الرأي لم يتفق عليه الغالبية؛ بحجة أن هذا الشرط يُعد عائقاً لسد الحاجة الكبيرة للمستشار في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية.

(٣) منها: (العلم، حسن الخلق، حسن السمعة، الفطنة وجودة الفهم، دقة الملاحظة، استشعار المسؤولية، الخبرة، الواقعية، التضامن والتعاون، علو الهمة، الفصاحة والبيان، الاستماع والإنصات، تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها، التخطيط الفعال، القدرة على ترتيب الأولويات، إدارة الوقت، مهارة التدريب، القدرة على التعامل مع أصناف المدعويين،...).

(٤) في المرحلة الأولية لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير أماكن مخصصة مستقلة بذاتها، بواقع مركز واحد في كل منطقة من مناطق المملكة العربية السعودية كحد أدنى بحسب حجم المنطقة واحتياجها.

(ب) الاستشارات الفردية: في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات^(١).

(٢) المراكز الخاصة: في مقر المركز الخاص الحاصل على ترخيص بذلك.

(٣) إدارة الأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات^(٢).

(٤) إدارة الاستشارات الدعوية عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة، ووسائل التواصل الاجتماعي، بالتناوب بين المستشارين الدعويين^(٣).

هـ. أوقات تقديم الاستشارة الدعوية:

(١) الإدارة الرسمية:

(أ) فترتان، صباحية: (٨ص-١٢م)، مسائية: (٤م-٨م).

(ب) على مدار الساعة عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة، ووسائل التواصل الاجتماعي.

(١) في المرحلة الأولى لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير مراكز فرعية في مدن ومحافظات مناطق المملكة العربية السعودية، على غرار الجمعيات الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم.

(٢) من شأن ذلك أن يسهم في الاستفادة من الكوادر المتخصصة من الأساتذة في المجال الدعوي، إضافة إلى تخفيف الضغط الذي من المقرر أن تواجهه فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في حال الاقتصار عليها؛ سيما أن شريحة كبيرة من المستفيدين من الاستشارات الدعوية هم طلبة الأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات.

(٣) وهو ما يُنظّم تقديم العمل الاستشاري الدعوي، ويسهل الاستفادة منه على نطاق واسع بآلية تقنية؛ حيث أصبح ذلك احتياجاً فعلياً في إدارة الخدمات المقدمة من قبل مختلف الأجهزة والأنظمة عالمياً، ولتحقيق نجاح الإدارة الإلكترونية يلزم توافر عدد من المتطلبات: (بنية تحتية قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين مقدم الخدمة والمستفيد منها، توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة من أجهزة الكمبيوتر والهاتف الشبكي وغيرها من الأجهزة التي تمكن من الاتصال بالشبكة العالمية أو الداخلية بأسعار معقولة، توافر عدد مناسب من مزودي الخدمة بالإنترنت، التدريب وبناء القدرات للعاملين في هذا المجال، وجود ثقافة عند العاملين بأهمية هذا العمل للتفاعل والتعاطي معه، وجود التشريعات والنصوص القانونية التي تسهل العمل وتضفي عليه المصداقية، توفير الأمن والسرية الإلكترونية على مستوى عالٍ لحماية المعلومات الشخصية وصون الأرشيف الإلكتروني من أي عبث، خطة تسويقية دعائية شاملة لاستخدام الإدارة الإلكترونية). (انظر: إدارة المؤسسات الدعوية محاولة لصياغة نظرية إسلامية في: التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، ص ٢٣٤، د. بدر الدين بن مصطفى زواقة، ط [د (ر)، ٢٠١٥م، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة]).

(٢) المراكز الخاصة: فترتان، صباحية: (٨ص-١٢م)، مساءية: (٤-١٠م).

و. مجالات الاستشارات الدعوية: الجوانب الدعوية ذات الصلة بالمجالات التالية^(١):

(١) المجال الشرعي.

(٢) المجال الأمني والفكري^(٢).

(٣) المجال التعليمي والتربوي^(٣).

(٤) المجال الاجتماعي والأسري.

(٥) المجال الإعلامي والثقافي.

ز. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية:

(١) المقابلة الشخصية في المكاتب الاستشارية الدعوية^(٤).

(١) بحيث تقتصر الاستشارة على ما يتعلق بالجانب الدعوي فيما يتعلق بالمجالات ذات الارتباط.

(٢) من المهم التعاون مع الجهات الأمنية ذات الاحتياج للاستشارات الدعوية المتخصصة في جانب الأمن الفكري، ويأتي مركز محمد بن نايف للمناصرة والرعاية في مقدمة تلك الجهات؛ باعتباره مؤسسة إصلحية مختصة بعمليات المعالجة الفكرية للمتطرفين من خلال مجموعة من البرامج التي يقوم عليها نخبة من أصحاب العلم والخبرة في التخصصات العلمية المتنوعة، وله جهود في بناء شراكات مع جهات حكومية وغير حكومية إضافة للمجتمع بغرض إشراكها في تنفيذ البرامج المختلفة، ورفع إسهامها في تنفيذ برامج وخدمات يمكن حصول المستفيدين عليها انطلاقاً من دور المركز في رعاية وتأهيل مستفيديه وخريجيه لتحقيق التكيف والاندماج في المجتمع ليكونوا أعضاء فاعلين، وبلغ عدد المتعاونين المشاركين من مختلف الجهات الأكاديمية والعلمية والبحثية المتخصصة أكثر من (٤٠٠ متعاون) في التخصص (الشرعي، علم نفس، علم الاجتماع، التاريخ، الاقتصاد، التدريب، الفن التشكيلي، السياسة، الرياضة..)، وذلك لتنفيذ برامج المركز. (انظر: موقع مركز محمد بن نايف للمناصرة والرعاية، <http://www.mncc.org.sa>).

(٣) من المهم التعاون مع وزارة التعليم في سد احتياج القائمين بإدارة التوعية الإسلامية من المشرفين والمشرفات للاستشارات الدعوية، خاصة في ضوء الجهود المبذولة من قبلهم في الدعوة إلى الله تعالى، فعلى سبيل المثال: يستفيد من البرامج التي تقدمها إدارة التوعية الإسلامية للبنات بمدينة الرياض فقط كل من الطالبات، والموظفات: (مشرفات، معلمات، مديرات، إداريات، مستخدمات، نزيلات السجون، طالبات الجامعات، الهيئة التعليمية، الدراسات في تعليم الكيبرات، موظفات المستشفيات والمراكز الصحية، المرضى). (انظر: موقع بوابة الرياض التعليمية، <http://riyadhedu.gov.sa>).

(٤) بحيث تكون المكاتب الاستشارية الدعوية المخصصة للنساء مستقلة عن المكاتب الاستشارية الدعوية المخصصة للرجال.

(٢) الوسائل الكتابية.

(٣) الهاتف.

(٤) شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وما يلحق بها: (المواقع الإلكترونية،

وسائل التواصل الاجتماعي،...).

(٥) القنوات الفضائية.

(٦) الدراسات الاستشارية^(١).

ح. أساليب تقديم الاستشارة الدعوية.

(١) القدوة الحسنة.

(٢) الحوار.

(٣) الإقناع والتأثير.

(٤) إثارة الأسئلة والاستفهام.

(٥) ضرب المثل.

(٦) العصف الذهني (جلسات النقاش).

ط. صلاحيات وحدود العمل الاستشاري الدعوي:

(١) الإرشاد والتوجيه.

(٢) المتابعة: وفق حاجة المستفيد^(٢).

(٣) التقييم: بتقويم العمل الدعوي؛ لتعزيز الإيجابيات، وتجاوز السلبيات^(٣).

(١) من المهم العناية بهذه الوسيلة وتفعيلها، من خلال تقديم دراسات استشارية نوعية، تخدم الجهة المستفيدة، وذلك

بمراعاة التالي: (تشخيص المشكلة بدقة، توافق الاستشارات مع احتياجات الجهة المستفيدة، سهولة وعملية تطبيق

التوصيات، مناسبة التقرير وتوصيات الاستشارة لإمكانيات الجهة المستفيدة). (انظر: الاستشارات الإدارية في

خدمة منظمات العمل الحكومي: تجربة معهد الإدارة العامة، ص ٢٨٧، مرجع سابق).

(٢) من خلال وضع آلية عملية لمتابعة طالب الاستشارة سواء على المستوى المؤسسي أم الفردي في حال الحاجة لذلك.

ومن المقترح في هذا الشأن تخصيص ملف (ورقي، أو إلكتروني) لكل حالة من المستفيدين، يُضمّن معلومات

المستفيد، وتسجيل محتوى كل استشارة والتوجيه المقدم لها، والوسائل والأساليب المستخدمة، وتاريخ الطلب والرد.

(٣) من خلال توضيح إيجابيات وسلبيات سير العمل الدعوي للجهة طالبة الاستشارة، وكيفية تجاوز السلبيات، بعد

الاطلاع على واقع عملها الدعوي، ومنهجيته.

ي. القيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي:

- (١) التزام عقد الاستشارة عند التعامل مع المؤسسات الدعوية: وهو عقد بين طالب ومقدم الاستشارة.
- (٢) التقيد بحدود العلاقة الاستشارية وفق الضوابط الشرعية.
- (٣) الوضوح في إعلان المهارات الاستشارية للمستشار^(١).
- (٤) حق اتخاذ القرار للمستشير.
- (٥) اقتصار العملية الإرشادية فيما هو داخل في الاختصاص، والفصل بينها وبين مجالات أخرى: (الاستشارات الشرعية، الإفتاء، الاستشارات الأسرية،...).
- (٦) مراعاة اختلاف البيئات، والعادات، والأعراف، والمستويات الاجتماعية والمالية.
- (٧) تناسب ما يحصل عليه المركز الاستشاري الدعوي الخاص، من مقابل مادي مع ما يقدمه من خدمات إرشادية، أو تدريبية، مع مراعاة الدرجة العلمية، والخبرة العملية التي يمتلكها المرشد.

٢. تأهيل المستشار الدعوي:

إجراءات التنفيذ^(٢):

١. إعداد برنامج تأهيلي متكامل للمستشار الدعوي المستجد لا تقل مدته عن ثلاثة أشهر، يتضمن الجانبين النظري والتطبيقي.
٢. التدريب على رأس العمل، من خلال مرافقة مستشار دعوي متمكن فترة لا تقل عن ثلاثة أشهر.

٣. استحداث دبلوم متخصص في الاستشارات الدعوية، يُدرس لخريجي الأقسام الدعوية، بضوابط وشروط معينة تشرف عليه المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.

-
- (١) من خلال إعلان السيرة الذاتية لكافة المستشارين في الموقع الرسمي للجهة مقدمة الاستشارة؛ ليتسنى لطالب الاستشارة التوجه للمتخصص وصاحب الخبرة في موضوع الاستشارة.
 - (٢) من خلال اختيار أحد الإجراءات المذكورة حسب إمكانيات الجهة مقدّمة الاستشارة، واحتياجات المستشارين.

ثانياً: نشر ثقافة الاستشارات الدعوية بين المؤسسات والأفراد^(١):

١. التعريف بالاستشارات الدعوية^(٢):

إجراءات التنفيذ:

١. إنشاء موقع إلكتروني رسمي متخصص بالاستشارات الدعوية، يُسهل تواصل المستفيدين بالجهات الاستشارية الدعوية.

٢. تدريس مقرر يخدم الاستشارات الدعوية، بالأقسام الدعوية في الجامعات السعودية.

٣. الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة لبيان أهمية الاستشارات الدعوية وثمراتها.

٤. تقديم تقارير دورية معلنة توضح أعداد المستفيدين من الاستشارات الدعوية، ومجالاتها على المستوى الفردي والمؤسسي.

٥. فتح المجال لاستقبال التساؤلات والاستفسارات عن خدمة الاستشارات الدعوية.

٢. التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية:

إجراءات التنفيذ:

١. إقامة حملات تثقيفية عن أهمية الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد.

٢. تقديم خدمات استشارية مجانية داخل المؤسسات (التعليمية، والصحية، والأمنية،...؛ بالتنسيق مع الجهات المختصة.

٣. إعطاء ميزات إيجابية للمؤسسات الدعوية المستفيدة من الاستشارات الدعوية رسمياً.

(١) إن الثقافة القوية تؤدي إلى زيادة فاعلية المؤسسة، والترابط الاجتماعي، وجماعية العمل، وفاعلية نظام الاتصال،

والاتفاق فيما يتعلق بالقيم والمبادئ. (انظر: إدارة الأداء والتميز المؤسسي، ص ٨٢، مرجع سابق).

(٢) خاصة في ضوء اعتباره مصطلحاً جديداً، ووجود تداخل في مفهومه مع مجالات أخرى، وجهل الكثير من القائمين بالعمل الدعوي المؤسسي والفردي بمدى حاجتهم لذلك، سيما من يقوم بالدعوة إلى الله تعالى على نطاق ضيق في حدود أسرته، وهم لبنة المجتمع وأساس صلاحه.

• إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (بعد عشر سنوات):

ثالثاً: تحقيق جودة^(١) تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً:

١. توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي:

إجراءات التنفيذ:

١. تفعيل الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة بمختلف اللغات.

٢. تحديد الضوابط لتوسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي.

٣. عرض الخدمات الاستشارية الدعوية في المملكة العربية السعودية على المستوى الإقليمي والعالمي من خلال الموقع الإلكتروني الرسمي، والمراكز المختصة في الخارج.

٤. فتح المجال لتدريب الكوادر الدعوية من خارج المملكة العربية السعودية للتأهيل الاستشاري.

٢. تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة^(٢) لمختلف المجالات الاستشارية:

إجراءات التنفيذ:

١. عقد شراكة استشارية لتبادل الخبرات مع جهات استشارية محلية وإقليمية وعالمية في مختلف المجالات: (الإدارية، الاجتماعية، الأسرية، النفسية، ..).

(١) يؤدي تحسين الجودة إلى زيادة الإنتاجية، واستثمار الموارد وتحسين كفاءة العملية الإنتاجية، إلى جانب تحسين المركز التنافسي. (انظر: إدارة الأداء والتميز المؤسسي، ص ١١٤، مرجع سابق). ومن عناصر تطبيق معايير الجودة: (التركيز على المستفيدين، والقيادة، ومشاركة العاملين، والتحسين المستمر، والمشاركة في اتخاذ القرار). (انظر: أثر تطبيق معايير الجودة في تحسين المخرجات للمكاتب الاستشارية الهندسية في الأردن، ص ٧٥، د. ناصر جميل عبدالله، ط [د (ر)، ٢٠١٦م، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة]).

(٢) تعرف الميزة التنافسية على أنها: "قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط، وتحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات، والموارد الفنية، والمادية، والمالية، والتنظيمية، والمعلوماتية، بالإضافة إلى القدرات والكفاءات وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق إستراتيجيتها التنافسية"، ويرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما: القيمة المدركة لدى العميل، وقدرة المنظمة على تحقيق التميز. (انظر: إدارة الأداء والتميز المؤسسي، ص ١٠٨، مرجع سابق).

٢. المشاركة في المؤتمرات والندوات والفعاليات المختلفة التي تظهر الجودة الاستشارية الدعوية.

٣. تشجيع الدراسات المتخصصة في المجال الاستشاري الدعوي، والانتقال من التنظير إلى التطبيق.

٤. استحداث كراسي بحث خاصة بالاستشارات الدعوية داخل المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.

٥. تطبيق معايير الجودة في العمل الاستشاري الدعوي، واستخدامها في التقويم والتطوير.

٦. إشراك المستفيدين من الاستشارات الدعوية في تقويمها وتطويرها.

٧. تقديم الحوافز المشجعة لافتتاح المراكز الاستشارية الدعوية المتميزة.

٨. الاستفادة من الإعلام بمختلف مجالاته في دعم الاستشارات الدعوية وتشجيع الكوادر المتميزة للمشاركة فيها.

٣. مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري:

إجراءات التنفيذ:

١. المتابعة المستمرة لمستجدات العصر في خدمة المجال الاستشاري على المستوى العالمي.

٢. الاطلاع على التجارب الاستشارية المتميزة عالمياً والاستفادة منها في تطوير الاستشارات الدعوية.

٣. الاستفادة من الخطط الإستراتيجية للمراكز الإستراتيجية المتقدمة على المستوى العالمي.

٤. توفير المرافق والتجهيزات المناسبة لتفعيل الاستشارات الدعوية بصورة تخدم الاستخدام الفردي والجماعي، بما يتوافق مع التقدم العالمي في المجال الاستشاري.

٥. تحديد ميزانية لتمويل متطلبات تفعيل الخدمة الاستشارية الدعوية، وتطوير الكوادر العاملة في المجال نفسه.

٦. تصدير التجارب الناجحة ذات المنظور الإسلامي في المجال الاستشاري الدعوي على المستوى العالمي.

المطلب الثالث: صعوبات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية وسبل التغلب عليها:

تتمثل أبرز الصعوبات المحتملة لتنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية وسبل التغلب عليها في التالي:

أولاً: الصعوبات النظامية:

١. الإجراءات المتبعة لاعتماد استحداث إدارة رسمية، لم تتضمنها اللوائح والأنظمة.

سبل التغلب:

الاستفادة من التجارب المماثلة في استحداث وتغيير بعض الأنظمة المتبعة في مختلف الوزارات^(١).

٢. اتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم.

سبل التغلب:

١. البدء التدريجي بإنشاء إدارة للاستشارات الدعوية في المقر الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.

٢. الاستفادة من الأنظمة المعتمدة لجهات استشارية رسمية مماثلة في البناء التنظيمي للاستشارات الدعوية.

٣. الاستفادة من الدراسة الحالية في التنظير للعمل الاستشاري الدعوي في ضوء آراء الخبراء المشاركين في التصور المقترح.

(١) مثل: اللائحة التنظيمية لمراكز الإرشاد الأسري الأهلية، الصادرة في شهر ذي الحجة عام ١٤٣٣هـ، وذلك في وزارة العمل والتنمية الاجتماعية.

ثانياً: الصعوبات الإدارية:

١. عدم وجود معايير واضحة ومحددة للتحقق من مدى تنفيذ أهداف العمل الاستشاري الدعوي.

سبل التغلب:

١. اعتماد معايير واضحة ومعلنة في الخطة التشغيلية للعمل الاستشاري الدعوي المؤسسي.
٢. تقويم العمل الاستشاري الدعوي بصورة دورية ربع سنوية بداية تنفيذ المقترح مع إجراء التعديلات اللازمة.
٣. التطبيق الجزئي للمقترح ومتابعة النتائج مع إجراء التعديل المناسب.

٢. عدم اقتناع متخذي القرار بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية على النطاق الرسمي.

سبل التغلب:

١. رفع تقارير إحصائية تبرز الحاجة الفعلية لتفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية.
٢. توضيح الثمرات المرجوة من تفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى.

٣. اختيار الأعضاء المناسبين لتفعيل الاستشارات الدعوية.

سبل التغلب:

١. الاستعانة بتوصيات وترشيحات المختصين في المجال الدعوي الأكاديمي.
٢. تنفيذ اختبارات مقننة، ومقاييس واقعية للتأكد من الكفاءات المتقدمة للعمل في المجال الاستشاري.
٣. استقطاب الكفاءات الناجحة في العمل الدعوي من خلال المكاتب والمراكز ذات العلاقة بالعمل الدعوي.

٤. عدم وجود إستراتيجية محددة لإعداد وتدريب القيادات الاستشارية قبل الخدمة وأثناءها.

سبل التغلب:

١. الاستفادة من المدربين المعتمدين في المجال الاستشاري بصورة عامة.
٢. الاطلاع على التجارب الناجحة في مجال التخطيط الإستراتيجي لإعداد وتدريب الكوادر المتميزة.

ثالثاً: الصعوبات الدعوية:

١. مقاومة بعض المؤسسات الدعوية تفعيل الاستشارات الدعوية بصورة رسمية؛ خشية إعاقتها أنشطتهم الدعوية.

سبل التغلب:

١. توضيح أن هدف تفعيل الاستشارات الدعوية رسمياً، لتنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه لتحقيق الغاية منه^(١).
٢. إشراك المؤسسات الدعوية في وضع الخطة الإستراتيجية للاستشارات الدعوية^(٢).
٣. عقد اللقاءات المفتوحة لإقناع الجهات المستفيدة بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية.
٢. عدم تقدم كثير من الدعاة والمؤسسات الدعوية بطلب الاستشارة بحجة الانشغال بالأعمال اليومية الروتينية.

(١) يلزم لتحقيق النجاح في العمل المؤسسي أن ينطلق من: وضوح الفكرة التي قامت من أجلها المؤسسة، مشروعية المؤسسة، وجود قيادة مؤهلة ومحترمة وقادرة ومتحمسة ومتفرغة لهذا العمل، توفر رأس المال الكافي، إيجاد سمعة جيدة للمؤسسة، القدرة على اتخاذ القرار، جذب عدد كافٍ من العاملين الأكفاء المنجزين، وجود خطط وبرامج محددة وواضحة ومدروسة، وجود لوائح وأنظمة عمل محددة، وجود نظام للرقابة والمتابعة والتقييم المستمر. (انظر: إدارة المؤسسات الدعوية محاولة لصياغة نظرية إسلامية في: التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، ص ٤٠، مرجع سابق).

(٢) القائد الإداري الماهر في الإسلام هو من يتشاور مع رؤوسه في المهام المختلفة التي يرغب في تحقيقها؛ حتى يتبين له إمكانية تنفيذها، ويستطيع تنفيذ ذلك بصورة سليمة. (انظر: إدارة المؤسسات الدعوية محاولة لصياغة نظرية إسلامية في: التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، ص ١٦١، مرجع سابق).

سبل التغلب:

١. تحفيز المؤسسات والأفراد العاملين في المجال الدعوي للاستفادة من الاستشارات الدعوية بما يتلاءم مع اهتماماتهم.

٢. تسهيل الاستفادة من الخدمات الاستشارية، والحرص على سرعة الرد وجودة الرأي ودقته.

٣. عدم اقتناع بعض الدعاة والمؤسسات الدعوية بجدوى الاستشارة الدعوية في ظل خبراتهم الدعوية.

سبل التغلب:

١. نشر التجارب الاستشارية الناجحة وتوضيح إيجابياتها.

٢. الشفافية والوضوح في إعلان خبرات المستشارين الدعويين في المجال الدعوي والاستشاري، وفتح المجال لاختيار المستشار الأنسب لموضوع الاستشارة.

رابعاً: الصعوبات المجتمعية:

١. عدم تقبل المجتمع للاستشارات الدعوية واستشعار أهميتها.

سبل التغلب:

١. التكثيف الإعلامي المدروس لنشر ثقافة الاستشارة الدعوية قبل البدء في التفعيل.

٢. تضافر جهود الخبراء المختصين في المجال الاستشاري الدعوي في تنظيم العمل والتمهيد لنقله للعمل المؤسسي.

٢. عدم التزام أفراد المجتمع بالأنظمة المتبعة للاستفادة من الاستشارة الدعوية.

سبل التغلب:

١. التقيد بأنظمة تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي منذ بداية انطلاقته.

٢. الاعتناء بجانب العلاقات العامة عند تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي لضمان استمراريته.

٣. النمذجة الإلكترونية للأنظمة؛ لتكون متاحة لاطلاع الجميع.

خامساً: الصعوبات المالية:

١. الاحتياج إلى ميزانية عالية لتمويل المشروع، وتنميته.

سبل التغلب:

١. الاستفادة من الإمكانيات المتاحة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد (بعض المرافق، والكوادر، والاتفاقيات المشتركة مع مكاتب الخبرة التابعة للجامعات،...)، وذلك مدة التأسيس.

٢. الاستفادة من الخبراء في المجال الاستشاري الاقتصادي، لتحديد التكلفة المادية المتوقعة، وكيفية توفير التمويل المستمر^(١).

٢. قلة الحوافز المادية والمعنوية لمقدمي الاستشارات الدعوية.

سبل التغلب:

١. اختيار حوافز مادية ومعنوية مناسبة مع الخدمة المقدمة من قبل المستشار الدعوي والخبرات التي يمتلكها^(٢).

٢. الاستفادة من التجارب المماثلة في المجالات الاستشارية الأخرى باقتراح الحوافز.

(١) حيث تُسهم الدراسات العميقة للموارد المتاحة ورصد قوتها وضعفها في تقديم الرؤية الصائبة واختيار البرامج المناسبة. (انظر: إدارة المؤسسات الدعوية محاولة لصياغة نظرية إسلامية في: التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، ص ٩٤، مرجع سابق).

(٢) ومن شروط نجاح التحفيز: وضوح نظام التحفيز لكل أفراد المؤسسة، شمول التحفيز لكل أنواعه (الإيجابي والسلبي، الفردي والجماعي، المادي والمعنوي)، اختيار التحفيز الملائم لخصائص واحتياجات كل فرد وطبيعته ومنصب عمله ومستوى أدائه الوظيفي، أن يكون التحفيز نتيجة لتقييم الأداء الوظيفي والكفاءة المهنية، التنبؤ باحتياجات العاملين والتدريب على معرفة رغباتهم وطموحات كل فرد. (انظر: إدارة المؤسسات الدعوية محاولة لصياغة نظرية إسلامية في: التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، ص ١٨٠، مرجع سابق).

المطلب الرابع: نتائج التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية:

يُستخلص من الطرح السابق للتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية النتائج الآتية:

أولاً: ما يتعلق بالبناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية:

١. أهمية العناية بجانب البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية قبل البدء في تفعيل العمل الاستشاري الدعوي؛ وذلك للبعد عن العمل العشوائي، ومنعاً لأي مخالفات نظامية مستقبلية تحدث جراء تفعيل العمل الاستشاري الدعوي تحت جهات غير مسؤولة عن المتابعة والتقييم.

٢. الاتفاق على اعتبار وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد مرجعية مناسبة لإدارة تنظيم العمل الاستشاري الدعوي وتقديمه، سواء على النطاق الرسمي أم الخاص؛ كونها الجهة المسؤولة رسمياً عن الإشراف على الأعمال الدعوية ومتابعتها نظامياً؛ الأمر الذي من شأنه أن يسهم في سرعة تفعيل المشروع، وتذليل الصعوبات التي تواجهها المؤسسات الدعوية والقائمون بالدعوة إلى الله تعالى بصورة فردية.

٣. أهمية تضافر جهود مختلف الجهات الرسمية والخاصة: (وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، الأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات، المراكز الخاصة) في تفعيل تقديم الاستشارات الدعوية وتذليل صعوبات ذلك؛ لسد حاجة المستفيدين من القائمين بالعمل الدعوي على المستوى المؤسسي والفردية.

٤. الحاجة إلى تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية بدقة وبصورة واضحة؛ لضمان توحيد آلية التفعيل، وتحقيق النتائج المرجوة مع اختلاف جهات التنفيذ.

٥. اختلاف آليات تأهيل المستشار الدعوي حسب إمكانيات الجهة مقدّمة الاستشارة، واحتياجات المستشارين الخاضعين لذلك التأهيل.

ثانياً: ما يتعلق بنشر ثقافة الاستشارات الدعوية بين المؤسسات والأفراد:

١. أهمية نشر ثقافة الاستشارات الدعوية بين المؤسسات والأفراد؛ تمهيداً لتفعيلها وتحقيق أهدافها؛ لسد حاجة الدعاة على المستوى المؤسسي والفردى، والارتقاء بمستوى الأداء الدعوي.

٢. قيام نشر ثقافة الاستشارات الدعوية على بذل الجهد في التعريف بها، والتهيئة لتقبلها، خاصة في ضوء الجهل بمفهومها على المستوى المؤسسي والفردى، وعدم إدراك مدى الحاجة لها لتحقيق النجاح الدعوي.

ثالثاً: ما يتعلق بتحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً:

١. السعي لتحقيق جودة الاستشارات الدعوية المقدمة، من خلال توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي، وتحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية، إلى جانب مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري.

٢. أهمية التكامل والتوازن عند تطبيق معايير الجودة، وذلك وفقاً للعمل التدريجي المنضبط بخطط إستراتيجية مبنية على منهجية علمية مدروسة تُسهم في نجاح المشروع وتحقيق تطلعاته.

المطلب الخامس: توصيات التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية:

تتمحور أبرز توصيات التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية في التالي:

١. البدء التدريجي في تطبيق مشروع الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؛ بإنشاء إدارة في المقر الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، ينطلق منها تنظيم العمل الاستشاري الدعوي على النطاق الرسمي والخاص، ويتم من خلالها تفعيل المشروع على نطاق ضيق كتطبيق جزئي؛ وذلك لدراسة آلية التنفيذ ومتابعة النتائج والتقييم قبل توسيع دائرته.

٢. اعتماد معايير واضحة ومعلنة في الخطط التشغيلية للعمل الاستشاري الدعوي؛ للتحقق من مدى تنفيذ أهداف العمل وفاعليته وحاجته للتعديل.

٣. العناية بجانب اختيار الأعضاء المناسبين لتفعيل الاستشارات الدعوية، خاصة في مرحلة التأسيس؛ الأمر الذي من شأنه أن يبني منظومة فاعلة ومنتجة، قائمة على أسس قوية تعمل على بناء الصف الثاني من المستشارين الدعويين وفق الخطط والإستراتيجيات المرسومة.

٤. الاستفادة من التجارب الناجحة في مجال التخطيط الإستراتيجي لإعداد وتدريب القيادات الاستشارية، وذلك قبل تفعيل الخدمة وأثناءها.

٥. إشراك قيادات المؤسسات الدعوية المميزة في وضع الخطط الإستراتيجية للاستشارات الدعوية، وعقد اللقاءات المفتوحة لمناقشتها مع الجهات المستفيدة قبل اعتمادها، وذلك تهيئة لتطبيقها؛ لضمان نجاحها والتفاعل معها.

٦. التكثيف الإعلامي المدروس لنشر ثقافة الاستشارات الدعوية، والاستفادة من أهل الخبرة والاختصاص في هذا المجال.

٧. تفعيل الإلكتروني للعمل الاستشاري الدعوي منذ بدء انطلاقته لتيسير ضبطه، ونشر قيمه، وتوسيع دائرة الاستفادة منه، وذلك في ضوء عصر التقنية الحديثة.

٨. العناية بجانب التحفيز للعاملين في المجال الاستشاري الدعوي بمختلف جوانبه، وذلك بما يتناسب مع إمكانيات الجهة مقدّمة الاستشارة، والجهود المبذولة من قبل العاملين، والاستفادة من المؤسسات المانحة في هذا الجانب.



الخلاصة

أولاً: النتائج

ثانياً: التوصيات

الخاتمة

الحمد لله رب العالمين الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على إمام الدعاة ومرشد الناس إلى الخير، نبينا محمد خاتم الأنبياء والمرسلين، وعلى آله، وأصحابه، وأتباعه إلى يوم الدين.

و بعد:

فأحمد الله ﷻ وأثني عليه؛ إذ أعانني على إتمام دراسة موضوع "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية"، الذي أرجو أن ينفع الله به مقدمي الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى، والمستفيدين منها، وأسأل المولى ﷻ أن يأخذ هذا الجهد طريقه إلى الانطلاق كمشروع يُسهم في تنظيم الاستشارات الدعوية على النطاق الرسمي والخاص؛ سعياً لتقويم العمل الدعوي؛ لضمان نجاحه وتحقيق الغاية من إقامته، وللارتقاء بجودته، كما أسأله أن يجعله عملاً صالحاً متقبلاً، ومن باب العلم الذي يورثه صاحبه، إنه سميع مجيب، ﴿فَلِلَّهِ الْحَمْدُ رَبِّ السَّمَوَاتِ وَرَبِّ الْأَرْضِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾^(١).

وفي ضوء ما سبق طرحه في فصول الدراسة يمكن إجمال أبرز ما توصلت إليه من النتائج، والتوصيات، في التالي:

أولاً: النتائج:

تمحورت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

١. تحرير مفهوم الاستشارات الدعوية بـ: "تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه".
٢. ثبوت مشروعية الاستشارة في القرآن الكريم، والسنة النبوية: القولية والعملية، وآثار السلف الصالح، واعتبار ذلك منهج حياة، وحاجة بشرية عُرفت من الأمم السابقة.

(١) (سورة الجاثية، الآية: ٣٦).

٣. أهمية العناية بجانب الاستشارة، بأن تكون مبنية على أسس سليمة صحيحة، مع اختيار المستشار من ذوي الخبرة والرأي السديد، المستمسك بالكتاب والسنة، وإرادة الحق، والبعد عن الضلال ومتابعة الهوى.

٤. اعتماد تفعيل الاستشارات المنظمة في سياسة المملكة العربية السعودية منذ بداية تأسيسها، واستمرار التوسع والتطور في مختلف المجالات حسب الحاجة في وقتها، وبما يخدم قضايا التنمية الشاملة في المملكة العربية السعودية، مما يفسح المجال لأي تصورات مقترحة في جانب فتح مجالات جديدة للاستشارات تتوافق مع تطلعات الدولة.

٥. تحديد مفهوم العمل الاستشاري الدعوي باعتبار أركان الدعوة يُسهم في إجادة توصيفه، وبالتالي منع تداخله مع مجالات استشارية أخرى يشترك معها في بعض المهام، مثل الاستشارات: (الشرعية، الاجتماعية، التربوية، النفسية، ...).

٦. تطلب الاستشارة الدعوية التهيئة المناسبة للمستشار، سواء على المستوى الذاتي أم على المستوى المهني، باستشعار المسؤولية لتحقيق تلك المتطلبات، من خلال: (التحلي بصفات تؤهل للقيام بمهمة الاستشارة الدعوية، امتلاك مهارات تُسهم في توصيل الرسالة الإرشادية والتوجيهية بصورة تجدد قبولاً أسرع من قبل المتلقي، التقيد بالقيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي، اتباع مراحل العملية الاستشارية الدعوية بدقة).

٧. إمكانية تقديم الاستشارات الدعوية بصور مختلفة من الوسائل والأساليب، تبعاً لاختلاف أحوال المتقدمين بطلبها من المؤسسات والأفراد، وبما يتناسب مع احتياجاتهم.

٨. احتياج العمل الاستشاري الدعوي إلى تصور المشكلات التي قد تعترضه، عند مزاولة تقديم المشورة والرأي، أو طلب الاستشارة الدعوية بصورة واسعة؛ وذلك منعاً من تكرار تلك المشكلات وما ينتج عنها من عقبات على كافة أطراف العملية الاستشارية، والاستفادة منها في تحقيق التطوير والنجاح. وتتمحور أبرز تلك المشكلات في: (مفهوم الاستشارة

الدعوية ومحدداتها، تنظيم العمل الاستشاري وضوابطه، التأهيل المهني للمستشار، آلية التعامل بين المستشار والمستشير).

٩. تتركز عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي التي من شأنها اختصار الجهد والوقت لجني ثمار الاستشارة الدعوية، سواء على المستوى الرسمي، أم المستوى الفردي في العناية ب: (تأهيل المستشار الدعوي وتحديد معايير اختياره، ضوابط العمل الاستشاري الدعوي، اختيار موضوعات الاستشارة، آلية تقديم الآراء والتوجيهات الدعوية، العلاقة بين طالب الاستشارة الدعوية ومقدمها).

١٠. تمحور أبرز الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر كل من: الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، وفقاً لنتائج الدراسة الميدانية في الآتي:

أ. محاور الاستشارات الدعوية: أولوية التركيز في الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي على المحاور التالية: (التخطيط للعمل الدعوي، بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها، التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه، التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها).

ب. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه: تقدّم الأسباب الآتية: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية، تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة، تيسير متابعة الاستشارة الدعوية)؛ للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي وتنظيمه.

ج. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي: تقدّم التطلعات المستقبلية التالية: (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال

الاستشارات الدعوية، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي؛ للرفعي بمستوى العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي.

١١. تمثل أهم الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر كل من: الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى، والمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وأفراد المجتمع، وفقاً لنتائج الدراسة الميدانية في التالي:

أ. محاور الاستشارات الدعوية: أولوية التركيز في الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي على المحاور التالية: (بحث أسباب المشكلات التي تواجه الفرد وسبل معالجتها، التخطيط للعمل الدعوي، تقويم العمل الدعوي).

ب. أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه: تقدّم الأسباب الآتية: (تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية، توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية، تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة؛ للمطالبة بتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي).

ج. التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي: تقدّم التطلعات المستقبلية التالية: (تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي، تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني، تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي)؛ للارتقاء بمستوى العمل الاستشاري الدعوي الفردي.

١٢. التوصل إلى تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية وفق رؤية ورسالة وأهداف محددة، متضمناً عرض إجراءات التنفيذ على المدى القريب والمتوسط والبعيد، والصعوبات المحتملة وسبل التغلب عليها، وقد تم الاتفاق عليه من قبل مجموعة من الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي؛ وذلك سعياً لتيسير تطبيقه فور اعتماده من قبل الجهات المعنية.

ثانياً: التوصيات:

توصلت الدراسة الحالية لعدد من التوصيات يتمثل أبرزها في الآتي:

١. أهمية الأخذ بالاعتبار مخرجات التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية عند إقامة المشروع؛ كونها حصيلة جهد مجموعة من الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي، أسهموا في دراسة بنوده ومراجعته خلال ثلاث جولات، فضلاً عن التحكيم المسبق لاستثمارته قبل عرضه على الخبراء؛ وهو ما يضيف جانباً من المصداقية على الآراء المقدّمة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي.

٢. ضرورة مساندة الأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات السعودية وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في تذليل الصعوبات التي من المتوقع أن تواجهها عند بدء تفعيل مشروع الاستشارات الدعوية، ومن ذلك التالي:

أ. تزويد وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بالخبراء المتميزين في المجال الاستشاري الدعوي، للاستفادة منهم، سواء في الإدارة أو تقديم الاستشارات الدعوية.

ب. تخصيص مقر لتقديم الاستشارات الدعوية تابع للأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات السعودية، يُشارك فيه الأساتذة والأستاذات أصحاب الخبرة في المجال الاستشاري.

ج. الإسهام في نشر ثقافة الاستشارات الدعوية في المجتمع الجامعي.

د. اعتماد دبلوم لإعداد وتأهيل المستشارين الدعويين، إلى جانب تنظيم دورات وبرامج تدريبية لتطوير مهارات المستشارين الدعويين.

٣. بناء شراكات وتبادل خبرات مع جهات أمنية وتعليمية ومجتمعية؛ لتقديم استشارات دعوية نوعية من قبل المتخصصين البارزين في ذلك، وفي المقابل إسهام تلك الجهات في تأهيل المستشارين الدعويين المستجدين، بتزويدهم بمهارات نوعية في مجال تخصصاتهم التي من شأنها تطوير قدراتهم الاستشارية.

٤. إعداد دليل إرشادي دعوي يخدم مراكز الاستشارات الدعوية والمستشارين، من خلال إجراء دراسة مسحية للرسائل الدعوية، تحدد احتياجات العمل الدعوي المؤسسي والفردية، والموضوعات الدعوية ذات الاهتمام، والوسائل والأساليب المناسبة لكل صنف من أصناف المدعويين.

٥. أهمية العناية بجانب آلية تنظيم وتقديم الاستشارات الدعوية، من خلال مراعاة ما يلي:

أ. تحديد نموذج موحد لبيانات المستفيد، سواء كان مؤسسة أم فرداً (يفضل أن يكون إلكترونياً مربوطاً بشبكة الموقع الرسمي لإدارة الاستشارات الدعوية)؛ الأمر الذي من شأنه أن يسهم في إيجاد تصور واضح للمستشار عن طالب الاستشارة، ومن ثمّ تسهيل تقديم المشورة المناسبة لحاله.

ب. تحديد نموذج موحد للاستشارات المقدمة، يتضمن: (رقم ملف المستشار، موضوع الاستشارة، الحلول المقدّمة، التاريخ، اسم مقدّم الاستشارة)، يوضع في ملف المستفيد (يفضل أن يكون إلكترونياً)؛ وهو ما يُسهم في تحقيق الآتي:

(١) تيسير متابعة الاستشارات المقدّمة من قبل إدارة الاستشارات الدعوية؛ لتقوم العمل الاستشاري الدعوي، ومعالجة أي قصور أو خلل طارئ، مثل: (تقديم حلول عامة لا تعالج المشكلة المعروضة، عدم مواءمة توصيات وتوجيهات المستشار لإمكانيات الجهة طالبة الاستشارة، ...).

(٢) جمع الاستشارات المقدّمة في مخرج مكتوب، يكون مرجعاً مناسباً للمراكز الاستشارية، والمستشارين الدعويين، إلى جانب خدمة المؤسسات الدعوية التي تواجه مشكلات مشابهة.

٦. بناء الاستشارات الدعوية على دراسات ميدانية متخصصة، ترصد الواقع الدعوي، وتكشف الاحتياج الحالي، وتستشرف المستقبل؛ الأمر الذي من شأنه أن ينعكس إيجاباً على تقديم خدمة نوعية في هذا المجال، من خلال التركيز على معالجة المشكلات ذات العمق الدعوي، مثل: (موضوع مواجهة الأفكار الضالة أو الفكر التكفيري، وآلية مواجهة الموجات التشكيكية)، إلى جانب تقديم حلول استباقية للدعاة قبل وقوع المشكلة.

٧. الاستفادة من الدراسة الحالية في استخراج مادتين علميتين كمستلة؛ الأولى منهما متعلقة: بمحددات العمل الاستشاري الدعوي، تتضمن: (مفهوم العمل الاستشاري الدعوي، مسؤوليات المستشار الدعوي، وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه، مشكلات العمل الاستشاري الدعوي، عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي)، بالإمكان اعتمادها كمرجع لمقرر الاستشارات الدعوية، أما المادة الثانية فمتعلقة: بالتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية؛ وهو ما يُسهم في رسم خطة إستراتيجية لتفعيل المشروع.

هذا وأسأل الله العليّ القدير أن ينفع بهذا الجهد الإسلام والمسلمين، وأن يتجاوز عن الخطأ والزلل، ويشملنا جميعاً بِرَّه ورحمته.

وصلّى الله على نبينا مُحَمَّد، وعلى آله، وصحبه، والتابعين، ومن سار على نهجه، واقتفى أثره إلى يوم الوقوف بين يديه، وسلم تسليماً كثيراً، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.



الفهارس

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية

ثالثاً: فهرس الآثار

رابعاً: فهرس الأعلام

خامساً: فهرس الأبيات الشعرية

سادساً: فهرس الكلمات الغريبة

سابعاً: فهرس الجداول

ثامناً: فهرس الرسوم البيانية

تاسعاً: فهرس المصادر والمراجع

عاشراً: فهرس الموضوعات

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقمها	طرف الآية
سورة البقرة		
١٣٦	١١١	﴿وَقَالُوا لَنْ يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلَّا مَنْ كَانَ.....﴾
٨٨	١٥٣	﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ.....﴾
٧١	١٩٧	﴿وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَى.....﴾
١٤٠	٢١٤	﴿أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تَدْخُلُوا الْجَنَّةَ وَلَمَّا يَأْتِكُمْ مَثَلُ.....﴾
٢٩	٢٣٣	﴿فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِّنْهُمَا.....﴾
١٣٧	٢٥٦	﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ.....﴾
٨٣	٢٨٦	﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾
سورة آل عمران		
٨٤	٧٩	﴿وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّيِّنَ﴾
١	١٠٢	﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ.....﴾
٩٥	١٠٣	﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾
٢، ٣٠، ٩٢، ٩٦	١٥٩	﴿فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ.....﴾
٨٨	٢٠٠	﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَصْبِرُوا.....﴾
سورة النساء		
١	١	﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ.....﴾
٣١	٣٥	﴿وَإِنْ خِفْتُمْ شِقَاقَ بَيْنِهِمَا فَأَبْعَثُوا.....﴾

الصفحة	رقمها	طرف الآية
٨٦	٥٨	﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا﴾
سورة المائدة		
٩٤	٢	﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ.....﴾
٣١	٩٥	﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقْتُلُوا.....﴾
سورة الأعراف		
٣٢	١١١-١٠٩	﴿قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِ فِرْعَوْنَ.....﴾
١٠٤	١٤٥	﴿وَكَتَبْنَا لَهُ فِي الْأَلْوَابِ.....﴾
٩٩	٢٠٤	﴿وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْءَانُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا....﴾
سورة الأنفال		
٣٢	٣٠	﴿وَإِذْ يَمْكُرُ بِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا.....﴾
١٠٢	٦٠	﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ.....﴾
سورة هود		
١٣٤	٣٢	﴿قَالُوا يَنْوُحُ قَدْ جَدَلْتَنَا فَأَكْثَرْتَ جِدْلَانَا.....﴾
سورة يوسف		
٣٣	١٠-٨	﴿إِذْ قَالُوا لْيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا.....﴾
٣٣	٨٠	﴿فَلَمَّا اسْتَيْسَسُوا مِنْهُ خَلَصُوا نَجِيًّا.....﴾
٩٧	٨٧	﴿إِنَّهُ لَا يَأْتِسُّ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ.....﴾
٧٧	١٠٨	﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ.....﴾
سورة النحل		

الصفحة	رقمها	طرف الآية
٨٧	٩٠	﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ.....﴾
٨٤	١٢٥	﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ.....﴾
سورة الإسراء		
١٠٤	٥٣	﴿وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾
سورة الكهف		
٣٤	١٩	﴿وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ.....﴾
١٣٤	٣٤	﴿وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ.....﴾
سورة مريم		
١٣٤	١٠	﴿قَالَ رَبِّ اجْعَلْ لِي آيَةً ط قَالَ ءَايَتُكَ.....﴾
سورة طه		
٩١	٤٤-٤٣	﴿أَذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى.....﴾
سورة الحج		
٨٣	٧٨	﴿وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ﴾
سورة النور		
٣٤	٦٢	﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ ءَامَنُوا.....﴾
سورة الفرقان		
٩٠	٦٣	﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا....﴾
سورة الشعراء		
٢٢٦	٢١٤	﴿وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ﴿٢١٤﴾﴾

الصفحة	رقمها	طرف الآية
سورة النمل		
٣٥	٣٢	﴿قَالَ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي.....﴾
سورة العنكبوت		
١٤١	٤١	﴿مَثَلُ الَّذِينَ أَخَذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ.....﴾
سورة الأحزاب		
١٣٣، ٧٥	٢١	﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ.....﴾
١	٧١-٧٠	﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ.....﴾
سورة فاطر		
٨٢	١٤	﴿وَلَا يُبَيِّنُكَ مِثْلُ خَيْرٍ ﴿١٤﴾﴾
سورة الصافات		
٨٢	٢٤	﴿وَقَفُّهُمْ ۖ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ ﴿٢٤﴾﴾
سورة فصلت		
١٣٧	٢٦	﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْءَانِ.....﴾
سورة الشورى		
٢، ٣٠، ٤٢، ٩٥	٣٨	﴿وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا.....﴾
سورة الجاثية		
٣١٥	٣٦	﴿فَلِلَّهِ الْحَمْدُ رَبِّ السَّمَوَاتِ وَرَبِّ الْأَرْضِ.....﴾
سورة محمد		

الصفحة	رقمها	طرف الآية
٧٣	١٩	﴿ فَأَعْلَمَ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ ﴾
٧٩	٣٠	﴿ وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْتَهُمْ ﴾
سورة الحشر		
٢٩٠	١٨	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ .. ﴾
سورة الطلاق		
١١٢	٦	﴿ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَاتُّهُنَّ أَجُورَهُنَّ ﴾
سورة عبس		
٩٣	٣٩-٣٨	﴿ وَجُودٌ يَوْمَئِذٍ مُّسْفِرَةٌ ﴿٣٨﴾ ﴾
سورة التكويد		
١٠٦	١٨-١٧	﴿ وَاللَّيْلِ إِذَا عَسْعَسَ ﴿١٧﴾ وَالصُّبْحِ إِذَا تَنَفَّسَ ﴿١٨﴾ ﴾
سورة الفجر		
١٠٦	١	﴿ وَالْفَجْرِ ﴿١﴾ ﴾
سورة الضحى		
١٠٦	٢-١	﴿ وَالضُّحَى ﴿١﴾ وَاللَّيْلِ إِذَا سَجَى ﴿٢﴾ ﴾
سورة البينة		
٦٩	٥	﴿ وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ ﴾
سورة العصر		
١٠٦	٢-١	﴿ وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ ﴾



ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية

م	طرف الحديث	الصفحة
١	اتَّخَذَ النَّبِيُّ ﷺ حَاتِماً مِنْ ذَهَبٍ،	١٣٣
٢	أَتَذَرُونَ مَا الْغَيْبَةُ؟	١٣٥
٣	أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِأَهْلِ الْجَنَّةِ؟ كُلُّ ضَعِيفٍ	٩٠
٤	أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً: إِذَا صَلَحَتْ....	٧٦
٥	إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْحَسَنَاتِ وَالسَّيِّئَاتِ	٩٦
٦	أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ اسْتَشَارَ النَّاسَ لِمَا	٣٨
٧	أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ شَاوَرَ حِينَ بَلَغَهُ	٣٧
٨	إِنَّ فِيكَ لَخَصْلَتَيْنِ يُحِبُّهُمَا اللَّهُ	٨٩
٩	إِنْ كَانَتْ الْأُمَّةُ مِنْ إِمَاءِ أَهْلِ الْمَدِينَةِ.....	٩٠
١٠	إِنَّ مِنْ الْبَيَانِ لَسِحْرًا.	٩٧
١١	إِنَّكَ تَقْدُمُ عَلَى قَوْمٍ أَهْلُ كِتَابٍ،	١٢٤
١٢	إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ،	٧٠
١٣	إِيمَانُ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ،	١٠٤
١٤	بَيْنَمَا النَّبِيُّ ﷺ فِي مَجْلِسٍ يُحَدِّثُ	٧٣
١٥	دَخَلَ عَلَى أُمِّ سَلَمَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا	٣٩

م	طرف الحديث	الصفحة
١٦	ذَكَرَ النَّبِيُّ ﷺ النَّارَ، فَتَعَوَّذَ مِنْهَا	٩٢
١٧	شَاوَرَ النَّبِيُّ ﷺ أَصْحَابَهُ يَوْمَ أُحُدٍ	٣٧
١٨	قَالَ اللَّهُ ﷻ: ثَلَاثَةٌ أَنَا حَصْمُهُمْ	١١٢
١٩	قُلْ: آمَنْتُ بِاللَّهِ، فَاسْتَقِمْ.	٧٩
٢٠	كَانَ النَّبِيُّ ﷺ يَتَحَوَّلُنَا بِالْمَوْعِظَةِ	٢٩٠، ٨٥
٢١	كَشَفَ سِتْرَ حُجْرَةِ عَائِشَةَ	٩٣
٢٢	كُلُّكُمْ رَاعٍ، وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ	٨١
٢٣	لَا تَحَاسِدُوا، وَلَا تَنَاجَشُوا،	٧١
٢٤	لَا تَحْقِرَنَّ مِنَ الْمَعْرُوفِ شَيْئًا،	٩٣
٢٥	لَا تَغْضَبْ.	٧٩
٢٦	لَا عَدَوَى وَلَا طِيْرَةَ، وَيُعْجِبُنِي الْفَأْلُ.	٩٦
٢٧	لَا يَزَالُ لِسَانُكَ رَطْبًا مِنْ ذِكْرِ اللَّهِ.	٨٠
٢٨	اللَّهُمَّ اهْدِ دَوْسًا وَائْتِ بِهِمْ.	١٢٤
٢٩	لَيْسَ الْمِسْكِينُ الَّذِي يَطُوفُ عَلَى	٧٧
٣٠	مَا حَجَبَنِي النَّبِيُّ ﷺ مُنْذُ أَسْلَمْتُ،	٩٣
٣١	مَا نَقَصَتْ صَدَقَةٌ مِنْ مَالٍ،	٩١
٣٢	مَثَلُ الَّذِي يَقْرَأُ الْقُرْآنَ	١٤٠

م	طرف الحديث	الصفحة
٣٣	مَثَلُ الْقَائِمِ عَلَى حُدُودِ اللَّهِ	١٤٠
٣٤	مَنْ سَنَّ فِي الْإِسْلَامِ سُنَّةً حَسَنَةً	١٣٣
٣٥	مَنْ يُحَرِّمِ الرَّفْقَ يُحَرِّمِ الْخَيْرَ.	٩٢
٣٦	مَنْ يُرِدِ اللَّهُ بِهِ خَيْرًا يُفَقِّهْهُ فِي الدِّينِ،...	٧٨
٣٧	الْمُؤْمِنُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ،	٨٨
٣٨	الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ، يَشُدُّ	٩٥
٣٩	نِعْمَتَانِ مَغْبُونٌ فِيهِمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ....	١٠٧
٤٠	الْهَدْيُ الصَّالِحُ، وَالسَّمْتُ الصَّالِحُ،	٧٥
٤١	هَلْ لَكَ خَادِمٌ؟	٨٦، ٣٦
٤٢	هَلْ مَعَ أَحَدٍ مِنْكُمْ طَعَامٌ؟	٨٧
٤٣	يَا عَائِشَةُ لَوْلَا قَوْمُكَ حَدِيثٌ	٨٥
٤٤	يَا عَائِشَةُ، إِنَّ اللَّهَ رَفِيقٌ يُحِبُّ الرَّفْقَ.....	٩٢



ثالثاً: فهرس الآثار

م	طرف الأثر	الصفحة
١	إضاعة الوقت أشد من الموت	١٠٧
٢	أفضل نعم الله تعالى على المرء أن	٨٧
٣	أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ أُتِيَ بِرَجُلٍ قَدْ شَرِبَ الْخَمْرَ،	٤٠
٤	إن تعلم السميت الصالح في العلم.....	٧٥
٥	أَنَّ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ خَطَبَ	٤١
٦	أَنَّ عُمَرَ بْنَ عَبْدِ الْعَزِيزِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، اسْتَشَارَ	٤٢
٧	إن كان الرجل ليخرج في أدب نفسه	٧٦
٨	البشاشة إدام العلماء، وسجية الحكماء.....	٩٣
٩	تفقهوا قبل أن تسودوا.	٧٣
١٠	حاسب نفسك عند كل نظرة.....	٨٢
١١	حَدَّثُوا النَّاسَ، بِمَا يَعْرِفُونَ	٨٣، ٨٥
١٢	حركة اللسان بالكلام أعظم	٩٨
١٣	سئل الشافعي رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عن مسألة فسكت	٧٤
١٤	العالمون بالله وكتابه ودينه	٧٤
١٥	عَلَيْكُمْ بِالْجَمَاعَةِ وَإِيَّاكُمْ وَالْفُرْقَةَ	٩٤
١٦	فأما النبي ﷺ، فإن الله كان يعرفه مطالب ...	٤٣

م	طرف الأثر	الصفحة
١٧	فرأى أبو بكر رضي الله عنه قتال من منع الزكاة.....	٤٠
١٨	فمن علت همته وخشعت نفسه.....	٩٥
١٩	فهم ابن عباس رضي الله عنه	٨٤
٢٠	قد كان الرجل يطلب العلم.....	٧٦
٢١	قد يؤتى الإنسان من سوء فهمه.....	٧٧
٢٢	كان أبو عبد الله لا يدع المشورة.....	٤٣
٢٣	كان الناس يسألون رسول الله صلى الله عليه وسلم	١٤٣
٢٤	كان عمر بن الخطاب رضي الله عنه يكتب لعماله..	٤٢
٢٥	كانت عائشة رضي الله عنها تُسرُّ إليك كثيراً.....	٨٥
٢٦	لا يزال الرجل يزداد في صحة رأيه.....	٨٦
٢٧	لا يعرف الرياء مخلص.	٧١
٢٨	لو اجتهدت كل الجهد على أن ترضي.....	٧٠
٢٩	لو أن المسلم بدار حرب.....	٨٠
٣٠	لو كنت سيئ الكلام، قاسي القلب.....	٩٢
٣١	ما نزلت بي قط عظيمة فأبرمتها.....	٤٢
٣٢	المراد بصغار العلم ما وضح من مسأله.....	٨٥
٣٣	مكث يحيى بن يحيى رحمهم الله عاماً كاملاً.....	٧٦

م	طرف الأثر	الصفحة
٣٤	من فقه الرجل ممشاه، ومدخله،.....	٧٦
٣٥	وَاللّٰهُ مَا اسْتَشَارَ قَوْمٌ قَطُّ إِلَّا هُدُوا لِأَفْضَلِ...	٤٢
٣٦	وددت أن كل علم أعلمه تعلمه الناس	٧٠
٣٧	ومن أفق الناس بمجرد المنقول	٨٠
٣٨	ومن فوائد المشاورة أن المشاور إذا لم	٤٣
٣٩	ويستفاد منه ترك المصلحة لأمن.....	٨٥
٤٠	ويقال: الرباني الذي يربي الناس	٨٤
٤١	يخضع للحق، وينقاد له	٩١
٤٢	يستحب لمن همَّ بأمر، أن يشاور.....	٨٣



رابعاً: فهرس ترجمة الأعلام

م	الاسم	الصفحة
١	إبراهيم بن الجنيد	ت ٩٩
٢	ابن بطة	ت ٩٩
٣	أبو العتاهية	ت ٧٢
٤	عبد القادر علي الشبي	ت ٤٦
٥	مُحَمَّد بن يسير	ت ٨٩
٦	مُحَمَّد سرور الصبان	ت ٤٧
٧	مُحَمَّد عبدالرحمن المرزوقي	ت ٤٧
٨	يحيى بن يحيى	ت ٧٦



خامساً: فهرس الأبيات الشعرية

م	طرف الأبيات	الصفحة
١	أَرَاكَ أَمْرًا تَرْجُو مِنَ اللَّهِ عَفْوَهُ	٧٢
٢	أَزُورُ خَلِيلِي مَا بَدَا لِي هَشُّهُ	٩٤
٣	إِنَّ الْأُمُورَ إِذَا انْسَدَّتْ مَسَالِكُهَا	٨٩
٤	خَلِيلِي لَيْسَ الرَّأْيُ فِي صَدْرٍ وَاحِدٍ	٤٢
٥	مَا الْفَضْلُ إِلَّا لِأَهْلِ الْعِلْمِ إِنَّهُمْ	٧٣
٦	وَرَاءَ مُضِيقِ الْخَوْفِ مَتَسَعُ الْأَمْنِ	٩٧
٧	وَفِي الْحِلْمِ رَدْعٌ لِلْسَفِيهِ عَنِ الْأَذَى	٩٠
٨	وَكَمْ مِنْ عَائِبٍ قَوْلًا صَحِيحًا	٧٨
٩	وَلَا تُشَارِكْ فِي الْحَدِيثِ أَهْلَهُ	٩٩



سادساً: فهرس الكلمات الغريبة

م	الكلمة	الصفحة
١	الإخلاص	٦٩
٢	الاستشارة الجماعية	١١٧
٣	الأسلوب	١٢٣
٤	الإفك	٣٨
٥	الإقناع	١٣٦
٦	الأمانة	٨٦
٧	الأمن الفكري	١٥١
٨	الإنصات	٩٨
٩	الأولويات	١٠٣
١٠	البشاشة	٩٣
١١	البصيرة	٧٧
١٢	البيان	٩٧
١٣	التأثير	١٣٦
١٤	التخطيط	١٠٢
١٥	التدريب	١٠٨
١٦	التضامن	٩٤

م	الكلمة	الصفحة
١٧	التقوى	٧١
١٨	التواضع	٩٠
١٩	الحكمة	٨٤
٢٠	الحلم	٨٩
٢١	الحوار	١٣٤
٢٢	الخبراء	٨٢
٢٣	الخوض	٣٧
٢٤	الذات	٦٩
٢٥	الرفق	٩١
٢٦	السي	٣٦
٢٧	السمت	٧٥
٢٨	الصبر	٨٨
٢٩	عتيق	٣٦
٣٠	العدل	٨٧
٣١	العلم	٧٢
٣٢	الفطنة	٧٧
٣٣	الفهم	٧٧

م	الكلمة	الصفحة
٣٤	القدوة	١٣٣
٣٥	القسامة	٤٢
٣٦	الكفاءة	٢٩٥
٣٧	اللائمة	٣٧
٣٨	اللين	٩١
٣٩	المسؤولية	٨١
٤٠	الملاحظة	٧٩
٤١	المهارة	٩٧
٤٢	مؤتمن	٣٦
٤٣	الهم	٩٥
٤٤	الوسيلة	١٢٣
٤٥	يهمهم	٣٨



سابعاً: فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٠	توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث	١
٢١	معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه في استمارة مقابلة الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٢
٢٢	معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه في استمارة مقابلة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٣
٢٢	معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه في استمارة مقابلة أفراد المجتمع	٤
٢٣	معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور ومجالات استمارة مقابلة الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٥
٢٣	معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور ومجالات استمارة مقابلة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٦
٢٤	معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور ومجالات استمارة مقابلة أفراد المجتمع	٧
١٦١	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنس	٨
١٦٢	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنسية	٩
١٦٣	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الدرجة العلمية	١٠
١٦٥	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق التخصص	١١

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٦٦	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق العمر	١٢
١٦٧	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي	١٣
١٦٩	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي	١٤
١٧٠	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق مفهوم الاستشارات الدعوية	١٥
١٧٢	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق نوعية تقديم الاستشارات الدعوية	١٦
١٧٣	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية	١٧
١٧٤	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق واقع الاستشارات الدعوية	١٨
١٧٥	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	١٩
١٧٩	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٢٠
١٨٢	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٢١
١٨٦	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق الجنس	٢٢

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٨٧	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق الجنسية	٢٣
١٨٨	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق المنطقة	٢٤
١٩٠	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق العمر	٢٥
١٩١	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق المؤهل العلمي	٢٦
١٩٢	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي	٢٧
١٩٣	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي	٢٨
١٩٤	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق مفهوم الاستشارات الدعوية	٢٩
١٩٥	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق نوعية تقديم الاستشارات الدعوية	٣٠
١٩٧	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق نوعية الاحتياج للاستشارات الدعوية	٣١
١٩٧	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق واقع الاستشارات الدعوية	٣٢
١٩٩	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٣٣

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٠٣	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٣٤
٢٠٥	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٣٥
٢٠٩	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنس	٣٦
٢١٠	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنسية	٣٧
٢١١	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المنطقة	٣٨
٢١٢	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق العمر	٣٩
٢١٣	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المؤهل العلمي	٤٠
٢١٥	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق مفهوم الاستشارات الدعوية	٤١
٢١٦	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق مدى الاستفادة من الاستشارات الدعوية	٤٢
٢١٦	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق واقع الاستشارات الدعوية	٤٣
٢١٨	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر أفراد المجتمع	٤٤
٢٢١	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي من وجهة نظر أفراد المجتمع	٤٥
٢٢٣	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي من وجهة نظر أفراد المجتمع	٤٦

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٢٨	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٤٧
٢٣١	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٤٨
٢٣٤	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى	٤٩
٢٣٦	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٥٠
٢٣٩	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٥١
٢٤٢	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات	٥٢
٢٤٤	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر أفراد المجتمع	٥٣
٢٤٧	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي من وجهة نظر أفراد المجتمع	٥٤
٢٤٩	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي من وجهة نظر أفراد المجتمع	٥٥
٢٥١	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي	٥٦

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٥٣	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى المؤسسي	٥٧
٢٥٥	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي	٥٨
٢٥٦	محاور الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي	٥٩
٢٥٨	أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه على المستوى الفردي	٦٠
٢٦٠	التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي	٦١
٢٦٥	نتائج الجولة الأولى للمحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح	٦٢
٢٦٦	نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية	٦٣
٢٦٩	نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف تأهيل المستشار الدعوي	٦٤
٢٧٠	نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف التعريف بالاستشارات الدعوية	٦٥
٢٧٠	نتائج الجولة الأولى للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف التهيئة لتقبل الاستشارة الدعوية	٦٦
٢٧١	نتائج الجولة الأولى للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي	٦٧
٢٧٢	نتائج الجولة الأولى للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية	٦٨

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٧٣	نتائج الجولة الأولى للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري	٦٩
٢٧٣	نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات الدعوية	٧٠
٢٧٤	نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات الإدارية	٧١
٢٧٥	نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات النظامية	٧٢
٢٧٦	نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات المجتمعية	٧٣
٢٧٦	نتائج الجولة الأولى للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات المالية	٧٤
٢٧٨	نتائج الجولة الثانية للمحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح	٧٥
٢٧٩	نتائج الجولة الثانية للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية	٧٦
٢٨١	نتائج الجولة الثانية للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف تأهيل المستشار الدعوي	٧٧
٢٨٢	نتائج الجولة الثانية للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدفي التعريف بالاستشارات الدعوية و التهيئة لتقبل الاستشارة الدعوية	٧٨
٢٨٣	نتائج الجولة الثانية للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي	٧٩
٢٨٣	نتائج الجولة الثانية للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية	٨٠

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٨٤	نتائج الجولة الثانية للمحور الثالث: إجراءات تنفيذ هدف مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري	٨١
٢٨٤	نتائج الجولة الثانية للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات النظامية والإدارية	٨٢
٢٨٥	نتائج الجولة الثانية للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات المجتمعية والمالية	٨٣
٢٨٧	نتائج الجولة الثالثة للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية	٨٤
٢٨٩	نتائج الجولة الثالثة للمحور الثاني: إجراءات تنفيذ هدف التعريف بالاستشارات الدعوية	٨٥
٢٨٩	نتائج الجولة الثالثة للمحور الرابع: سبل التغلب على الصعوبات النظامية	٨٦



ثامناً: فهرس الرسوم البيانية

الصفحة	عنوان الرسم البياني	رقم الرسم البياني
١٦٢	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنس	١
١٦٣	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الجنسية	٢
١٦٤	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق الدرجة العلمية	٣
١٦٥	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق التخصص	٤
١٦٧	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق العمر	٥
١٦٨	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي	٦
١٦٩	توزيع عينة الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي	٧
١٨٧	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق الجنس	٨
١٨٨	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق الجنسية	٩
١٨٩	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق المنطقة	١٠
١٩٠	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق العمر	١١

الصفحة	عنوان الرسم البياني	رقم الرسم البياني
١٩١	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق المؤهل العلمي	١٢
١٩٢	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق سنوات الخبرة في المجال الدعوي	١٣
١٩٣	توزيع عينة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات وفق سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي	١٤
٢١٠	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنس	١٥
٢١١	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق الجنسية	١٦
٢١٢	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المنطقة	١٧
٢١٣	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق العمر	١٨
٢١٤	توزيع عينة أفراد المجتمع وفق المؤهل العلمي	١٩



تاسعاً: فهرس المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم



ثانياً: الكتب

(أ)

١. أثر تطبيق معايير الجودة في تحسين المخرجات للمكاتب الاستشارية الهندسية في الأردن. د. ناصر جميل عبدالله. ط [د (ر)، ٢٠١٦م، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة].
٢. أحكام القرآن. أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص. تحقيق: عبد السلام محمد علي شاهين. ط [الأولى، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م، دار الكتب العلمية، بيروت].
٣. أحكام القرآن. محمد بن عبدالله أبو بكر بن العربي المالكي. ط [الثالثة، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، دار الكتب العلمية، بيروت].
٤. أحكام عقد الاستشارة وتطبيقاته القضائية. د. عبدالرحمن بن عبدالله المحيسن. ط [الأولى، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م، دار كنوز إشبيلية، الرياض].
٥. إحياء علوم الدين. أبو حامد محمد بن محمد الغزالي. ط [د (ر.ت)، دار المعرفة، بيروت].
٦. الآداب الشرعية. محمد بن مفلح المقدسي. تحقيق: شعيب الأرنؤوط، وعمر القيّام. ط [الرابعة، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، مؤسسة الرسالة، بيروت].
٧. إدارة الأداء والتميز المؤسسي. أ.د. فؤاد عبدالمعطي شقوعة. ط [الأولى، ٢٠١٦م، دار أزمنة، عمان].
٨. إدارة الاستشارات. د. نادر أحمد أبو شيخة. ط [الأولى، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م، مديرية المكتبات والوثائق الوطنية، الأردن].

٩. الإدارة الاستشارية ودور القضاء الإداري في الرقابة عليها. د. حمدي أبو النور السيد عويس. ط [الأولى، ١٠١٥م، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية].
١٠. الإدارة التربوية الدعوية. محمد بن أحمد القيسي. ط [الأولى، ١٤٣٥هـ-٢٠١٤م، دار ابن الأثير، الرياض].
١١. إدارة المؤسسات الدعوية محاولة لصياغة نظرية إسلامية في: التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة. د. بدر الدين بن مصطفى زواقة. ط [د (ر)، ٢٠١٥م، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة].
١٢. إدارة الوقت. دبرا الكوك تيلر. ترجمة: رشا سيف الدين. ط [د (ر)، ١٤٢٦هـ، مكتبة الشقري، الرياض].
١٣. أدب الدنيا والدين، ص ٢٥٢، الماوردي، ط [د (ر)، ١٩٨٦م، دار مكتبة الحياة، د (م)].
١٤. الأدب المفرد. محمد بن إسماعيل البخاري، تحقيق: سمير بن أمين الزهيري. ط [الأولى، ١٤١٩هـ-١٩٩٨م، مكتبة المعارف، الرياض].
١٥. الأذكار للنووي. محيي الدين يحيى بن شرف النووي. ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، دار ابن حزم، د (م)].
١٦. أساس البلاغة. الزمخشري. تحقيق: محمد باسل عيون السود. ط [الأولى، ١٤١٩هـ-١٩٩٨م، دار الكتب العلمية، بيروت]
١٧. أساسيات في القيادة والإدارة. د. نوال عبدالكريم الأشهب. ط [د (ر)، ٢٠١٤م، دار أمجد، عمان].
١٨. أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة. أ.د. حمد بن ناصر العمار. ط [الأولى، ١٤١٦هـ-١٩٩٦م، دار إشبيلية، الرياض].
١٩. أساليب الدعوة والإرشاد: الدعوة - الداعية - المدعو. د. محمد أمين حسن. ط [د (ر)، ٢٠٠٧م، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان].
٢٠. أساليب بناء التصور المقترح في الرسائل العلمية. د. محمد مجاهد زين الدين. ط [د (ر)، ٢٠١٣م، جامعة أم القرى، مكة المكرمة].

٢١. الاستشارات الإدارية في خدمة منظمات العمل الحكومي: تجربة معهد الإدارة العامة.
د. علي بن أحمد السلطان و د. علي بن أحمد الصبيحي. ط [د (ر)، ١٤٢٧ هـ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].
٢٢. إعلام الموقعين عن رب العالمين. ابن قيم الجوزية. تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان. ط [الثانية، ١٤٣٣ هـ، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية].
٢٣. اقتضاء الصراط المستقيم لمخالفة أصحاب الجحيم. أحمد بن عبد الحليم بن تيمية. تحقيق: ناصر عبد الكريم العقل. ط [السابعة، ١٤١٩ هـ-١٩٩٩ م، دار عالم الكتب، بيروت].
٢٤. الإقناع. أحمد محمد عطيات. ط [الأولى، ٢٠١٢ م، دار أمواج، عمان].
٢٥. الأم. الشافعي أبو عبد الله محمد بن إدريس. ط [د (ر)، ١٤١٠ هـ-١٩٩٠ م، دار المعرفة، بيروت].
٢٦. الأمن الفكري. الشريعة الإسلامية وأثرها في تعزيز الأمن الفكري. د. عبدالرحمن بن عبدالعزيز السديس. ط [د (ر)، ١٤٢٦ هـ-٢٠٠٥ م، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض].

(ب)

٢٧. البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه. د. ذوقان عبيدات وآخرون. ط [د (ر)، ٢٠٠٥ م، دار أسامة للنشر والتوزيع، الرياض].
٢٨. البداية والنهاية. ابن كثير. تحقيق: علي شيري. ط [الأولى، ١٤٠٨ هـ-١٩٨٨ م، دار إحياء التراث العربي، د (م)].
٢٩. بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع. علاء الدين أبو بكر بن مسعود الكاساني الحنفي. ط [الثانية، ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦ م، دار الكتب العلمية، د (م)].
٣٠. بدائع الفوائد. محمد بن أبي بكر ابن قيم الجوزية. تحقيق: علي بن محمد العمران. ط [الأولى، ١٤٢٥ هـ، مجمع الفقه الإسلامي، جدة].

(ت)

٣١. التحرير والتنوير. محمد الطاهر بن عاشور. ط [د (ر)، ١٩٨٤م، الدار التونسية للنشر، تونس].
٣٢. التخطيط التعليمي: أسسه وأساليبه ومشكلاته. د. محمد سيف الدين فهمي. ط [د (ر)، ٢٠٠٨م، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر].
٣٣. التخطيط في الموارد البشرية. د. صفوان بن محمد المبيضين. د. عائض بن شافي الأكلبي. ط [د (ر)، ٢٠١٢م، دار اليازوري، عمان].
٣٤. الترغيب والترهيب من الحديث الشريف. عبد العظيم بن عبد القوي المنذري. تحقيق: إبراهيم شمس الدين. ط [الأولى، ١٤١٧هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].
٣٥. التعريفات. علي بن محمد الجرجاني. ط [الأولى، ١٤٠٣هـ-١٩٨٣م، دار الكتب العلمية، بيروت].
٣٦. تفسير الإمام الشافعي. محمد بن إدريس الشافعي. تحقيق: د. أحمد بن مصطفى الفران. ط [الأولى، ١٤٢٧هـ-٢٠٠٦م، دار التدمرية، المملكة العربية السعودية].
٣٧. تفسير الثوري. سفيان بن سعيد الثوري. ط [الأولى، ١٤٠٣هـ-١٩٨٣م، دار الكتب العلمية، بيروت].
٣٨. تفسير القرآن العظيم لابن أبي حاتم. عبد الرحمن بن محمد أبي حاتم. تحقيق: أسعد محمد الطيب، ط [الثالثة، ١٤١٩هـ، مكتبة نزار مصطفى الباز، المملكة العربية السعودية].
٣٩. تفسير القرآن العظيم. إسماعيل بن عمر بن كثير. تحقيق: محمد حسين شمس الدين. ط [الأولى، ١٤١٩هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].
٤٠. التفكير الإيجابي. ترجمة: عادل عبد البصير. ط [الأولى، ١٤٣٣هـ-٢٠١٢م، دار الغد الجديد، القاهرة].
٤١. تهذيب اللغة. محمد بن أحمد الأزهرى الهروي. تحقيق: محمد عوض مرعب. ط [الأولى، ٢٠٠١م، دار إحياء التراث العربي، بيروت].
٤٢. التوقيف على مهمات التعاريف. عبدالرؤوف بن تاج المناوي القاهري، ط [الأولى، ١٤١٠هـ-١٩٩٠م، عالم الكتب، القاهرة].

٤٣. تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان. عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تحقيق: عبد الرحمن بن معلا اللويحق. ط [الأولى، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠ م، مؤسسة الرسالة، د (م)].

(ج)

٤٤. جامع البيان في تأويل القرآن. مُجَّد بن جرير الطبري. ط [الأولى، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠ م، مؤسسة الرسالة، د (م)].

٤٥. الجامع لأحكام القرآن. مُجَّد بن أحمد القرطبي. تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش. ط [الثانية، ١٣٨٤هـ - ٩٦٤ م، دار الكتب المصرية، القاهرة].

٤٦. جواهر الأدب في أدبيات وإنشاء لغة العرب. أحمد بن إبراهيم الهاشمي. ط [د (ر.ت)، مؤسسة المعارف، بيروت].

(ح)

٤٧. حاشية السندي على سنن ابن ماجه. نور الدين السندي. ط [د (ر.ت)، دار الجيل، بيروت].

٤٨. حُسن السميت في الصمت. عبد الرحمن بن أبي بكر جلال الدين السيوطي. تحقيق: أحمد مُجَّد سليمان. ط [د (ر)، ٢٠١٠ م، دار العلم والإيمان، مصر].

٤٩. الحكمة في الدعوة إلى الله تعالى. سعيد بن علي بن وهف القحطاني. ط [الثالثة، ١٤١٧هـ - ١٩٩٧ م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

٥٠. الحوار: آدابه ومنطلقاته وتربية الأبناء عليه. مُجَّد شمس الدين خوجة. ط [الرابعة، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩ م، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، الرياض].

(د)

٥١. الدعوة الإسلامية: أصولها ووسائلها. د. أحمد أحمد غلوش. ط [الثانية، ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧ م، دار الكتاب المصري، القاهرة].

٥٢. دليل إدارات ومكاتب الأوقاف والمساجد والدعوة والإرشاد ومراكز الدعوة والإرشاد والمكاتب التعاونية بمناطق المملكة. وكالة الوزارة للتخطيط والتطوير. الإدارة العامة للتطوير الإداري. ط [الخامسة، ١٤٣٥هـ، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية].

٥٣. دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفي. الضوابط الشرعية والاجتماعية للإرشاد الأسري. سعد الصقر. إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان. ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

٥٤. دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفي. مبادئ وأسس الإرشاد الأسري الهاتفي. د. حماد الحمادي. إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان. ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

٥٥. دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفي. مهارات الاستماع والإنصات وآلية طرح الأسئلة على المسترشد. د. خالد حجر، إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان، ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

٥٦. دليل الإرشاد الأسري: الإرشاد الهاتفي. مهارات المقابلة الهاتفية في الإرشاد الأسري الهاتفي. د. خالد الحجر، إشراف: د. عبدالله بن ناصر السدحان. ط [الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(ذ)

٥٧. الذريعة إلى مكارم الشريعة. الراغب الأصفهاني. تحقيق: د. أبو اليزيد أبو زيد العجمي. ط [د (ر)، ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م، دار السلام، القاهرة].

(ر)

٥٨. روضة العقلاء ونزهة الفضلاء. مُجَدِّد بن حبان التميمي. تحقيق: مُجَدِّد محي الدين عبد الحميد. ط [د (ر.ت)، دار الكتب العلمية، بيروت].

(ز)

٥٩. زاد المسير في علم التفسير. عبد الرحمن بن علي الجوزي. تحقيق: عبد الرزاق المهدي. ط [الأولى، ١٤٢٢ هـ، دار الكتاب العربي، بيروت].
٦٠. الزهد. أحمد بن حنبل. ط [الأولى، ١٤٢٠ هـ-١٩٩٩ م، دار الكتب العلمية، بيروت].

(س)

- ٦١.سابغات. أحمد بن يوسف السيد. ط [الأولى، ١٤٣٧ هـ-٢٠١٥ م، تكوين للدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية].
٦٢. السلوك القيادي وفعالية الإدارة. د. طريف شوقي. ط [د (ر.ت)، دار غريب، القاهرة].
٦٣. سير أعلام النبلاء. مُحمَّد بن أحمد الذهبي. ط [د (ر)، ١٤٢٧ هـ-٢٠٠٦ م، دار الحديث، القاهرة].
٦٤. السيرة النبوية الصحيحة. د. أكرم ضياء العمري. ط [السادسة، ١٤١٥ هـ-١٩٩٤ م، مكتبة العلوم والحكم، المدينة المنورة].

(ش)

٦٥. شرح رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين ﷺ. مُحمَّد بن صالح العثيمين. ط [الأولى، ١٤٢٨ هـ-٢٠٠٧ م، دار ابن حزم، القاهرة].
٦٦. الشعر والشعراء. عبد الله بن مسلم بن قتيبة الدينوري. ط [د (ر)، ١٤٢٣ هـ، دار الحديث، القاهرة].
٦٧. الشورى في الكتاب والسنة وعند علماء المسلمين. أ.د. مُحمَّد بن أحمد الصالح. ط [الأولى، ١٤٢٠ هـ-١٩٩٩ م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].

(ص)

٦٨. **الصحيح تاج اللغة وصحاح العربية**. إسماعيل بن حماد الفارابي. تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار. ط [الرابعة، ١٤٠٧هـ-١٩٨٧م، دار العلم للملايين، بيروت].
٦٩. **صحيح الأدب المفرد**. محمد بن إسماعيل البخاري. تحقيق وتعليق: محمد ناصر الدين الألباني. ط [الرابعة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م، دار الصديق، د (م)].
٧٠. **صحيح الترغيب والترهيب**. محمد ناصر الدين الألباني. ط [الخامسة، د (ت)، مكتبة المعارف، الرياض].
٧١. **صحيح الجامع الصغير وزياداته**. محمد ناصر الدين الألباني. ط [د (ر.ت)، المكتب الإسلامي، د (م)].
٧٢. **صحيح وضعيف سنن النسائي**. محمد ناصر الدين الألباني. ط [د (ر.ت)، مركز نور الإسلام لأبحاث القرآن والسنة، الاسكندرية].
٧٣. **صفات الداعية**. أ.د. حمد بن ناصر العمار. ط [الثالثة، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، دار كنوز إشبيلية، الرياض].
٧٤. **صيد الأفكار في الأدب والأخلاق والحكم والأمثال**. حسين بن محمد المهدي. ط [د (ر)، ٢٠٠٩م، دار الكتاب، الجمهورية اليمنية].
٧٥. **صيد الخاطر**. عبد الرحمن بن علي الجوزي. ط [الأولى، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، دار القلم، دمشق].

(ض)

٧٦. **ضوابط الحوار في الفكر الإسلامي**. د. مفرح بن سليمان القوسي. ط [الثانية، ١٤٣٠هـ-٢٠٠٩م، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، الرياض].
٧٧. **الضيء اللامع من الخطب الجوامع**. محمد بن صالح بن محمد العثيمين. ط [الأولى، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م، مكتبة الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية].

(ع)

٧٨. علم الأخلاق الإسلامية. مقداد يالجن مُجَّد. ط [الثانية، ١٤٢٤هـ-٢٠٠٣م، دار عالم الكتب، الرياض].
٧٩. علم النفس الدعوي. د. عبدالعزيز بن مُجَّد النعيمشي. ط [الثانية، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، دار المسلم، الرياض].
٨٠. علو الهمة. مُجَّد أحمد المقدم. ط [السابعة، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م، دار طبية الخضراء، مكة المكرمة].
٨١. عمدة القاري شرح صحيح البخاري. محمود بن أحمد الغيتابي. ط [د (ر.ت)، دار إحياء التراث العربي، بيروت].
٨٢. العملية الإرشادية. أ.د. مُجَّد قاسم عبد الله. ط [الأولى، ١٤٣٤هـ-٢٠١٣م، دار الفكر، عمان].
٨٣. العملية الإرشادية. د. مُجَّد أحمد إبراهيم سعفران. ط [الأولى، ١٤٣٣هـ-٢٠١٢م، دار الكتاب الحديث، القاهرة].

(غ)

٨٤. غريب الحديث. القاسم بن سلام البغدادي. تحقيق: د. مُجَّد عبد المعيد خان. ط [الأولى، ١٣٨٤هـ-١٩٦٤م، دائرة المعارف العثمانية، حيدر آباد].

(ف)

٨٥. فتح الباري شرح صحيح البخاري. أحمد بن علي بن حجر العسقلاني. ط [د (ر)، ١٣٧٩م، دار المعرفة، بيروت].
٨٦. الفراسة والكاريزما. د. أيمن أبو الرُّوس. ط [الأولى، ٢٠١١م، مكتبة ابن سينا، القاهرة].
٨٧. فقه الاستشارة. أ.د. ناصر بن سليمان العمر. ط [الثانية، ١٤٢٧هـ-٢٠٠٦م، مكتبة الرشد، الرياض].

٨٨. **فقه الأولويات: دراسة في الضوابط.** د. مُجَّد الوكيل. ط [الثانية، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٦م، دار المعهد العالمي للفكر الإسلامي، بيروت].
٨٩. **فقه الدعوة في صحيح الإمام البخاري.** سعيد بن علي بن وهب القحطاني. ط [الأولى، ١٤٢١هـ، الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية].
٩٠. **فقه الدعوة.** بسام علي سلامة العموش. ط [د (ر)، ٢٠١٠م، دار المأمون، عمان].
٩١. **فقه الشورى: دراسة تأصيلية نقدية.** د. علي بن سعيد الغامدي. ط [الأولى، ١٤٢٢هـ-٢٠٠١م، دار طيبة، الرياض].
٩٢. **فن الاستماع للآخرين.** ماري هارتلي. الترجمة باعتماد د. خالد العامري. ط [د (ر)، ٢٠٠٧م، دار الفاروق، القاهرة].
٩٣. **فن الإقناع.** هاري ميلز. ط [الأولى، ٢٠٠١م، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية].
٩٤. **الفوائد.** ابن قيم الجوزية. ط [الثانية، ١٣٩٣هـ-١٩٧٣م، دار الكتب العلمية، بيروت].
٩٥. **فيض القدير شرح الجامع الصغير.** عبد الرؤوف بن تاج المناوي القاهري. ط [الأولى، ١٣٥٦هـ، المكتبة التجارية الكبرى، مصر].

(ق)

٩٦. **القواعد المنظمة لتسجيل الرسائل العلمية، وكتابتها، وطباعتها، وإخراجها، وتقديمها.** وكالة عمادة الدراسات العليا للتطوير والجودة. ط [د (ر)، ١٤٣٠-١٤٣١هـ، مطابع الجامعة، الرياض].
٩٧. **قواعد منهجية في الدعوة إلى الله.** د. فالح بن مُجَّد الصغير. ط [الأولى، ١٤٣٢هـ-٢٠١١م، دار ابن الأثير، الرياض].
٩٨. **القيادة في المنشآت الخيرية وشواهد من السيرة.** فهد بن إبراهيم الفعيم. ط [د (ر.ت)، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية].

(ك)

٩٩. كتاب العلم. مُجَدِّد بن صالح العثيمين. ط [الأولى، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م، دار الثريا، الرياض].
١٠٠. كشف المشكل من حديث الصحيحين. عبد الرحمن بن علي الجوزي. تحقيق: علي حسين البواب. ط [د (ر.ت)، دار الوطن، الرياض].
١٠١. الكليات: معجم في المصطلحات والفرق اللغوية. أيوب بن موسى الكفوي. تحقيق: عدنان درويش. مُجَدِّد المصري. ط [د (ر.ت)، مؤسسة الرسالة، بيروت].

(ل)

١٠٢. لسان العرب، أبي الفضل جمال الدين مُجَدِّد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري. ط [الثالثة، ١٤١٤هـ، دار صادر، بيروت].
١٠٣. لسان الميزان. أحمد بن علي بن حجر العسقلاني. تحقيق: دائرة المعارف النظامية. ط [الثانية، ١٣٩٠هـ-١٩٧١م، مؤسسة الأعلمي، بيروت].

(م)

١٠٤. مجمل اللغة. أحمد بن فارس الرازي. تحقيق: زهير عبد المحسن سلطان. ط [الثانية، ١٤٠٦هـ-١٩٨٦م، مؤسسة الرسالة، بيروت].
١٠٥. مجموع الفتاوى. ابن تيمية. تحقيق: عبد الرحمن بن مُجَدِّد بن قاسم. ط [د (ر)، ١٤١٦هـ-١٩٩٥م، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة المنورة].
١٠٦. المجموع القيم من كلام ابن القيم. منصور بن مُجَدِّد المقرن. ط [الثالثة، ١٤٢٨هـ-٢٠٠٧م، دار طيبة، الرياض].
١٠٧. المجموع شرح المذهب للشيرازي. الإمام محيي الدين النووي. تحقيق: مُجَدِّد نجيب المطيعي. ط [الأولى، د (ت)، مكتبة الارشاد، جدة].
١٠٨. محاسن التأويل. مُجَدِّد جمال الدين بن مُجَدِّد القاسمي. تحقيق: مُجَدِّد باسل عيون السود. ط [الأولى، ١٤١٨هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].

١٠٩. **محددات الشرطة المجتمعية**. د. علي بن فايز الجحني. ط [الأولى، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].
١١٠. **المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز**. عبد الحق بن غالب بن عطية. تحقيق: عبد السلام عبد الشافي مُجَّد. ط [الأولى، ١٤٢٢ هـ، دار الكتب العلمية، بيروت].
١١١. **مختار الصحاح**. مُجَّد بن أبي بكر الرازي. تحقيق: يوسف الشيخ مُجَّد. ط [الخامسة، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م، المكتبة العصرية، بيروت].
١١٢. **مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين**. ابن قيم الجوزية. ط [الثانية، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م، دار الكتب العلمية، بيروت].
١١٣. **المدخل إلى الارشاد النفسي من منظور فني وعلمي**. MICHAELS.NYSTUL، ترجمة: د. مراد علي سعد، د. أحمد عبد الله الشريفين، ط [الأولى، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م، دار الفكر، عمان].
١١٤. **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية**. د. صالح العساف. ط [الثانية، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، دار الزهراء، الرياض].
١١٥. **المسؤولية الدعوية تجاه المريض النفسي**. د. الجوهرة بنت صالح الطريفي. ط [الأولى، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض].
١١٦. **المصباح المنير في غريب الشرح الكبير**. أحمد بن مُجَّد الفيومي. ط [د (ر.ت)، المكتبة العلمية، بيروت].
١١٧. **معالم التنزيل في تفسير القرآن**. الحسين بن مسعود بن مُجَّد البغوي. تحقيق: عبد الرزاق المهدي. ط [الأولى، ١٤٢٠هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت].
١١٨. **معجم اللغة العربية المعاصرة**. د. أحمد مختار عبد الحميد. ط [الأولى، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، عالم الكتب، د (م)].
١١٩. **المعجم الوسيط**. مجمع اللغة العربية بالقاهرة. ط [د (ر.ت)، دار الدعوة، القاهرة].
١٢٠. **معجم مقاييس اللغة**. أحمد بن فارس الرازي. تحقيق: عبد السلام مُجَّد هارون. ط [د (ر)، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، دار الفكر، د (م)].
١٢١. **المغني**. ابن قدامة المقدسي. ط [د (ر)، ١٣٨٨هـ - ١٩٦٨م، مكتبة القاهرة، القاهرة].

١٢٢. المفردات في غريب القرآن. الراغب الأصفهاني. تحقيق: صفوان عدنان الداودي. ط [الأولى، ١٤١٢هـ، دار القلم، دمشق].
١٢٣. منهاج السنة النبوية في نقض كلام الشيعة القدرية. ابن تيمية. تحقيق: د. محمد رشاد سالم، ط [د (ر.ت)، دار الفضيلة، الرياض].
١٢٤. المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج. يحيى بن شرف النووي. ط [الثانية، ١٣٩٢هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت].
١٢٥. مهارات إدارية. باسم الحميري. ط [الأولى، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، دار الحامد، عمان].
١٢٦. مهارات استشراف المستقبل. المجموعة العربية للتدريب والنشر. ط [الأولى، ٢٠١٢-٢٠١٣م، دار الكتب المصرية، القاهرة].
١٢٧. مهارات الاتصال الفعال. د. مندور عبدالسلام فتح الله. ط [الأولى، ١٤٣٣هـ-٢٠١٢م، دار النشر الدولي، الرياض].
١٢٨. مهارات الاتصال. د. نوح بن يحيى الشهري. ط [الأولى، ١٤٣١هـ، دار حافظ، جدة].
١٢٩. المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل. أ.د. عبد اللطيف بن ديان العوفي. ط [د (ر)، ١٤٣٣هـ-٢٠١١م، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية].
١٣٠. مهارات تقديم الاستشارات. د. محمد عبدالغني هلال. ط [الأولى، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، دار قرطبة، الرياض].
١٣١. الموافقات. إبراهيم بن موسى اللخمي الشهير بالشاطبي. تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان. ط [الأولى، ١٤١٧هـ-١٩٩٧، دار ابن عفان، د (م)].
١٣٢. موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة. بإشراف ومراجعة صالح بن عبدالعزيز آل الشيخ. ط [الرابعة، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، دار السلام، الرياض].
١٣٣. الموسوعة العربية لمصطلحات التربية وتكنولوجيا التعليم. د. ماهر إسماعيل صبري. ط [الأولى، ١٤٢٣هـ-٢٠٠٢م، مكتبة الرشد، الرياض].
١٣٤. موسوعة العلم والفن في التعليم والتدريب. رفعت بن عبد الحميد الشامي. ط [الأولى، ١٤٢٧هـ-٢٠٠٦م، دار قرطبة، المملكة العربية السعودية].

١٣٥. موسوعة نضرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول الكريم ﷺ. إعداد مجموعة من المختصين بإشراف د. صالح بن عبدالله بن حميد. وعبدالرحمن بن محمد بن ملوح. ط [الأولى، ١٤١٨هـ-١٩٩٨م، دار الوسيلة، جدة].

(ن)

١٣٦. نحو مجتمع آمن فكرياً. د. عبدالحفيظ عبدالله المالكي. ط [الأولى، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض]

١٣٧. النهاية في غريب الحديث والأثر. للإمام مجد الدين أبي السعادات المبارك بن محمد الجزري ابن الأثير. ط [الخامسة، ١٤٣٠هـ، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية].

(هـ)

١٣٨. هندسة الحوار والإقناع. د. مصطفى يوسف كافي. ط [الأولى، ١٤٣٦هـ-٢٠١٥م، دار حامد، عمان].



ثالثاً: الدراسات والبحوث العلمية

١٣٩. أحوال المدعو في ضوء الكتاب والسنة. محمد بن عبدالرحمن العمر. رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٢٧ / ١٤٢٨هـ.

١٤٠. أساليب الدعوة ووسائلها من خلال أحاديث سنن الإمام الترمذي. عبدالله بن علي الزهراني. رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٢١هـ.

١٤١. استشراف المستقبل في الأحاديث النبوية. عبدالرحمن عبداللطيف قشوع. رسالة ماجستير في الحديث النبوي الشريف. كلية الدراسات العليا. الجامعة الأردنية. نيسان/٢٠٠٥م.

١٤٢. الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية: دراسة تأصيلية على ضوء الواقع المعاصر. أ.د. عبدالرحمن المغذوي. ط [الأولى، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، دار الحضارة، الرياض].
١٤٣. إعداد الداعية في ضوء الكتاب والسنة. جلوس بنت فرج القحطاني. رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٣ / ١٤٣٤هـ.
١٤٤. الإقناع في الدعوة إلى الله. بدرية بنت محمد الفوزان. رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٢٧هـ.
١٤٥. بناء تصور نظري في تطبيق مفاهيم الجودة في إعداد الداعية. بندر بن إبراهيم الرياعي. بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير. قسم الدعوة والاحتساب، المعهد العالي للدعوة والاحتساب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٣ / ١٤٣٤هـ.
١٤٦. التفكير الإبداعي عند الدعاة، صلاح بن عبدالله الشريف. بحث تكميلي ضمن متطلبات الماجستير الموازي. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣هـ.
١٤٧. دراسة الموازنة بين الواجبات لدى الدعاة. قبلان بن عبدالله العتيبي. بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. المعهد العالي للدعوة والاحتساب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٤ / ١٤٣٥هـ.
١٤٨. دعوة ذوي الاحتياجات الخاصة إلى الله تعالى. عبدالله بن محمد الدريهم. بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير الموازي. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣هـ.
١٤٩. رقابة مجلس الشورى على أعمال السلطة التنفيذية. إبراهيم بن حمد الزير. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في السياسة الشرعية. شعبة الأنظمة. قسم السياسة الشرعية. المعهد العالي للقضاء، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٢٨هـ - ١٤٢٩هـ.

١٥٠. **شمول موضوعات الدعوة، جلوس بنت فرج القحطاني.** رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٢٦ / ١٤٢٧ هـ.
١٥١. **صفات الداعية في ضوء سيرة دعاة النبي ﷺ .** أحمد بن علي الخلفي. رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤١٩ هـ.
١٥٢. **العمل الاستشاري الحكومي.** سعد عويض الحارثي. رسالة ماجستير. قسم الإدارة العامة. كلية الاقتصاد والإدارة. جامعة الملك عبد العزيز. عام ١٤١٦ هـ.
١٥٣. **فقه الأولويات الدعوية.** علي بن محمد الشنقيطي. رسالة دكتوراه. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٢٨ / ١٤٢٩ هـ.
١٥٤. **مدى إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في العمل الدعوي: دراسة ميدانية مطبقة على المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في مدينة الرياض.** شيخة بنت دخيل العتيبي . بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، عام ١٤٣٣ / ١٤٣٤ هـ.
١٥٥. **مسؤولية الدعاة في مواجهة الفكر التكفيري في المجتمع النسوي السعودي.** منيرة بنت عبدالله آل فهد. رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣ هـ.
١٥٦. **المسؤولية الدعوية للمستشار الأسري.** أسماء بنت محمد الوهبي. بحث تكميلي ضمن متطلبات الماجستير. قسم الدعوة والاحتساب. المعهد العالي للدعوة والاحتساب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٤ / ١٤٣٥ هـ.
١٥٧. **المنهج الشرعي للداعية عند الفتن.** عبدالله بن حمود الفريح. بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣ هـ.

١٥٨. المنهجية الدعوية للمملكة العربية السعودية من خلال رواد الدعوة (١٤٠١-١٤٢٥هـ)، فهد الجديد، رسالة دكتوراه، عام ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م.
١٥٩. مهارات الإعداد الدعوي في قسم الدعوة والاحتساب بجامعة الإمام في ضوء الممارسات التطبيقية لخريجات القسم. نداء بنت سالم السويلم. رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٣ / ١٤٣٤هـ.
١٦٠. واقع العلاقات العامة في المؤسسات الدعوية النسائية في المملكة العربية السعودية: دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الدعوية. عهود بنت علي الفرهود . بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإعلام. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض. عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣هـ.
١٦١. اليأس في حياة الداعية. محمد بن عبدالله العضيبي. رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب. قسم الدعوة والاحتساب. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. عام ١٤٣٢ / ١٤٣٣هـ.



رابعاً: المؤتمرات والندوات

١٦٢. أجهزة الاستشارات الحكومية: إنجازاتها ومشكلاتها. عبدالإله المؤيد. ندوة الاستشارات الإدارية في المملكة العربية السعودية. ٢-٥ صفر ١٤٠٢هـ. معهد الإدارة العامة.
١٦٣. المكاتب الاستشارية الخاصة: إنجازاتها ومشكلاتها. محمد عصفور. ندوة الاستشارات الإدارية في المملكة العربية السعودية. ٢-٥ صفر ١٤٠٢هـ. معهد الإدارة العامة.
١٦٤. الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية. د. صالح الرقيب. مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر. ٧-٨ ربيع الأول ١٤٢٦هـ - ١٦-١٧ أبريل ٢٠٠٥م. كلية أصول الدين. الجامعة الإسلامية.



خامساً: الصحف والمجلات

١٦٥. "النص الكامل للأوامر الملكية". واس. (٩/ربيع الثاني/١٤٣٦هـ - ٢٩/يناير/٢٠١٥)، العدد (١٧٠٢٠)، صحيفة الرياض.
١٦٦. "أمر ملكي سعودي يعزز مكافحة الإرهاب داخليا...". عبيد السهيمي. (٤/ربيع الثاني/١٤٣٥هـ - ٤/فبراير/٢٠١٤). العدد (١٢٨٥٢). ص ١. صحيفة الشرق الأوسط.
١٦٧. "أهمية استشراف المستقبل". د. غانم علوان الجميلي. (٢٤/رجب/١٤٣٢هـ - ٢٦/يونيو/٢٠١١م). العدد (١٥٧٠٧). صحيفة الرياض.
١٦٨. "وزير الشؤون الإسلامية يوافق على تخصيص وحدة البرامج المتخصصة في المكاتب التعاونية". (٨/رجب/١٤٣٦هـ - ٢٧/أبريل/٢٠١٥م). العدد (١٧١٠٨). صحيفة الرياض.



سادساً: مواقع على شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)

١٦٩. موقع استشارات الإسلام اليوم، <https://www.islamtoday.net>.
١٧٠. موقع استشارات الإسلام ويب، <http://consult.islamweb.net>.
١٧١. موقع الالوكة، <http://www.alukah.net>.
١٧٢. موقع الجامعة الإسلامية. <http://www.iu.edu.sa>.
١٧٣. موقع الدرر السنية. الموسوعة الحديثة. <http://dorar.net>.
١٧٤. موقع الغرفة التجارية الصناعية بالرياض. <http://www.riyadhchamber.org.sa>.
١٧٥. موقع المفكرة الدعوية، <http://www.dawahmemo.com>.
١٧٦. موقع الواحات، <http://www.alwa7at.net>.
١٧٧. موقع بوابة الرياض التعليمية. <http://riyadhedu.gov.sa>.

١٧٨. موقع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
<https://members.imamu.edu.sa>
١٧٩. موقع جامعة الملك عبدالعزيز. <http://www.kau.edu.sa>
١٨٠. موقع جامعة أم القرى. <https://uqu.edu.sa>
١٨١. موقع جامعة سلمان بن عبدالعزيز. <https://ircs.sau.edu.sa>
١٨٢. موقع رسالة الجامعة. <http://rs.ksu.edu.sa>
١٨٣. موقع شبكة صوت العربية. <http://www.voiceofarabic.net>
١٨٤. موقع قاعدة معلومات الملك خالد بن عبدالعزيز.
<http://www.kingkhalid.org.sa>
١٨٥. موقع لها أون لاين. <http://www.lahaonline.com>
١٨٦. موقع مجلة الدعوة. <http://www.aldaawah.com>
١٨٧. موقع مجلة العلوم الاجتماعية. <http://swmsa.net>
١٨٨. موقع مجلس الشورى. <http://www.shura.gov.sa>
١٨٩. موقع مجلس الغرف السعودية. <http://www.csc.org.sa>
١٩٠. موقع مركز محمد بن نايف للمناصرة والرعاية.
<http://www.mncc.org.sa>
١٩١. موقع مصلحة الاحصاءات العامة والمعلومات. النتائج التفصيلية للتعداد العام
 للسكان والمساكن ١٤٣١هـ. <http://www.cdsi.gov.sa>
١٩٢. موقع معهد الإدارة. <http://www.ipa.edu.sa>
١٩٣. موقع ملتقى أهل الحديث. <http://www.ahlalhdeth.com>
١٩٤. موقع مهارات النجاح للتنمية البشرية. <http://www.sst5.com>
١٩٥. موقع مؤسسة وقف دعوتها. <http://www.wdawah.com>
١٩٦. موقع وزارة التجارة والاستثمار. <http://www.mci.gov.sa>
١٩٧. موقع وزارة العمل والتنمية الاجتماعية. <http://mosa.gov.sa>
١٩٨. موقع ويكيبيديا. <http://ar.wikipedia.org>

عاشراً: فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
إهداء	أ
شكر وتقدير	ب
ملخص الدراسة	د
مقدمة	١ - ٢٦
أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها	٤
ثانياً: أسباب اختيار موضوع الدراسة	٦
ثالثاً: التعريف بمصطلحات عنوان الدراسة	٦
رابعاً: أهداف الدراسة	٩
خامساً: تساؤلات الدراسة	٩
سادساً: الدراسات السابقة	٩
سابعاً: منهج الدراسة	١٣
ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة	١٧
تاسعاً: حدود الدراسة	١٩
عاشراً: إجراءات الدراسة الميدانية	١٩
الحادي عشر: أساليب المعالجة الإحصائية	٢٥
الثاني عشر: تقسيمات الدراسة	٢٥
الفصل التمهيدي	٢٧ - ٥٨

الصفحة	الموضوع
٢٨	المبحث الأول: التأصيل الشرعي للاستشارات
٢٩	المطلب الأول: التأصيل الشرعي للاستشارة من القرآن الكريم
٣٦	المطلب الثاني: التأصيل الشرعي للاستشارة من السنة النبوية
٤٠	المطلب الثالث: التأصيل الشرعي للاستشارة من آثار السلف الصالح
٤٥	المبحث الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية
٤٦	المطلب الأول: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى الرسمي
٥٥	المطلب الثاني: نشأة وتطور الاستشارات في المملكة العربية السعودية على المستوى غير الرسمي
٥٩-١٥٧	الفصل الأول: محددات العمل الاستشاري الدعوي
٦١	المبحث الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي
٦٢	المطلب الأول: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالداعي
٦٤	المطلب الثاني: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالمدعو
٦٥	المطلب الثالث: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بموضوع الدعوة
٦٦	المطلب الرابع: مفهوم العمل الاستشاري الدعوي فيما يتعلق بالوسائل والأساليب الدعوية
٦٨	المبحث الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي
٦٩	المطلب الأول: مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى الذاتي
١١١	المطلب الثاني: مسؤوليات المستشار الدعوي على المستوى المهني

الصفحة	الموضوع
١٢٣	المبحث الثالث: وسائل العمل الاستشاري الدعوي وأساليبه
١٢٤	المطلب الأول: وسائل العمل الاستشاري الدعوي
١٣٣	المطلب الثاني: أساليب العمل الاستشاري الدعوي
١٤٣	المبحث الرابع: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي
١٤٤	المطلب الأول: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي
١٤٧	المطلب الثاني: مشكلات العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي
١٤٩	المبحث الخامس: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي
١٥٠	المطلب الأول: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى المؤسسي
١٥٣	المطلب الثاني: عوامل نجاح العمل الاستشاري الدعوي على المستوى الفردي
٢٦١ - ١٥٨	الفصل الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية
١٦٠	المبحث الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي
١٦١	المطلب الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى
١٨٦	المطلب الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات
٢٠٩	المطلب الثالث: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي من وجهة نظر أفراد المجتمع

الصفحة	الموضوع
٢٢٦	المبحث الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي
٢٢٨	المطلب الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين في مجال الدعوة إلى الله تعالى
٢٣٦	المطلب الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات
٢٤٤	المطلب الثالث: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي من وجهة نظر أفراد المجتمع
٢٦٢-٣١٣	الفصل الثالث: التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، بناء على تطبيق (أسلوب دلفي)
٢٦٤	المبحث الأول: تفسير نتائج (جولات دلفي)
٢٦٥	المطلب الأول: نتائج الجولة الأولى وتفسيرها.
٢٧٨	المطلب الثاني: نتائج الجولة الثانية وتفسيرها.
٢٨٧	المطلب الثالث: نتائج الجولة الثالثة وتفسيرها.
٢٩٠	المبحث الثاني: التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية
٢٩٢	المطلب الأول: التعريف بالتصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.

الصفحة	الموضوع
٢٩٤	المطلب الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.
٣٠٥	المطلب الثالث: صعوبات تنفيذ التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية وسبل التغلب عليها.
٣١٠	المطلب الرابع: نتائج التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.
٣١٢	المطلب الخامس: توصيات التصور المقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية.
٣١٤-٣٢١	الخاتمة
٣١٥	أولاً: النتائج
٣١٩	ثانياً: التوصيات
٣٢٢-٣٧٣	الفهارس
٣٢٣	أولاً: فهرس الآيات القرآنية
٣٢٨	ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية
٣٣١	ثالثاً: فهرس الآثار
٣٣٤	رابعاً: فهرس الأعلام
٣٣٥	خامساً: فهرس الأبيات الشعرية
٣٣٦	سادساً: فهرس الكلمات الغريبة
٣٣٩	سابعاً: فهرس الجداول

الصفحة	الموضوع
٣٤٧	ثامناً: فهرس الرسوم البيانية
٣٤٩	تاسعاً: فهرس المصادر والمراجع
٣٦٨	عاشراً: فهرس الموضوعات
٤٣٤-٣٧٤	الملاحق
٣٧٥	الملحق الأول: نموذج تحكيم استثمارات المقابلة.
٣٨٣	الملحق الثاني: نموذج تحكيم استثمارة التصور المقترح.
٣٩٠	الملحق الثالث: قائمة بأسماء المحكمين لاستثمارة المقابلة.
٣٩٢	الملحق الرابع: قائمة بأسماء المحكمين لاستثمارة التصور المقترح.
٣٩٤	الملحق الخامس: نموذج مقابلة الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى بصورته النهائية.
٣٩٨	الملحق السادس: نموذج مقابلة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بصورته النهائية.
٤٠٢	الملحق السابع: نموذج مقابلة أفراد المجتمع السعودي بصورته النهائية.
٤٠٦	الملحق الثامن: قائمة بأسماء الخبراء المشاركين في التصور المقترح.
٤٠٩	الملحق التاسع: نموذج استثمارة التصور المقترح (الجولة الأولى) بصورته النهائية.
٤٢١	الملحق العاشر: نموذج استثمارة التصور المقترح (الجولة الثانية).
٤٣٢	الملحق الحادي عشر: نموذج استثمارة التصور المقترح (الجولة الثالثة).



الملاحق

- الملحق الأول: نموذج تحكيم استثمارات المقابلة.
- الملحق الثاني: نموذج تحكيم استثمارة التصور المقترح.
- الملحق الثالث: قائمة بأسماء المحكمين لاستثمارات المقابلة.
- الملحق الرابع: قائمة بأسماء المحكمين لاستثمارة التصور المقترح.
- الملحق الخامس: نموذج مقابلة الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى بصورته النهائية.
- الملحق السادس: نموذج مقابلة المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بصورته النهائية.
- الملحق السابع: نموذج مقابلة أفراد المجتمع السعودي بصورته النهائية.
- الملحق الثامن: قائمة بأسماء الخبراء المشاركين في التصور المقترح.
- الملحق التاسع: نموذج استثمارة التصور المقترح (الجولة الأولى) بصورته النهائية.
- الملحق العاشر: نموذج استثمارة التصور المقترح (الجولة الثانية).
- الملحق الحادي عشر: نموذج استثمارة التصور المقترح (الجولة الثالثة).

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سعادة الدكتور/الدكتورة: حفظكم الله (الرجاء تسجيل الاسم ثلاثي والتخصص)

الدرجة العلمية: التخصص:.....

المهنة/ جهة العمل:.....

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بدراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من أهدافها: استطلاع رأي أفراد العينة حول الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، علماً بأنه يُقصد بالاستشارات الدعوية: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

ولتحقيق ذلك تم إعداد استمارة مقابلة (هاتفية)، وفق (ثلاثة) نماذج: النموذج الأول: يتعلق بالمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، باعتبار تمثيلهم للجانب المؤسسي الدعوي المستفيد من الاستشارات الدعوية، والنموذج الثاني: يتعلق بأفراد المجتمع المستفيدين من الاستشارات الدعوية، والنموذج الثالث: يتعلق بالخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى؛ باعتبار تقديمهم للاستشارات الدعوية، وتكونت الاستمارة من جزئين: بيانات أولية، ومحورين؛ الأول: يقيس الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي، والثاني: يقيس الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي، والنماذج الثلاثة متشابهة في مضمون الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية – المتكون من (٣)

ملحق (١): نموذج تحكيم استمارات المقابلة.

مجالات: محاور الاستشارات الدعوية، أسباب الاحتياج للاستشارات الدعوية المنظمة، تطلعات الاستشارات الدعوية المنظمة - عدا مقدمة الاستمارة، والبيانات الشخصية، وذلك بما يتناسب مع النموذج المخصص، وتم تحديد درجة الاستجابة فيها بـ:

عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً

وتتشرف الباحثة باختياركم محكماً لاستمارة المقابلة؛ لما تعهده من سعادتكم من خبرة في مجال البحث العلمي، فالرجاء إبداء رأيكم، ومقترحاتكم.

شاكرين لكم سلفاً تعاونكم واستجابتكم، وسيكون رأيكم موضع اهتمامنا، والفائدة ستعود بإذن الله على المجتمع ونتمنى لكم التوفيق والسداد.

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

Alneda7@hotmail.com

ج: (٠٥٠٢٩٩٨٠١٣)

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي بوضع علامة (✓) في المكان المناسب، وإضافة تعليقكم إن وجد:**

الجزء الأول: البيانات الأولية للنماذج الثلاث.									
العبارة	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسب
	واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملائمة	غير ملائمة	
النموذج الأول: يتعلق بالمسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات: - الجنس: () ذكر . () أنثى . - الجنسية: () سعودي () غير سعودي. - المنطقة: () الرياض () مكة المكرمة () المدينة المنورة () القصيم () الشرقية () حائل () جازان () عسير () الباحة () تبوك () نجران () الجوف () الحدود الشمالية. - المؤهل العلمي: () أقل من الجامعي () جامعي () ماجستير () دكتوراه () أخرى تذكر: - سنوات الخبرة في المجال الدعوي: () أقل من سنة () من سنة - خمس سنوات () من ٦ - ١٠ سنوات () أكثر من ١٠ سنوات. سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي: () أقل من سنة () من سنة - خمس سنوات () من ٦ - ١٠ سنوات () أكثر من ١٠ سنوات. هل مفهوم الاستشارات الدعوية واضح لديكم: () نعم. () إلى حد ما () لا. تقوم بتقديم الاستشارات الدعوية: () للأفراد بصورة منظمة () للأفراد بصورة غير منظمة () للمؤسسات بصورة منظمة () للمؤسسات بصورة غير منظمة. أحتاج للاستشارات الدعوية: () الفردية () المؤسسية () لا أحتاج للاستشارة الدعوية.									

<u>النموذج الثاني: يتعلق بأفراد المجتمع السعودي:</u> - الجنس: () ذكر . () أنثى . - الجنسية: () سعودي () غير سعودي. - المنطقة: () الوسطى () الشمالية () الجنوبية () الشرقية () الغربية. - العمر: () أقل من ٢٥ سنة () من ٢٥-٤٠ سنة () أكثر من ٤٠ سنة. المؤهل العلمي : () أقل من ثانوي () ثانوي () جامعي. () فوق الجامعي. () أخرى تذكر:..... هل مفهوم الاستشارات الدعوية واضح لديك: () نعم. () إلى حد ما () لا. هل سبق الاستفادة من الاستشارات الدعوية: () نعم. () لا السبب:								
<u>النموذج الثالث: يتعلق بالخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجال الدعوة إلى الله تعالى:</u> - الجنس: () ذكر . () أنثى . - الجنسية: () سعودي () غير سعودي. - الدرجة العلمية: () أستاذ () أستاذ مشارك () أستاذ مساعد () محاضر. - التخصص: () دعوة () شريعة () أصول دين () ثقافة إسلامية () دراسات إسلامية () أخرى تذكر:..... - جهة العمل:..... سنوات الخبرة في المجال الدعوي: () أقل من سنة () من سنة- خمس سنوات () من ٦- ١٠ سنوات () أكثر من ١٠ سنوات. سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي: () أقل من سنة () من سنة- خمس سنوات () من ٦- ١٠ سنوات () أكثر من ١٠ سنوات.								

									هل مفهوم الاستشارات الدعوية واضح لديكم: () نعم. () إلى حد ما () لا. تقوم بتقديم الاستشارات الدعوية: () للأفراد بصورة منظمة () للأفراد بصورة غير منظمة () للمؤسسات بصورة منظمة () للمؤسسات بصورة غير منظمة. أحتاج للاستشارات الدعوية: () الفردية () المؤسسية () لا أحتاج للاستشارة الدعوية.	
الجزء الثاني: محاور الاستشارة في النماذج الثلاثة: الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:										
المجال	الاحتياج	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسب
		واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملائمة	غير ملائمة	
محاور الاستشارات الدعوية	١. التعرف على العمل الدعوي.									
	٢. التخطيط للعمل الدعوي.									
	٣. تصحيح مسار العمل الدعوي.									
	٤. معالجة المشكلات التي تعترض العمل الدعوي.									
	٥. تقويم العمل الدعوي..									
	أخرى: /.....									
أسباب الاحتياج للاستشارات الدعوية المنظمة	١. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.									
	٢. تيسير سبل الاستفادة من الاستشارة الدعوية من الثقافات في مجال التخصص.									

									٣. معالجة الفوضوية في طلب وتقديم الاستشارات الدعوية.	
									٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.	
									٥. الحاجة لمتابعة الاستشارة الدعوية.	
									٦. الحاجة لتقويم الاستشارة الدعوية. أخرى:.....	
									١. توظيف المخرجات المتميزة للأقسام الدعوية والشرعية في خدمة مجال الاستشارات الدعوية.	تطلعات الاستشارات الدعوية المنظمة
									٢. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.	
									٣. القضاء على الانحراف الفكري في المجال الدعوي.	
									٤. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي. أخرى:.....	

المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:										
المجال	الاحتياج	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسب
		واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملانمة	غير ملانمة	
محاور الاستشارات الدعوية	١ . التعرف على العمل الدعوي.									
	٢ . التخطيط للعمل الدعوي.									
	٣ . تصحيح مسار العمل الدعوي.									
	٤ . معالجة المشكلات التي تعترض العمل الدعوي.									
	٥ . تقويم العمل الدعوي..									
	أخرى: /.....									
أسباب الاحتياج للاستشارات الدعوية المنظمة	١ . توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.									
	٢ . تيسير سبل الاستفادة من الاستشارة الدعوية من الثقات في مجال التخصص.									
	٣ . معالجة الفوضوية في طلب وتقديم الاستشارات الدعوية.									
	٤ . معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.									
	٥ . الحاجة لمتابعة الاستشارة الدعوية.									

									٦. الحاجة لتقويم الاستشارة الدعوية. أخرى:.....	
									١. توظيف المخرجات المتميزة للأقسام الدعوية والشرعية في خدمة مجال الاستشارات الدعوية.	تطاعات الاستشارات الدعوية المنظمة
									٢. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.	
									٣. القضاء على الانحراف الفكري في المجال الدعوي.	
									٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي. أخرى:.....	

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ال الجولة الأولى (أسلوب دلفي)

سعادة الأستاذ/الأستاذة: حفظكم الله (الرجاء تسجيل الاسم ثلاثي والتخصص)

الدرجة العلمية: التخصص:

المهنة/ جهة العمل:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بدراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من أهدافها: تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، علماً بأنه يُقصد بالاستشارات الدعوية: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

ولتحقيق ذلك تم إعداد استبانة أولية للتصور المقترح مغلقة ومفتوحة في الوقت نفسه، للاستفادة من آراء ومقترحات الخبراء في المجال الاستشاري الدعوي، تكونت من أربعة محاور: (المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح، و المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط "من سنة-عشر سنوات"، و المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد "من بعد عشر سنوات"، و المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها)، و حددت فيها درجة الموافقة بـ:

عالية	متوسطة	ضعيفة

وتتشرف الباحثة باختياركم محكماً للاستبانة؛ لما تعهده من سعادتكم من خبرة في مجال البحث العلمي، فالرجاء إبداء رأيكم، ومقترحاتكم.

شاكرين لكم سلفاً تعاونكم واستجابتكم، وسيكون رأيكم موضع اهتمامنا، والفائدة ستعود بإذن الله على المجتمع ونتمنى لكم التوفيق والسداد.

لباحثة: نداء بنت سالم السويلم

Alneda7@hotmail.com

ج: (٠٥٠٢٩٩٨٠١٣)

ملحق (٢): نموذج تحكيم استمارة التصور المقترح.

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي بوضع علامة (✓) في المكان المناسب، وإضافة تعليقكم إن وجد:**

المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح.											
الصياغة	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسب		
	واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملائمة	غير ملائمة			
رؤية التصور المقترح: تحقيق التميز والريادة في تقديم الاستشارات الدعوية.											
رسالة التصور المقترح: إيجاد منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية بالمملكة العربية السعودية، تُقدّم الاستشارات المتخصصة دعويّاً للمؤسسات والأفراد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك على أيدي الكفاءات الوطنية، وفق آليات تنسجم مع كافة المجالات الإرشادية.											
أهداف التصور المقترح: ١. البناء الداخلي للاستشارات الدعوية. ٢. نشر ثقافة الاستشارة الدعوية في المجتمع. ٣. تحقيق جودة الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً.											
المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة-عشر سنوات). * الرجاء إضافة الإجراءات التنفيذية المناسبة من واقع خبرتكم.											
الهدف العام	الأهداف التفصيلية	إجراءات التنفيذ	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسب
			واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملائمة	غير ملائمة	
البناء الداخلي للدعوة	البناء المؤسسي للدعوة	١. تحديد الجهة الرسمية لتقديم الاستشارات الدعوية: (إنشاء إدارة مستقلة تابعة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد).									
		٢. اختيار مؤسسي الإدارة الرسمية للاستشارات الدعوية: (نخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام									

									الدعوية والشرعية في الجامعات السعودية، والمتميزين من مستشاري الوزارة).		
									٣. تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية: أ. شروط اختيار المستشارين الدعويين: (١) (٢) (٣) (٤) (٥) (٦) ب. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: (١) الاستشارات المؤسسية في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من أفرع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد. (٢) الاستشارات الفردية في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات. (٣) (٤) ج. أوقات تقديم الاستشارة الدعوية: (١) (٢) (٣) د. مجالات الاستشارات الدعوية: (١) ما يتعلق بالجانب الدعوي في وزارة الداخلية. (٢) ما يتعلق بالجانب الدعوي في وزارة التعليم. (٣) ما يتعلق بالجانب الدعوي في وزارة الحج والعمرة.		

									(٤) ما يتعلق بالجانب الدعوي في وزارة الصحة. (٥) ما يتعلق بالجانب الدعوي في وزارة الثقافة والإعلام. (٦) ما يتعلق بالجانب الدعوي في وزارة التجارة والاستثمار. هـ. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية. (١) المقابلة الشخصية. (٢) الوسائل الكتابية. (٣) الهاتف. (٤) شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وما يلحق بها. (٥) القنوات الفضائية. (٦) الدراسات الاستشارية. و. أساليب تقديم الاستشارة الدعوية. (١) الحوار والإقناع. (٢) إثارة الأسئلة والاستفهام. (٣) المحاضرات والدروس. (٤) التدريب. (٥) العصف الذهني. (٦) الرسائل القصيرة. ز. صلاحيات وحدود العمل الاستشاري الدعوي: (١) الإرشاد والتوجيه. (٢) المتابعة. (٣) التقويم. (٤) المراقبة والمحاسبة (يستلزم أخذ الإذن المسبق للعمل الدعوي قبل التنفيذ).		

ملحق (٢): نموذج تحكيم استمارة التصور المقترح.

تأهيل المستشار الدعوي	١.....								
	٢.....								
	٣.....								
	٤.....								
التعريف بالاستشارة الدعوية	١.استحداث مقرر خاص بالاستشارة الدعوية في الأقسام الدعوية.								
	٢.استثمار مختلف وسائل الإعلام للتعريف بالاستشارة الدعوية.								
	٣.....								
	٤.....								
التهيئة لتقبل الاستشارة الدعوية	١.توضيح ثمرات الاستشارة الدعوية.								
	٢.....								
	٣.....								
	٤.....								
	٥.....								
	٦.....								

المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (من بعد عشر سنوات).												
* الرجاء إضافة الإجراءات التنفيذية المناسبة من واقع خبرتكم.												
الهدف العام	الأهداف التفصيلية	إجراءات التنفيذ	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسباً	
			واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملاءمة	غير ملاءمة		
تحقيق جودة الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	توسيع الخدمة على النطاق الإقليمي والعالمي	١.....										
		٢.....										
		٣.....										
		٤.....										
		٥.....										
	تحقق الجودة لمختلف المجالات الاستشارية المنافسة	٦.....										
		٧.....										
		٨.....										
		٩.....										
		١٠.....										
		١١.....										
		١٢.....										
		١٣.....										
		١٤.....										
		١٥.....										
	مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري	١٦.....										
		١٧.....										
		١٨.....										
		١٩.....										
		٢٠.....										
		٢١.....										
		٢٢.....										
		٢٣.....										
		٢٤.....										
		٢٥.....										
		٢٦.....										
		٢٧.....										
		٢٨.....										
		٢٩.....										

									١٠.....		
المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها. * الرجاء إضافة الصعوبات وسبل التغلب عليها من واقع خبرتكم.											
الصعوبات تنفيذ التصور المقترح	سبل التغلب على الصعوبات	وضوح العبارة		الصياغة اللغوية		الانتماء للمحور		ملاءمتها لقياس ما وضعت لأجله		التعديل الذي تراه مناسباً	
		واضحة	غير واضحة	مناسبة	تحتاج تعديل	منتمية	غير منتمية	ملاءمة	غير ملاءمة		
١..... ٢..... ٣..... ٤.....											
١..... ٢..... ٣..... ٤.....											
١..... ٢..... ٣..... ٤.....											
١..... ٢..... ٣..... ٤.....											
١..... ٢..... ٣..... ٤.....											

قائمة بأسماء المحكمين لاستثمارات المقابلة

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
١	أ.د. عبدالله بن إبراهيم اللحيدان	أستاذ في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٢	د. إبراهيم بن صالح الحميدان	أستاذ مشارك في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٣	د. أسماء بنت عبدالعزيز الداود	أستاذ مشارك في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وكلية عمادة الدراسات العليا.
٤	د. توفيق بن عبدالعزيز السديري	أستاذ الدراسات العليا في قسم الدعوة، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ووكيل وزارة الشؤون الإسلامية لشؤون المساجد والدعوة والإرشاد.
٥	أ.د. عبد الرحيم بن محمد المغذوي	أستاذ الدراسات العليا في قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، بكلية الدعوة وأصول الدين، بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
٦	د. وليد بن نعيم شومان	مدرس في قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، بجامعة الأزهر؛ وأستاذ مساعد في قسم الدراسات الإسلامية المعاصرة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٧	د. محمود بن عبد الهادي دسوقي	أستاذ مشارك في قسم الحسبة والرقابة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٨	د. محمد بن خالد البداح	أستاذ مشارك في قسم الدراسات الإسلامية المعاصرة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٩	أ. د. سليمان بن قاسم العيد	أستاذ في قسم الدراسات الإسلامية، بكلية التربية، بجامعة الملك سعود.

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
١٠	د. عبدالعزيز بن صالح الدعيلج	أستاذ مشارك في قسم البلاغة والنقد ومنهج الأدب الإسلامي، بكلية اللغة العربية، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١١	د. عثمان بن علي القحطاني	أستاذ مساعد في قسم مناهج وطرق التدريس، بكلية التربية والآداب، بجامعة تبوك.
١٢	د. هيلة بنت عبدالله الفايز	أستاذ مساعد في قسم الإدارة والتخطيط التربوي، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٣	د. نيفين بن محمد زهران	أستاذ مشارك في قسم علم النفس، بكلية العلوم الاجتماعية، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٤	د. محمد بن أحمد باسودان	وكيل وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد لشؤون التخطيط والتطوير، تخصص إدارة عامة.
١٥	أ.د. عاصم بن طاهر عرب ^(١)	مدير مركز عاصم عرب للاستشارات الاقتصادية الإدارية البيئية التعدينية.
١٦	أ. الشيخ الطاهر الفكي عبدالله ^(٢)	مستشار في دار الخبرة للاستشارات الاقتصادية والإدارية، ماجستير ودبلوم عالي في الدعوة والإعلام من جامعة القرآن الكريم بالسودان.



(١) مستشار سابق - غير متفرغ - في: (وزارة الشؤون البلدية والقروية، وزارة المالية والاقتصاد الوطني، وزارة الحج والأوقاف،

وزارة التخطيط) على التوالي، في الفترة من (١٤٠٤-١٤١٨هـ).

(٢) شارك في إعداد إستراتيجية هيئة الإغاثة الإسلامية بتقديم عدة دراسات.

قائمة بأسماء المحكمين لاستمارة التصور المقترح

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
١	أ.د. عبدالله بن إبراهيم اللحيدان	أستاذ في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٢	د. إبراهيم بن صالح الحميدان	أستاذ مشارك في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٣	د. أسماء بنت عبدالعزيز الداود	أستاذ مشارك في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وكلية عمادة الدراسات العليا.
٤	د. عبدالله بن إبراهيم الطويل	أستاذ مشارك في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٥	د. توفيق بن عبدالعزيز السديري	أستاذ الدراسات العليا في قسم الدعوة، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ووكيل وزارة الشؤون الإسلامية لشؤون المساجد والدعوة والإرشاد.
٦	أ.د. عبد الرحيم بن محمد المغذوي	أستاذ الدراسات العليا في قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، بكلية الدعوة وأصول الدين، بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
٧	د. وليد بن نعيم شومان	مدرس في قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، بجامعة الأزهر؛ وأستاذ مساعد في قسم الدراسات الإسلامية المعاصرة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٨	د. محمود بن عبد الهادي دسوقي	أستاذ مشارك في قسم الحسبة والرقابة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٩	د. محمد بن خالد البдах	أستاذ مشارك في قسم الدراسات الإسلامية المعاصرة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
١٠	أ. د. سليمان بن قاسم العيد	أستاذ في قسم الدراسات الإسلامية، بكلية التربية، بجامعة الملك سعود.
١١	د. عبدالعزيز بن صالح الدجيلج	أستاذ مشارك في قسم البلاغة والنقد ومنهج الأدب الإسلامي، بكلية اللغة العربية، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٢	أ.د. رجاء بنت أحمد عيد	أستاذ في قسم مناهج وطرق التدريس، بكلية العلوم الاجتماعية، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٣	أ.د.فايزة بنت السيد محمد عوض	أستاذ في قسم مناهج وطرق التدريس، بكلية العلوم الاجتماعية، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٤	د. عثمان بن علي القحطاني	أستاذ مساعد في قسم مناهج وطرق التدريس، بكلية التربية والآداب، بجامعة تبوك.
١٥	د. شريفة بنت عوض العتيبي	أستاذ مساعد في قسم العلوم التربوية، بكلية التربية، بجامعة شقراء.
١٦	د. هيلة بنت عبدالله الفايز	أستاذ مساعد في قسم الإدارة والتخطيط التربوي، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٧	د. نيفين بن محمد زهران	أستاذ مشارك في قسم علم النفس، بكلية العلوم الاجتماعية، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٨	د. محمد بن أحمد باسودان	وكيل وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد لشؤون التخطيط والتطوير، تخصص إدارة عامة.
١٩	أ.د. عاصم بن طاهر عرب	مستشار في مركز عاصم عرب للاستشارات الاقتصادية الإدارية البيئية التعدينية.
٢٠	أ. الشيخ الطاهر الفكي عبدالله	مستشار في دار الخبرة للاستشارات الاقتصادية والإدارية، ماجستير ودبلوم عالي في الدعوة والإعلام من جامعة القرآن الكريم بالسودان.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الأخ الأستاذ/الأستاذة:

حفظكم الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بدراسة تقييمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من أهدافها: استطلاع رأي أفراد العينة حول الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، علماً بأنه يُقصد بالاستشارات الدعوية: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

وحيث أنكم أحد أفراد الخبراء والأكاديميين المختصين في الدعوة إلى الله تعالى، وتعاونكم في الإجابة عن أسئلة استمارة المقابلة (الهاتفية) بمصادقية من واقع قيامكم بالاستشارات الدعوية واحتياجكم لها يُسهم في الوصول إلى النتائج العلمية السليمة؛ لذا نأمل منكم التكرم بالإجابة عن فقرات الاستمارة بدقة وموضوعية؛ علماً أن المعلومات التي يتم الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم سلفاً تعاونكم واستجابتكم، وسيكون رأيكم موضع اهتمامنا، والفائدة ستعود بإذن الله على المجتمع الدعوي ونتمنى لكم التوفيق والسداد.

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي :**

الجزء الأول: البيانات الأولية للمجيب على الاستمارة:

أولاً:

- الجنس: () ذكر () أنثى . - الجنسية: () سعودي () غير سعودي.
- الدرجة العلمية^(١): () أستاذ () أستاذ مشارك () أستاذ مساعد () محاضر () أخرى تذكر:.....
- التخصص: () دعوة () شريعة () أصول دين () ثقافة إسلامية () دراسات إسلامية () أخرى تذكر:.....
- المهنة/ جهة العمل إن وجد:.....
- العمر: () أقل من ٢٥ سنة () من ٢٥-٤٠ سنة () أكثر من ٤٠ سنة.
- سنوات الخبرة في المجال الدعوي: () أقل من سنة () من سنة- خمس سنوات () من ٦- ١٠ سنوات () من ١١- ١٥ سنة () أكثر من ١٥ سنة.
- سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي: () لا توجد () أقل من سنة () من سنة- خمس سنوات () من ٦- ١٠ سنوات () من ١١- ١٥ سنة () أكثر من ١٥ سنة.

ثانياً:

- يدخل ضمن مفهوم الاستشارات الدعوية: () تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد () تقديم الفتاوى الشرعية () تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته () تقديم برامج تأهيلية للدعاة () مفاهيم أخرى تذكر:.....
- تقوم بتقديم الاستشارات الدعوية: () للأفراد بصورة منظمة^(٢) () للأفراد بصورة غير منظمة () للمؤسسات بصورة منظمة () للمؤسسات بصورة غير منظمة () لا أقدم الاستشارة الدعوية.
- احتاج للاستشارات الدعوية: () الفردية () المؤسسية () لا أحتاج للاستشارة الدعوية.
- تقديم الاستشارات الدعوية من وجهة نظر: () مرض () مرض إلى حد ما () غير مرض () لا أعلم.

الجزء الثاني: محاور الاستمارة:

المحور الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
محاور الاستشارات الدعوية	١. بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.					
	٢. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.					
	٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.					
	٤. التخطيط للعمل الدعوي.					
	٥. تمويل العمل الدعوي.					
	٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.					
	٧. تقويم العمل الدعوي..					
	أخرى:.....					
الدعوي وتنظيمه	١. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.					
	٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.					

(١) خاص بالخبراء الأكاديميين.

(٢) منظمة: أي وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة، تشمل المتابعة والتقويم للعمل الاستشاري.

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.					
	٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.					
	٥. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.					
	٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					
	١. تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.					
المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:	٢. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.					
	٣. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.					
	٤. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.					
	٥. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					

المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
محاور الاستشارات الدعوية	١. بحث أسباب المشكلات الدعوية التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.					
	٢. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.					
	٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.					
	٤. التخطيط للعمل الدعوي.					
	٥. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.					
	٦. تقويم العمل الدعوي.					
	أخرى: /.....					

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	١. توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.					
	٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.					
	٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.					
	٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.					
	٥. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.					
	٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	١. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.					
	٢. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.					
	٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.					
	٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سعادة الأستاذ/الأستاذة:

حفظكم الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بدراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من أهدافها: استطلاع رأي أفراد العينة حول الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، علماً بأنه يُقصد بالاستشارات الدعوية: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

وحيث أنكم أحد المسؤولين في المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات، وتعاونكم في الإجابة عن أسئلة استمارة المقابلة (الهاتفية) بمصادقية من واقع قيامكم بالاستشارات الدعوية واحتياجكم لها يُسهم في الوصول إلى النتائج العلمية السليمة؛ لذا نأمل منكم التكرم بالإجابة عن فقرات الاستمارة بدقة وموضوعية؛ علماً أن المعلومات التي يتم الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم سلفاً تعاونكم واستجابتكم، وسيكون رأيكم موضع اهتمامنا، والفائدة ستعود بإذن الله على المجتمع الدعوي ونتمنى لكم التوفيق والسداد.

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي :**

الجزء الأول: البيانات الأولية للمجيب على الاستمارة:

أولاً:

- الجنس: () ذكر . () أنثى . - الجنسية: () سعودي () غير سعودي.
- المنطقة: () الرياض () مكة المكرمة () المدينة المنورة () القصيم () الشرقية () حائل () جازان () عسير () الباحة () تبوك () نجران () الجوف () الحدود الشمالية.
- العمر: () أقل من ٢٥ سنة () من ٢٥-٤٠ سنة () أكثر من ٤٠ سنة.
- المؤهل العلمي: () أقل من الجامعي () جامعي () ماجستير () دكتوراه () أخرى تذكر:.....
- سنوات الخبرة في المجال الدعوي: () أقل من سنة () من سنة- خمس سنوات () من ٦- ١٠ سنوات () من ١١- ١٥ سنة () أكثر من ١٥ سنة.
- سنوات الخبرة في المجال الاستشاري الدعوي: () لا توجد () أقل من سنة () من سنة- خمس سنوات () من ٦- ١٠ سنوات () من ١١- ١٥ سنة () أكثر من ١٥ سنة.

ثانياً:

- يدخل ضمن مفهوم الاستشارات الدعوية: () تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد () تقديم الفتاوى الشرعية () تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته () تقديم برامج تأهيلية للدعاة () مفاهيم أخرى تذكر:.....
- تقوم بتقديم الاستشارات الدعوية: () للأفراد بصورة منظمة^(١) () للأفراد بصورة غير منظمة () للمؤسسات بصورة منظمة () للمؤسسات بصورة غير منظمة () لا أقدم الاستشارة الدعوية.
- أحتاج للاستشارات الدعوية: () الفردية () المؤسسية () لا أحتاج للاستشارة الدعوية.
- تقديم الاستشارات الدعوية من وجهة نظرك: () مرضٍ () مرضٍ إلى حد ما () غير مرضٍ () لا أعلم.

الجزء الثاني: محاور الاستمارة:

المحور الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
محاور الاستشارات الدعوية	١. بحث أسباب المشكلات التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.					
	٢. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.					
	٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.					
	٤. التخطيط للعمل الدعوي.					
	٥. تمويل العمل الدعوي.					
	٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.					
	٧. تقويم العمل الدعوي.					
	أخرى: /.....					
الاستشارات للتقويم العمل الدعوي	١. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.					
	٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.					

(١) منظمة: أي وفق آلية محددة وواضحة ومعلنة، تشمل المتابعة والتقويم للعمل الاستشاري.

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
	٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.					
	٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.					
	٥. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.					
	٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	١. تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.					
	٢. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.					
	٣. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.					
	٤. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.					
	٥. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					

المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
مخاطر الاستشارات الدعوية	١. بحث أسباب المشكلات الدعوية التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.					
	٢. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.					
	٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.					
	٤. التخطيط للعمل الدعوي.					
	٥. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.					
	٦. تقويم العمل الدعوي.					
	أخرى: /.....					

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	١. توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.					
	٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.					
	٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.					
	٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.					
	٥. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.					
	٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	١. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.					
	٢. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.					
	٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.					
	٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الأخ الكريم/الأخت الكريمة:

حفظك الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بدراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من أهدافها: استطلاع رأي أفراد العينة حول الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية، علماً بأنه يُقصد بالاستشارات الدعوية: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

وحيث أنكم أحد أفراد المجتمع، وتعاونكم في الإجابة عن أسئلة استمارة المقابلة (الهاتفية) بمصادقية من واقع احتياجاتكم للاستشارات الدعوية يُسهّم في الوصول إلى النتائج العلمية السليمة؛ لذا نأمل منكم التكرم بالإجابة عن فقرات الاستمارة بدقة وموضوعية؛ علماً أن المعلومات التي يتم الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم سلفاً تعاونكم واستجابتكم، وسيكون رأيكم موضع اهتمامنا، والفائدة ستعود بإذن الله على المجتمع الدعوي ونتمنى لكم التوفيق والسداد.

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيك الشخصي :**

الجزء الأول: البيانات الأولية للمجيب على الاستمارة:

أولاً:

- الجنس: () ذكر () أنثى . - الجنسية: () سعودي () غير سعودي.
- المنطقة^(١): () الوسطى () الشمالية () الجنوبية () الشرقية () الغربية.
- العمر: () أقل من ٢٥ سنة () من ٢٥ - ٤٠ سنة () أكثر من ٤٠ سنة.
- المؤهل العلمي: () أقل من الجامعي () جامعي () ماجستير () دكتوراه () أخرى تذكر:

ثانياً:

- يدخل ضمن مفهوم الاستشارات الدعوية: () تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد () تقديم الفتاوى الشرعية () تقديم الإرشاد والتوجيه الأسري والمجتمعي لمعالجة مشكلاته () تقديم برامج تأهيلية للدعاة () مفاهيم أخرى تذكر:
- هل سبق الاستفادة من الاستشارات الدعوية: () نعم. () لا
- السبب:
- تقديم الاستشارات الدعوية من وجهة نظرك: () مرض () مرض إلى حد ما () غير مرض () لا أعلم.

الجزء الثاني: محاور الاستمارة:

المحور الأول: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي:

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
محاور الاستشارات الدعوية	١. بحث أسباب المشكلات الدعوية التي تواجه العمل الدعوي المؤسسي وسبل معالجتها.					
	٢. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.					
	٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.					
	٤. التخطيط للعمل الدعوي.					
	٥. تمويل العمل الدعوي.					
	٦. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.					
	٧. تقويم العمل الدعوي.					
	أخرى: /.....					
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	١. توعية المؤسسات الدعوية بأهمية الاستشارة الدعوية.					
	٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.					
	٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة ومعلنة.					

(١) تشمل المنطقة الوسطى: (منطقة الرياض، والقصيم)، المنطقة الشمالية: (منطقة حائل، وتبوك، والجوف، والحدود الشمالية)، المنطقة الجنوبية: (منطقة عسير، والباحة، وجازان، ونجران)، المنطقة الشرقية: (منطقة الشرقية فقط)، المنطقة الغربية: (منطقة مكة المكرمة، والمدينة المنورة) حسب التوزيع الإداري لمناطق المملكة - (١٣).

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.					
	٥. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.					
	٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					
	١. تأهيل المخرجات المتميزة في الأقسام الدعوية للعمل في مجال الاستشارات الدعوية.					
	٢. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.					
المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:	٣. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.					
	٤. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى المؤسسي.					
	٥. خدمة المؤسسات الدعوية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					

المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية للاستشارات الدعوية على المستوى الفردي:

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
محاور الاستشارات الدعوية	١. بحث أسباب المشكلات الدعوية التي تواجه الفرد وسبل معالجتها.					
	٢. التعرف على مفهوم العمل الدعوي وأهدافه ومهامه.					
	٣. التعرف على ضوابط العمل الدعوي وأنظمتها.					
	٤. التخطيط للعمل الدعوي.					
	٥. بحث سبل تطوير اتجاهات العمل الدعوي.					
	٦. تقويم العمل الدعوي.					
أسباب الحاجة لتفعيل العمل الاستشاري الدعوي وتنظيمه	أخرى: /.....					
	١. توعية المجتمع بأهمية الاستشارة الدعوية.					
	٢. تيسير سبل الاستفادة من المختصين في الاستشارات الدعوية.					
	٣. تقنين طلب الاستشارة الدعوية وتقديمها وفقاً لنظم محددة					

المجال	الاحتياج	درجة الموافقة				
		عالية جداً	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
	ومعلنة.					
	٤. معالجة ضغوط العمل على المستشار الدعوي.					
	٥. تيسير متابعة الاستشارة الدعوية.					
	٦. تيسير تقويم العمل الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					
التطلعات المستقبلية للعمل الاستشاري الدعوي	١. تحقيق التميز في التأهيل الدعوي في المجال المعرفي والفكري والمهني.					
	٢. تحقيق الأمن الفكري في المجال الدعوي.					
	٣. تحقيق جودة العمل الدعوي على المستوى الفردي.					
	٤. خدمة المجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي في المجال الاستشاري الدعوي.					
	أخرى: /.....					

قائمة بأسماء الخبراء المشاركين في التصور المقترح

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
١	أ.د. عبدالله بن إبراهيم اللحيدان	أستاذ في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٢	د. أسماء بنت عبدالعزيز الداود** ^(١)	أستاذ مشارك في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ووكيلة عمادة الدراسات العليا.
٣	د. توفيق بن عبدالعزيز السديري**	أستاذ الدراسات العليا في قسم الدعوة، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ووكيل وزارة الشؤون الإسلامية لشؤون المساجد والدعوة والإرشاد.
٤	د. عبيد بنت خالد الشلهوب	محاضرة في قسم الدعوة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ووكيلة قسم الدعوة.
٥	أ.د. عبد الرحيم بن محمد المغذوي	أستاذ الدراسات العليا في قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، بكلية الدعوة وأصول الدين، بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
٦	د. محمود بن عبد الهادي دسوقي	أستاذ مشارك في قسم الحسبة والرقابة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٧	أ. أمل بنت فهد الجليل**	محاضرة في قسم الحسبة والرقابة، بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٨	أ.د. أفنان بنت محمد تلمساني** ^(٢)	أستاذ في قسم الشريعة بجامعة أم القرى .
٩	د. مضايي بنت فهد الغيث	محاضر في قسم الفقه، كلية الشريعة، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٠	أ.أحمد بن عبدالله آل طالب	محاضر في قسم الفقه، كلية الشريعة، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١١	أ.د. نجلاء بنت حمد المبارك	أستاذ في الحديث وعلومه، بجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن.

(١) **: رمز للمشاركين في الجولتين الأولى والثانية فقط.

(٢) *: رمز للمشاركين في الجولة الأولى فقط.

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
١٢	د. رقية بنت مُجَّد العتيق	أستاذ مشارك في قسم الدراسات الإسلامية، بكلية الآداب، بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.
١٣	د. هيلة بنت فهد الهذال	أستاذ مساعد في الحديث وعلومه، بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.
١٤	د. وفاء بنت عبدالعزيز الزامل	أستاذ مساعد في قسم الدراسات الإسلامية، بكلية الآداب، بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.
١٥	د. هيله بنت ضيف اليوسف*	أستاذ مساعد في العقيدة والمذاهب المعاصرة، بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.
١٦	د. ريم بنت خليف الباني	محاضرة في قسم التربية، كلية العلوم الاجتماعية، بجامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، داعية متعاونة مع عدد من المؤسسات الدعوية.
١٧	د. مُجَّد بن أحمد باسودان	وكيل وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد لشؤون التخطيط والتطوير، تخصص إدارة عامة.
١٨	صالح بن عثمان الغامدي*	مدير مكتب الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالفرعة في الباحة.
١٩	عبد الله بن أحمد الهمامي	مدير المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالمشعلية في نجران.
٢٠	حمدي بن مُجَّد العنزي*	مدير المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالبدع في تبوك - وكاتب عدل.
٢١	خميسة علي مُجَّد العيسي*	داعية متعاونة مع عدد من المؤسسات الدعوية، و مرشدة طلابية سابقة في إدارة تعليم الفنفة -
٢٢	فاطمة سليمان الجربوع	متعاونة مع مكتب الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالروضة، والإشراف العام على شبكة منبر التدبر للتعليم عن بعد، وموقع live and love islam.
٢٣	عبد المحسن بن مُجَّد الأحمد*	داعية متعاون مع عدد من المؤسسات الدعوية، وباحث في المجال الطبي.
٢٤	جواهر بنت عبدالعزيز العمر**	رئيسة قسم التأهيل النسائي بجمعية تحفيظ القرآن الكريم بالرياض.
٢٥	هناء بنت مُجَّد النفجان	مديرة مركز تدريب الشمال التابع للجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم بمدينة الرياض.

م	اسم المحكم	المهنة/التخصص
٢٦	شريعة مُجَدَّ العسيري*	مديرة معهد القرآن لإعداد المعلمات بأبها، بكالوريوس دعوة وإعلام.
٢٧	منصور بن مُجَدَّ المقرن	عضو في مجلس إدارة عدة جهات خيرية ودعوية.
٢٨	نوره بنت عبد الرحمن المنصور	عضو متعاون مع بعض المراكز الدعوية، بكالوريوس فقه وأصوله.
٢٩	مريم بنت عبدالله الحسين	مشرفة القسم النسائي على مؤسسة وقف دعوتها.
٣٠	مُجَدَّ بن ناصر البرادي**	رئيس مجلس الإدارة في مركز تبيان العلوم للدراسات والبحوث المتخصص في المجال العلمي والدعوي، وعضو مجلس إدارة الجمعية الخيرية لتطوير وتنمية العمل التطوعي، وعضو اللجنة الاستشارية للمجلس التنسيقي للجمعيات الخيرية بالقصيم .
٣١	أ. فهد بن إبراهيم الفعيم	نائب المشرف العام في مركز ثوابتنا للاستشارات التربوية والتعليمية، ماجستير تخطيط إستراتيجي.
٣٢	أمل بنت زيد المنقور	رئيسة قسم البرامج العامة، وقسم الإعلام الاجتماعي بمركز آسية للاستشارات التربوية والتعليمية بمدينة الرياض.
٣٣	خالد بن عبدالعزيز العواد	مشرف على الاستشارات الأسرية في لجنة التنمية الاجتماعية بحي السويدي في مدينة الرياض.
٣٤	أ. أمل بنت سالمين الثنيان*	أخصائية إجتماعية، ماجستير خدمة اجتماعية، تخصص إدارة وتخطيط.
٣٥	أ.د. عاصم بن طاهر عرب	مدير مركز عاصم عرب للاستشارات الاقتصادية الإدارية البيئية التعدينية.
٣٦	أ. الشيخ الطاهر الفكي عبدالله	مستشار في دار الخبرة للاستشارات الاقتصادية والإدارية، ماجستير ودبلوم عالي في الدعوة والإعلام من جامعة القرآن الكريم بالسودان.
٣٧	د. سامر رضوان أبو رمان*	استاذ زائر كلية السياسة والإدارة - جامعة دلاوير University of Delaware - بالولايات المتحدة، ومدير مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي بالكويت.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الجولة الأولى (أسلوب دلفي)

سعادة الأستاذ/الأستاذة: حفظكم الله (الرجاء تسجيل الاسم ثلاثي والتخصص)

الدرجة العلمية: التخصص:

المهنة/ جهة العمل:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بدراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من أهدافها: تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية، علماً بأنه يُقصد بالاستشارات الدعوية: تقديم الإرشاد والتوجيه الدعوي للمؤسسات والأفراد بمختلف المجالات ذات الصلة بالدعوة إلى الله تعالى، بهدف تنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه؛ لتحقيق الغاية منه.

ونأمل من سعادتكم التكرم بتقديم آرائكم ومقترحاتكم، من خلال مجموعة من الاستبانات المتتابعة، وهذه هي الاستبانة الأولى منها، والمطلوب من سعادتكم الاطلاع على الرؤية المقترحة، وإضافة ما تفترونه مناسباً من الإجراءات والمعايير التي تحقق الهدف في كل مرحلة، وذلك من خلال واقع خبرتكم المهنية والعلمية في المجال الاستشاري والدعوي. مع أهمية تسجيل البيانات الخاصة بكم؛ حتى يتسنى إرسال الاستبانات الأخرى، ويُرجى استيفاء هذه الاستبانة وإعادتها في أقرب فرصة.

شاكرين لكم سلفاً تعاونكم واستجابتكم، وسيكون رأيكم موضع اهتمامنا، والفائدة ستعود بإذن الله على المجتمع ونتمنى لكم التوفيق والسداد.

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

Alneda7@hotmail.com

ج: (٠٥٠٢٩٩٨٠١٣)

* الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي بوضع علامة (✓) في المكان المناسب، وإضافة تعليقكم إن وجد:

المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح.						
التعليق	درجة الموافقة			الصياغة		
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				رؤية التصور المقترح: تحقيق التميز والريادة في تقديم الاستشارات الدعوية.		
				رسالة التصور المقترح: بناء منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية بالملكة العربية السعودية؛ تُقدّم الاستشارات المتخصصة دعوىً للمؤسسات والأفراد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك على أيدي الكفاءات الوطنية المتخصصة، وفق آليات تتسجم مع كافة المجالات الإرشادية، وتراعي الخصوصية لمختلف المجتمعات.		
				أهداف التصور المقترح: ١. البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية. ٢. نشر ثقافة الاستشارة الدعوية في المجتمع. ٣. تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً.		
المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات). * الرجاء إضافة الإجراءات التنفيذية المناسبة من واقع خبرتكم.						
التعليق والإضافة	درجة الموافقة			إجراءات التنفيذ	الأهداف التفصيلية	الهدف العام
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				١. تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية: أ. إنشاء إدارة مستقلة لها صفتها الرسمية والقانونية تابعة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد ^(١) ، تمثل الجهة الرسمية لتقديم الاستشارات الدعوية. ب. السماح لأفراد المجتمع بإنشاء مراكز استشارية دعوية خاصة، مرخص لها من قبل لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، تلتزم بضوابط الجهة الرسمية.	البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية	البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية
			٢. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية: أ. الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية والشرعية في الجامعات السعودية). ب. المراكز الخاصة: (الكفاءة المتميزة من أصحاب الخبرة والتخصص في المجال الدعوي).			
			٣. تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية: أ. يقتصر دور المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة على تقديم خدمات التوعية والإرشاد والتثقيف الدعوي، والمساندة الاستشارية في المجال الدعوي، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة بالعمل الدعوي لكلا الجنسين.			

				ب. التزام مالك المركز الاستشاري الخاص بالإشراف العام على المركز بنفسه، ويكون تحت مسؤوليته المباشرة.
				ج. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين: (١) الحصول على البكالوريوس أو أعلى منها في أحد التخصصات الدعوية أو الشرعية. (٢) الخبرة الدعوية الكافية (تزيد عن خمس سنوات). (٣) الخبرة العملية في تقديم الإرشاد الدعوي: (خمس سنوات فأكثر للحصول على شهادة البكالوريوس، ثلاث سنوات فأكثر للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة فأكثر للحصول على درجة الدكتوراه). (٤) الاتصاف بصفات تؤهله للقيام بمهمة المستشار الدعوي ^(١) . (٥) امتلاك مهارات تسهم في توصيل الرسالة الإرشادية والتوجيهية الدعوية ^(٢) . (٦) أخرى: تذكر/.....
				د. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية. (٢) الاستشارات الفردية في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات. ثانياً: المراكز الخاصة: في مقر المركز الخاص بالحاصل على ترخيص بذلك. أخرى: تذكر/.....
				هـ. أوقات تقديم الاستشارة الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) الخيار الأول: وفق النظام الرسمي للوزارة: (٨ص-٢م). (٢) الخيار الثاني: فترتين، صباحية: (٨ص-٢م)، مساءً: (٤م-٨م).

(١) منها: (الإخلاص، التقوى، العلم، حسن السمعة، الفطنة وجودة الفهم، دقة الملاحظة، استشعار المسؤولية، الخبرة، الواقعية، الحكمة، الأمانة، العدل، الصبر، الحلم، التواصل، الرفق واللين، البشاشة، التضامن والتعاون، علو الهمة،...).

(٢) منها: (الفصاحة والبيان، الاستماع والإنصات، تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها، التخطيط الفعال، القدرة على ترتيب الأولويات، إدارة الوقت، مهارة التدريب،...).

			ثانياً: المراكز الخاصة: فترتين، صباحية: (٨ص-١٢م)، مسائية: (٤-١٠م). و.مجالات الاستشارات الدعوية: الجوانب الدعوية ذات الصلة بالمجالات التالية: (١) المجال الديني. (٢) المجال الأمني. (٣) المجال السياسي. (٤) المجال العسكري. (٥) المجال الاقتصادي (٦) المجال الاجتماعي (٧) المجال الصحي. (٨) المجال التعليمي.. (٩) المجال الإعلامي والثقافي. أخرى: تذكر/.....		
			ز.وسائل تقديم الاستشارات الدعوية. (١) المقابلة الشخصية. (٢) الوسائل الكتابية. (٣) الهاتف. (٤) شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وما يلحق بها. (٥) القنوات الفضائية. (٦) الدراسات الاستشارية. أخرى: تذكر/.....		
			ح. أساليب تقديم الاستشارة الدعوية. (١) القدوة الحسنة. (٢) الحوار. (٣) الإقناع والتأثير. (٤) إثارة الأسئلة والاستفهام. (٥) ضرب المثل. (٦) العصف الذهني (جلسات النقاش). أخرى: تذكر/.....		
			ط. صلاحيات وحدود العمل الاستشاري الدعوي: (١) الإرشاد والتوجيه. (٢) المتابعة: من خلال إعداد ملف لكل حالة من المستفيدين من خدمة الاستشارة، يكون له طابع السرية. (٣) التقويم: بتقويم العمل الاستشاري الدعوي بصورة دورية؛ لتعزيز الإيجابيات، وتجاوز السلبيات. أخرى: تذكر/.....		
			ي. القيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي: (١) التزام عقد الاستشارة عند التعامل مع المؤسسات الدعوية: وهو عقد بين طالب		

				ومقدم الاستشارة. (٢) التقيد بحدود العلاقة الاستشارية. (٣) الوضوح في إعلان المهارات الاستشارية للمستشار. (٤) حق اتخاذ القرار للمستشير. (٥) اقتصار العملية الإرشادية فيما هو داخل في الاختصاص. (٦) مراعاة اختلاف البيئات، والعادات، والأعراف، والمستويات الاجتماعية والمالية. (٧) تناسب ما يحصل عليه المركز الاستشاري الدعوي الخاص، من مقابل مادي مع ما يقدمه من خدمات إرشادية، أو تدريبية، مع مراعاة الدرجة العلمية، والخبرة العملية التي يمتلكها المرشد. أخرى: تذكر/.....		
				١. إعداد برنامج تأهيلي متكامل للمستشار الدعوي المستجد لا تقل مدته عن ثلاثة أشهر، يتضمن الجانبين النظري والتطبيقي. ٢. التدريب على رأس العمل، من خلال مرافقة مستشار دعوي متمكن في فترة لا تقل عن ستة أشهر. ٣. استحداث دبلوم متخصص في الاستشارات الدعوية، يُدرس لخريجي الأقسام الدعوية والشرعية، بضوابط وشروط معينة تشرف عليه المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية. أخرى: تذكر/.....	تأهيل المستشار الدعوي	
				١. استحداث مقرر خاص بالاستشارات الدعوية، يُدرس في مختلف الأقسام في الجامعات الإسلامية. ٢. الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة لبيان أهمية الاستشارات الدعوية وثمراتها. ٣. تقديم تقارير دورية معلنة توضح عدد المستفيدين من الاستشارات الدعوية على المستوى الفردي والمؤسسي. ٤. فتح المجال لاستقبال التساؤلات والاستفسارات عن خدمة الاستشارات الدعوية. أخرى: تذكر.....	التعريف بالاستشارات الدعوية	
				١. إقامة حملات عن الاستشارات الدعوية. ٢. تقديم خدمات استشارية مجانية داخل المؤسسات (التعليمية، والصحية، والأمنية،...)؛ بالتنسيق مع الجهات	التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية	نشر ثقافة الاستشارة الدعوية في المجتمع

				المختصة.		
				٤. إعطاء ميزات ايجابية للمؤسسات الدعوية المستفيدة من الاستشارات الدعوية رسمياً.		
				٥. إشراك المستفيدين من الاستشارات الدعوية في تقويمها وتطويرها، وذلك بصورة دورية كل ثلاث سنوات.		
				أخرى: تذكر/.....		
المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (بعد عشر سنوات). * الرجاء إضافة الإجراءات التنفيذية المناسبة من واقع خبرتكم.						
الهدف العام	الأهداف التفصيلية	إجراءات التنفيذ	درجة الموافقة			التعليق والإضافة
			عالية	متوسطة	ضعيفة	
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي	١. إنشاء موقع إلكتروني رسمي متخصص بالاستشارات الدعوية، يُسهل تواصل المستفيدين من داخل المملكة العربية السعودية وخارجها بالجهات الاستشارية الدعوية.				
		٢. تحديد ضوابط لتوسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي.				
		٣. عرض الخدمات الاستشارية الدعوية في المملكة العربية السعودية على المستوى الإقليمي والعالمي من خلال مكاتب الدعوة في الخارج.				
		٤. فتح المجال لتدريب الكوادر الدعوية من خارج المملكة العربية السعودية للتأهيل الاستشاري.				
		أخرى: تذكر/.....				
	تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية	١. عقد شراكة استشارية لتبادل الخبرات مع جهات استشارية محلية في مختلف المجالات: (الإدارية، الاجتماعية، الأسرية، النفسية،..).				
		٢. المشاركة في المؤتمرات والندوات والفعاليات المختلفة التي تظهر الجودة الاستشارية الدعوية.				
		٣. تشجيع الدراسات المتخصصة في المجال الاستشاري الدعوي، والانتقال من التنظير إلى التطبيق.				
		٤. استحداث كراسي بحث خاصة بالاستشارات الدعوية داخل المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.				
		٥. تطبيق معايير الجودة في العمل الاستشاري الدعوي، واستخدامها في التقويم والتطوير.				
٦. إقامة المسابقات التشجيعية التنافسية بين						

			المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة.		
			٧. تقديم الحوافز المشجعة لافتتاح المراكز الاستشارية الدعوية المتميزة.		
			٨. الاستفادة من الإعلام بمختلف مجالاته في دعم الاستشارات الدعوية وتشجيع الكوادر المتميزة للمشاركة فيها.		
			أخرى: تذكر/.....		
			١. المتابعة المستمرة لمستجدات العصر في خدمة المجال الاستشاري على المستوى العالمي.	مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري	
			٢. الاطلاع على التجارب الاستشارية المتميزة عالمياً والاستفادة منها في تطوير الاستشارات الدعوية.		
			٣. الاستفادة من الخطط الإستراتيجية للمراكز الإستراتيجية المتقدمة على المستوى العالمي.		
			٤. توفير المرافق والتجهيزات المناسبة لتفعيل الاستشارات الدعوية بصورة تخدم الاستخدام الفردي والجماعي؛ بما يتوافق مع التقدم العالمي في المجال الاستشاري.		
			٥. تحديد ميزانية ثابتة لتمويل متطلبات تفعيل الخدمة الاستشارية الدعوية، وتطوير الكوادر العاملة في المجال نفسه.		
			أخرى: تذكر/.....		

المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها.
*** الرجاء إضافة الصعوبات وسبل التغلب عليها من واقع خبرتكم.**

التعليق والإضافة	درجة الموافقة			سبل التغلب على الصعوبات	صعوبات تنفيذ التصور المقترح	صعوبات دعوية
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				١. توضيح أن هدف تفعيل الاستشارات الدعوية رسمياً، لتنظيم العمل الدعوي والارتقاء بمستوى أدائه لتحقيق الغاية منه.	١. مقاومة بعض المؤسسات الدعوية تفعيل الاستشارات الدعوية بصورة رسمية؛ خشية إعاقتها أنشطتهم الدعوية	
				٢. إشراك المؤسسات الدعوية في وضع الخطة الإستراتيجية للاستشارات الدعوية.		
				٣. عقد اللقاءات المفتوحة لإقناع الجهات المستفيدة بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية.		
				أخرى: تذكر/		

						
				١. تحفيز المؤسسات والأفراد العاملين في المجال الدعوي للاستفادة من الاستشارات الدعوية بما يتلاءم مع اهتماماتهم.	٢. عدم تقدم كثير من الدعاة والمؤسسات الدعوية بطلب الاستشارة بحجة الانشغال بالأعمال اليومية الروتينية.	
				٢. تسهيل الاستفادة من الخدمات الاستشارية، والحرص على سرعة الرد وجودة الرأي ودقته. أخرى: تذكر /		
				١. نشر التجارب الاستشارية الناجحة وتوضيح إيجابياتها.	٣. عدم اقتناع بعض الدعاة والمؤسسات الدعوية بجديوى الاستشارة الدعوية في ظل خبراتهم الدعوية	
				٢. الشفافية والوضوح في إعلان خبرات المستشارين الدعويين في المجال الدعوي والاستشاري، وفتح المجال لاختيار المستشار الأنسب لموضوع الاستشارة. أخرى: تذكر /		
				١. اعتماد معايير واضحة ومعلنة في الخطة التشغيلية للعمل الاستشاري الدعوي المؤسسي	١. الافتقار إلى معايير واضحة ومحددة للتحقق من مدى تنفيذ أهداف العمل الاستشاري الدعوي.	
				٢. تقويم العمل الاستشاري الدعوي بصورة دورية ربع سنوية بداية تنفيذ المقترح مع اجراء التعديلات اللازمة.		صعوبات إدارية

				٣. التطبيق الجزئي للمقترح ومتابعة النتائج مع اجراء التعديل المناسب. أخرى: تذكر/	
				١. إبراز الحاجة الفعلية لتفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية.	٢. إقتناع متخذي القرار بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية على النطاق الرسمي.
				٢. توضيح الثمرات المرجوة من تفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى. أخرى: تذكر/	
				١. الاستعانة بتوصيات وترشيحات المختصين في المجال الدعوي والشرعي الأكاديمي.	٣. اختيار الأعضاء المناسبين لتفعيل الاستشارات الدعوية.
				٢. تنفيذ اختبارات مقننة، ومقاييس واقعية للتأكد من الكفاءات المتقدمة للعمل في المجال الاستشاري الدعوي. أخرى: تذكر/	
				١. الاستفادة من المدرين المعتمدين في المجال الاستشاري بصورة عامة.	٤. الافتقار إلى إستراتيجية محددة لإعداد وتدريب القيادات الاستشارية قبل الخدمة وأثناءها.
				٢. الاطلاع على التجارب الناجحة في مجال التخطيط الإستراتيجي لإعداد وتدريب الكوادر المتميزة. أخرى: تذكر/	

صعوبات نظامية	١. الإجراءات المتبعة لاعتماد استحداث إدارة رسمية، لم تتضمنها اللوائح والأنظمة.	الاستفادة من التجارب المماثلة في استحداث وتغيير بعض الأنظمة المتبعة في مختلف الوزارات ^(١) . أخرى: تذكر /			
	٢. كبر حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم.	١. البدء التدريجي بالقطاع الرسمي ثم الخاص، وفي الفرع الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.			
		٢. الاستفادة من الأنظمة المعتمدة لجهات استشارية رسمية مماثلة في البناء التنظيمي للاستشارات الدعوية.			
		٣. الاستفادة من الدراسة الحالية في التنظيم للعمل الاستشاري الدعوي في ضوء آراء الخبراء المشاركين في التصور المقترح. أخرى: تذكر /			
صعوبات مجتمعية	١. عدم تقبل المجتمع للاستشارات الدعوية واستشعار أهميتها.	١. التكثيف الإعلامي المدروس لنشر ثقافة الاستشارة الدعوية قبل البدء في التفعيل.			
		٢. تضافر جهود الخبراء المختصين في المجال الاستشاري الدعوي في تنظيم العمل والتمهيد لنقله للعمل المؤسسي.			

(١) مثل: اللانحة التنظيمية لمراكز الارشاد الأسري الأهلية، الصادرة في شهر ذي الحجة عام ١٤٣٣ هـ، وذلك في وزارة العمل والتنمية الاجتماعية.

				أخرى: تذكر/		
				١. الجدية في تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي في بداية انطلاقته، والتقييد بأنظمتها.	٢. عدم التزام أفراد المجتمع بالأنظمة المتبعة للاستفادة من الاستشارة الدعوية.	
				٢. الاعتناء بجانب العلاقات العامة عند تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي لضمان استمراريته. أخرى: تذكر/		
				١. الاستفادة من الإمكانيات المتاحة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد (بعض المرافق، والكوادر، والاتفاقيات المشتركة مع مكاتب الخبرة التابعة للجامعات، ..) مدة التأسيس.	١. الاحتياج إلى ميزانية عالية لتمويل المشروع، وتنميته.	
				٢. الاستفادة من الخبراء في المجال الاستشاري الاقتصادي، لتحديد التكلفة المادية المتوقعة، وكيفية توفير التمويل المستمر. أخرى: تذكر/		صعوبات مالية
				١. اختيار حوافز مادية ومعنوية مناسبة مع الخدمة المقدمة من قبل المستشار الدعوي والخبرات التي يمتلكها.	٢. قلة الحوافز المادية والمعنوية لمقدمي الاستشارات الدعوية.	

ملحق (٩): نموذج استمارة التصور المقترح (الجولة الأولى) بصورته النهائية.

				٢. الاستفادة من التجارب المماثلة في المجالات الاستشارية الأخرى باقتراح الحوافز. أخرى: تذكر/		

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الجولة الثانية (أسلوب دلفي)

سعادة الأستاذ/الأستاذة (الخبير): حفظكم الله (الرجاء تسجيل الاسم ثلاثي والتخصص)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أشكر لكم جهودكم، واستمرار سعادتكم بالمشاركة في تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية كأحد الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي، ضمن دراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، والذي كان لملاحظاتكم وآرائكم في الجولة الأولى الأثر الكبير في بناء وتطوير بنود التصور المقترح، ويسرني أن أضع بين أيديكم الجولة الثانية لهذه التصور باستخدام أسلوب دلفي، والتي تتضمن نتائج الجولة الأولى، وهي على النحو التالي:

أولاً / عبارات تم قبولها: عبارات نسبة الموافقة لها من (٩٠) بالمئة فأعلى، وهي عبارات ذكرت للاطلاع، ولا تحتاج إلى

تقييم مرة أخرى من قبل الخبراء المشاركين، وقد تم تظليلها.

ثانياً / عبارات تم حذفها: عبارات نسبة الموافقة لها أقل من (٨٥) بالمئة.

ثالثاً / عبارات تحتاج إعادة تقييم من قبل الخبراء المشاركين، وهي إما:

• عبارات نسبة الموافقة لها أقل من (٩٠) بالمئة.

• عبارات أعيدت صياغتها من قبل بعض الخبراء المشاركين.

• عبارات تمت إضافتها من قبل عدد من الخبراء المشاركين، يستلزم التعرف على رأي الخبراء المشاركين حولها.

وختاماً أكرر شكري لكم على حسن تعاونكم واستجابتكم وبذلكم وقتكم الثمين، سائلين المولى لكم التوفيق

والسداد ،،،

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

Alneda7@hotmail.com

ج: (٠٥٠٢٩٩٨٠١٣)

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي بوضع علامة (✓) في المكان المناسب - عدا العبارات المظللة - ، وإضافة تعليقكم إن وجد:**

المحور الأول: صياغة رؤية، ورسالة، وأهداف التصور المقترح.						
التعليق	درجة الموافقة			الصياغة		
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				رؤية التصور المقترح: التميز في تقديم الاستشارات الدعوية.		
				رسالة التصور المقترح: منظومة متطورة في إدارة الاستشارات الدعوية؛ تُعنى بتنظيم وتقديم الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك على أيدي الكفاءات المتخصصة، وفق آليات تتسجم مع كافة المجالات الإرشادية، وتراعي الخصوصية لأعراف المجتمعات.		
				أهداف التصور المقترح: ١. البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية.		
				٢. نشر ثقافة الاستشارة الدعوية بين المؤسسات والأفراد.		
				٣. تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً.		
المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات).						
التعليق والإضافة	درجة الموافقة			إجراءات التنفيذ	الأهداف التفصيلية	الهدف العام
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				١. تحديد جهات تقديم الاستشارات الدعوية: أ. إنشاء إدارة لها صفتها الرسمية والقانونية تابعة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد ^(١) ، تمثل الجهة الرسمية لتقديم الاستشارات الدعوية، والإشراف عليها.	البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية	البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية
				ب. منح تصريح للمتقدمين من ذوي التخصص الدعوي بإنشاء مراكز استشارية دعوية خاصة، مرخص لها من قبل وزارة الشؤون الإسلامية، تلتزم بضوابط الجهة الرسمية.		
				٢. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية: أ. الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية بالجامعات السعودية).		
				ب. المراكز الخاصة: (الكفاءة المتميزة من أصحاب الخبرة والتخصص في المجال الدعوي).		
				٣. تحديد الضوابط والأنظمة للاستشارات الدعوية: أ. يُحدد دور المراكز الاستشارية الدعوية الرسمية والخاصة بتقديم خدمات التوعية والإرشاد والتثقيف الدعوي، والمساندة الاستشارية في المجال الدعوي، وعقد الندوات العلمية، والدورات التدريبية والتأهيلية، وورش العمل ذات العلاقة		

(١) إدارة مستقلة في وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، لا تنبثق من أي إدارة من إدارات الوزارة؛ لتكون لها خصوصيتها في اللوائح والأنظمة.

				بالعمل الدعوي، إلى جانب الأبحاث والدراسات الاستشارية الدعوية.
				ب. التزام مالك المركز الاستشاري الخاص بالإشراف العام على المركز بنفسه، ويكون تحت مسؤوليته المباشرة.
				ج. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين: (١) الحصول على درجة البكالوريوس كحد أدنى في التخصص الدعوي.
				(٢) أن يكون لديه خبرة في المجال الدعوي: (خمس سنوات كحد أدنى للحصول على درجة البكالوريوس، ثلاث سنوات كحد أدنى للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة كحد أدنى للحصول على درجة الدكتوراه).
				(٣) اجتياز المقابلة الشخصية؛ التي يتم فيها التأكد من امتلاك المستشار مقومات العمل الدعوي ^(١) .
				د. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية ^(٢) .
				(٢) الاستشارات الفردية: في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ^(٣) .
				ثانياً: المراكز الخاصة: في مقر المركز الخاص بالحاصل على ترخيص بذلك.
				ثالثاً: إدارة الأقسام والمعاهد والجمعيات الدعوية بالجامعات.
				رابعاً: إدارة الاستشارات الدعوية عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة، ووسائل التواصل الاجتماعي؛ بالتناوب بين المستشارين الدعويين.
				هـ. أوقات تقديم الاستشارة الدعوية: أولاً: الإدارة الرسمية: (١) فترتين، صباحية: (٨ص-١٢م)، مسائية: (٤م-٨م).
				(٢) على مدار الساعة عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة، ووسائل التواصل الاجتماعي.

(١) منها: (العلم، حسن الخلق، حسن السمات، الفطنة وجودة الفهم، دقة الملاحظة، استشعار المسؤولية، الخبرة، الواقعية، التضامن والتعاون، علو الهمة، الفصاحة والبيان، الاستماع والإنصات، تحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها، التخطيط الفعال، القدرة على ترتيب الأولويات، إدارة الوقت، مهارة التدريب، القدرة على التعامل مع أصناف المدعوين،...).

(٢) في المرحلة الأولية لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير أماكن مخصصة مستقلة بذاتها؛ بواقع مركز واحد في كل منطقة من مناطق المملكة العربية السعودية كحد أدنى بحسب حجم المنطقة واحتياجها.

(٣) في المرحلة الأولية لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير مركز فرعية في مدن ومحافظة مناطق المملكة العربية السعودية، على غرار الجمعيات الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم.

			ثانياً: المراكز الخاصة: فترتين، صباحية: (٨ص-١٢م)، مسائية: (٤-١٠م).
			و. مجالات الاستشارات الدعوية: الجوانب الدعوية ذات الصلة بالمجالات التالية:
			(١) المجال الشرعي.
			(٢) المجال الأمني والفكري.
			(٣) المجال التعليمي والتربوي.
			(٤) المجال الاجتماعي والأسري.
			(٥) المجال الإعلامي والثقافي.
			(٦) المجال الاقتصادي.
			ز. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية:
			(١) المقابلة الشخصية وفق الضوابط الشرعية.
			(٢) الوسائل الكتابية.
			(٣) الهاتف.
			(٤) شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وما يلحق بها (المواقع الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي،...).
			(٥) القنوات الفضائية.
			(٦) الدراسات الاستشارية.
			ح. أساليب تقديم الاستشارة الدعوية.
			(١) القدوة الحسنة.
			(٢) الحوار.
			(٣) الإقناع والتأثير.
			(٤) إثارة الأسئلة والاستفهام.
			(٥) ضرب المثل.
			(٦) العصف الذهني (جلسات النقاش).
			ط. صلاحيات وحدود العمل الاستشاري الدعوي:
			(١) الإرشاد والتوجيه.
			(٢) المتابعة: وفق حاجة المستفيد.
			(٣) التقويم: بتقويم العمل الدعوي؛ لتعزيز الإيجابيات، وتجاوز السلبيات.
			ي. القيم والضوابط المهنية للعمل الاستشاري الدعوي:
			(١) التزام عقد الاستشارة عند التعامل مع المؤسسات الدعوية: وهو عقد بين طالب ومقدم الاستشارة.
			(٢) التقيد بحدود العلاقة الاستشارية وفق الضوابط الشرعية.
			(٣) الوضوح في إعلان المهارات الاستشارية للمستشار.
			(٤) حق اتخاذ القرار للمستشير.
			(٥) اقتصار العملية الإرشادية فيما هو داخل في الاختصاص، والفصل بينها وبين مجالات أخرى: (الاستشارات الشرعية، الإفتاء، الاستشارات الأسرية،..).
			(٦) مراعاة اختلاف البيئات، والعادات،

				والأعراف، والمستويات الاجتماعية والمالية.		
				(٧) تناسب ما يحصل عليه المركز الاستشاري الدعوي الخاص، من مقابل مادي مع ما يقدمه من خدمات إرشادية، أو تدريبية، مع مراعاة الدرجة العلمية، والخبرة العملية التي يمتلكها المرشد.		
				١. إعداد برنامج تأهيلي متكامل للمستشار الدعوي المستجد لا تقل مدته عن ثلاثة أشهر، يتضمن الجانبين النظري والتطبيقي.	تأهيل المستشار الدعوي	
				٢. التدريب على رأس العمل، من خلال مرافقة مستشار دعوي متمكن في فترة لا تقل عن ثلاثة أشهر.		
				٣. استحداث دبلوم متخصص في الاستشارات الدعوية، يُدرس لخريجي الأقسام الدعوية، بضوابط وشروط معينة تشرف عليه المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.		
				١. إنشاء موقع إلكتروني رسمي متخصص بالاستشارات الدعوية، يُسهل تواصل المستفيدين بالجهات الاستشارية الدعوية.	التعريف بالاستشارات الدعوية	نشر ثقافة الاستشارة الدعوية بين المؤسسات والأفراد
				٢. استحداث مقرر خاص بالاستشارات الدعوية، يُدرس في الأقسام الدعوية في الجامعات.		
				٣. الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة لبيان أهمية الاستشارات الدعوية وثمراتها.		
				٤. تقديم تقارير دورية معلنة توضح أعداد المستفيدين من الاستشارات الدعوية، ومجالاتها على المستوى الفردي والمؤسسي.		
				٥. فتح المجال لاستقبال التساؤلات والاستفسارات عن خدمة الاستشارات الدعوية.		
				١. إقامة حملات تثقيفية عن أهمية الاستشارات الدعوية للمؤسسات والأفراد.	التهيئة لتقبل الاستشارات الدعوية	
				٢. تقديم خدمات استشارية مجانية داخل المؤسسات (التعليمية، والصحية، والأمنية،...؛ بالتنسيق مع الجهات المختصة.		
				٣. إعطاء ميزات إيجابية للمؤسسات الدعوية المستفيدة من الاستشارات الدعوية رسمياً.		
المحور الثالث: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى البعيد (بعد عشر سنوات).						
الهدف العام	الأهداف التفصيلية	إجراءات التنفيذ			درجة الموافقة	
		التعليق والإضافة	عالية	متوسطة	ضعيفة	
تحقيق جودة تقديم الاستشارات الدعوية محلياً وإقليمياً وعالمياً	توسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي	١. تفعيل الموقع الإلكتروني الرسمي للمنظومة بمختلف اللغات.				
		٢. تحديد الضوابط لتوسيع الخدمة الاستشارية الدعوية على النطاق الإقليمي والعالمي.				
		٣. عرض الخدمات الاستشارية الدعوية في				

			المملكة العربية السعودية على المستوى الإقليمي والعالمي من خلال الموقع الإلكتروني الرسمي، والمراكز المختصة في الخارج.		
			٤. فتح المجال لتدريب الكوادر الدعوية من خارج المملكة العربية السعودية للتأهيل الاستشاري.		
			١. عقد شراكة استشارية لتبادل الخبرات مع جهات استشارية محلية وإقليمية وعالمية في مختلف المجالات: (الإدارية، الاجتماعية، الأسرية، النفسية،..).	تحقيق الجودة الاستشارية المنافسة لمختلف المجالات الاستشارية	
			٢. المشاركة في المؤتمرات والندوات والفعاليات المختلفة التي تظهر الجودة الاستشارية الدعوية.		
			٣. تشجيع الدراسات المتخصصة في المجال الاستشاري الدعوي، والانتقال من التنظير إلى التطبيق.		
			٤. استحداث كراسي بحث خاصة بالاستشارات الدعوية داخل المعاهد والكليات الدعوية في الجامعات السعودية.		
			٥. تطبيق معايير الجودة في العمل الاستشاري الدعوي، واستخدامها في التقييم والتطوير.		
			٦. إشراك المستفيدين من الاستشارات الدعوية في تقييمها وتطويرها.		
			٧. تقديم الحوافز المشجعة لافتتاح المراكز الاستشارية الدعوية المتميزة.		
			٨. الاستفادة من الإعلام بمختلف مجالاته في دعم الاستشارات الدعوية وتشجيع الكوادر المتميزة للمشاركة فيها.		
			١. المتابعة المستمرة لمستجدات العصر في خدمة المجال الاستشاري على المستوى العالمي.	مواكبة التطور العالمي في المجال الاستشاري	
			٢. الاطلاع على التجارب الاستشارية المتميزة عالمياً والاستفادة منها في تطوير الاستشارات الدعوية.		
			٣. الاستفادة من الخطط الإستراتيجية للمراكز الإستراتيجية المتقدمة على المستوى العالمي.		
			٤. توفير المرافق والتجهيزات المناسبة لتفعيل الاستشارات الدعوية بصورة تخدم الاستخدام الفردي والجماعي؛ بما يتوافق مع التقدم العالمي في المجال الاستشاري.		
			٥. تحديد ميزانية لتمويل متطلبات تفعيل الخدمة الاستشارية الدعوية، وتطوير الكوادر العاملة في المجال نفسه.		
			٦. تصدير التجارب الناجحة ذات المنظور الإسلامي في المجال الاستشاري الدعوي على المستوى العالمي.		

المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها.						
التعليق والإضافة	درجة الموافقة			سبل التغلب على الصعوبات	صعوبات تنفيذ التصور المقترح	
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				الاستفادة من التجارب المماثلة في استحداث وتغيير بعض الأنظمة المتبعة في مختلف الوزارات ^(١) .	١. الإجراءات المتبعة لاعتماد استحداث إدارة رسمية، لم تتضمنها اللوائح والأنظمة.	صعوبات نظامية
				١. البدء التدريجي بالقطاع الرسمي؛ بتطبيقه ابتداء في الفرع الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.	٢. اتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم.	
				٢. الاستفادة من الأنظمة المعتمدة لجهات استشارية رسمية مماثلة في البناء التنظيمي للاستشارات الدعوية.		
				٣. الاستفادة من الدراسة الحالية في التنظير للعمل الاستشاري الدعوي في ضوء آراء الخبراء المشاركين في التصور المقترح.		
				١. اعتماد معايير واضحة ومعلنة في الخطة التشغيلية للعمل الاستشاري الدعوي المؤسسي.	١. عدم وجود معايير واضحة ومحددة للتحقق من مدى تنفيذ أهداف العمل الاستشاري الدعوي.	صعوبات إدارية
				٢. تقويم العمل الاستشاري الدعوي بصورة دورية ربع سنوية بداية تنفيذ المقترح مع اجراء التعديلات اللازمة.		
				٣. التطبيق الجزئي للمقترح ومتابعة		

(١) مثل: اللائحة التنظيمية لمراكز الارشاد الأسري الأهلية، الصادرة في شهر ذي الحجة عام ١٤٣٣ هـ، وذلك في وزارة العمل والتنمية الاجتماعية.

النتائج مع اجراء التعديل المناسب.					
١. رفع تقارير إحصائية تبرز الحاجة الفعلية لتفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية.				٢. عدم اقتناع متخذي القرار بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية على النطاق الرسمي.	
٢. توضيح الثمرات المرجوة من تفعيل وتنظيم الاستشارات الدعوية على المستوى المؤسسي والفردى.					
١. الاستعانة بتوصيات وترشيحات المختصين في المجال الدعوي الأكاديمي.				٣. اختيار الأعضاء المناسبين لتفعيل الاستشارات الدعوية.	
٢. تنفيذ اختبارات مقننة، ومقاييس واقعية للتأكد من الكفاءات المتقدمة للعمل في المجال الاستشاري.					
٣. استقطاب الكفاءات الناجحة في العمل الدعوي من خلال المكاتب والمراكز ذات العلاقة بالعمل الدعوي.					
١. الاستفادة من المدربين المعتمدين في المجال الاستشاري بصورة عامة.				٤. عدم وجود إستراتيجية محددة لإعداد وتدريب القيادات الاستشارية قبل الخدمة وأثناءها.	
٢. الاطلاع على التجارب الناجحة في مجال التخطيط الإستراتيجي لإعداد وتدريب الكوادر المتميزة.					
١. توضيح أن هدف تفعيل الاستشارات الدعوية رسمياً، لتنظيم العمل الدعوي والارتقاء				١. مقاومة بعض المؤسسات الدعوية تفعيل الاستشارات الدعوية بصورة	صعوبات دعوية

				بمستوى أدائه لتحقيق الغاية منه.	رسمية؛ خشية إعاقتها أنشطتهم الدعوية.	
				٢. إشراك المؤسسات الدعوية في وضع الخطة الإستراتيجية للاستشارات الدعوية.		
				٣. عقد اللقاءات المفتوحة لإقناع الجهات المستفيدة بأهمية تفعيل الاستشارات الدعوية.		
				١. تحفيز المؤسسات والأفراد العاملين في المجال الدعوي للاستفادة من الاستشارات الدعوية بما يتلاءم مع اهتماماتهم.	٢. عدم تقدم كثير من الدعاة والمؤسسات الدعوية بطلب الاستشارة بحجة الانشغال بالأعمال اليومية الروتينية.	
				٢. تسهيل الاستفادة من الخدمات الاستشارية، والحرص على سرعة الرد وجودة الرأي ودقته.		
				١. نشر التجارب الاستشارية الناجحة وتوضيح إيجابياتها.	٣. عدم اقتناع بعض الدعاة والمؤسسات الدعوية بجدوى الاستشارة الدعوية في ظل خبراتهم الدعوية.	
				٢. الشفافية والوضوح في إعلان خبرات المستشارين الدعويين في المجال الدعوي والاستشاري، وفتح المجال لاختيار المستشار الأنسب لموضوع الاستشارة.		
				١. التكتيف الإعلامي المدروس لنشر ثقافة الاستشارة الدعوية قبل البدء في التفعيل.	١. عدم تقبل المجتمع للاستشارات الدعوية واستشعار أهميتها.	
				٢. تضافر جهود الخبراء المختصين في المجال		صعوبات مجتمعية

				الاستشاري الدعوي في تنظيم العمل والتمهيد لنقله للعمل المؤسسي.		
				١. التقيد بأنظمة تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي منذ بداية انطلاقته.	٢. عدم التزام أفراد المجتمع بالأنظمة المتبعة للاستفادة من الاستشارة الدعوية.	
				٢. الاعتناء بجانب العلاقات العامة عند تفعيل العمل الاستشاري الدعوي المؤسسي لضمان استمراره.		
				٣. النمذجة الإلكترونية للأنظمة؛ لتكون متاحة لاطلاع الجميع.		
				١. الاستفادة من الإمكانيات المتاحة لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد (بعض المرافق، والكوادر، والاتفاقيات المشتركة مع مكاتب الخبرة التابعة للجامعات، ..) مدة التأسيس.	١. الاحتياج إلى ميزانية عالية لتمويل المشروع، وتنميته.	
				٢. الاستفادة من الخبراء في المجال الاستشاري الاقتصادي، لتحديد التكلفة المادية المتوقعة، وكيفية توفير التمويل المستمر.		
				١. اختيار حوافز مادية ومعنوية مناسبة مع الخدمة المقدمة من قبل المستشار الدعوي	٢. قلة الحوافز المادية والمعنوية لمقدمي الاستشارات الدعوية.	صعوبات مالية

				والخبرات التي يمتلكها.		
				٢. الاستفادة من التجارب المماثلة في المجالات الاستشارية الأخرى باقتراح الحوافز.		
				٣. فتح باب التطوع لتقديم الاستشارات الدعوية وفق الضوابط المحددة.		

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الجولة الثالثة (أسلوب دلفي)

سعادة الأستاذ/الأستاذة (الخبير): حفظكم الله (الرجاء تسجيل الاسم ثلاثي والتخصص)
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أشكر لكم جهودكم، واستمرار سعادتكم بالمشاركة في تقديم تصور مقترح للاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية كأحد الخبراء في المجال الاستشاري والدعوي، ضمن دراسة تقويمية استشرافية، بعنوان: "الاستشارات الدعوية في المملكة العربية السعودية" لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، والذي كان لملاحظاتكم وآرائكم في الجولة الثانية الأثر الكبير في بناء وتطوير بنود التصور المقترح، ويسرني أن أضع بين أيديكم الجولة الثالثة والأخيرة لهذه التصور باستخدام أسلوب دلفي، والتي تتضمن نتائج الجولة الثانية، وهي على النحو التالي:

أولاً / عبارات تم قبولها: عبارات نسبة الموافقة لها من (٩٠) بالمئة فأعلى، وهي عبارات لا تحتاج إلى تقييم مرة أخرى من قبل الخبراء المشاركين؛ لذا لم يتم إيرادها.

ثانياً / عبارات تم حذفها: عبارات نسبة الموافقة لها أقل من (٨٥) بالمئة، أو تم إعادة النظر فيها، وتمثلت في عبارتين فقط، وهي: (المجال الاقتصادي ضمن المجالات الاستشارية الدعوية، فتح باب التطوع لتقديم الاستشارات الدعوية وفق الضوابط المحددة ضمن سبل التغلب على الصعوبات المالية).

ثالثاً / عبارات تحتاج إعادة تقييم من قبل الخبراء المشاركين، وهي عبارات نسبة الموافقة لها أقل من (٩٠) بالمئة.

وختاماً أكرر شكري لكم على حسن تعاونكم واستجابتكم وبذلكم وقتكم الثمين، سائلين المولى لكم التوفيق
والسداد،،،،

الباحثة: نداء بنت سالم السويلم

Alneda7@hotmail.com

ج: (٠٥٠٢٩٩٨٠١٣)

*** الرجاء اختيار ما يوافق رأيكم الشخصي بوضع علامة (✓) في المكان المناسب -عدا العبارات المظللة-، وإضافة تعليقكم إن وجد:**

المحور الثاني: إجراءات تنفيذ التصور المقترح على المدى القريب والمتوسط (من سنة إلى عشر سنوات).						
الهدف العام	الأهداف التفصيلية	إجراءات التنفيذ	درجة الموافقة			التعليق والإضافة
			عالية	متوسطة	ضعيفة	
البناء التنظيمي والإداري للاستشارات الدعوية	البناء المؤسسي للاستشارات الدعوية	١. اختيار مؤسسي إدارة الاستشارات الدعوية: الجهة الرسمية: (الكفاءة المتميزة من موظفي الوزارة، ونخبة من أعضاء هيئة التدريس في الأقسام الدعوية بالجامعات السعودية والمختصين في المجالات الدعوية).				
		٢. شروط اختيار المستشارين الدعويين من الجنسين: أ. الحصول على درجة ماجستير كحد أدنى في التخصص الدعوي، ويستثنى من ذلك من يحمل خبرة نوعية متخصصة في المجال.				
		ب. أن يكون لديه خبرة في المجال الدعوي: (ثلاث سنوات كحد أدنى للحصول على درجة الماجستير، سنة واحدة كحد أدنى للحصول على درجة الدكتوراه).				
		٣. مقر تقديم الاستشارات الدعوية: الإدارة الرسمية: ب. الاستشارات المؤسسية: في مقر مخصص داخل كل فرع رئيس من فروع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية ^(١) .				
		ب. الاستشارات الفردية: في كافة المكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات ^(٢) .				
		٤. مجالات الاستشارات الدعوية: الجوانب الدعوية ذات الصلة بالمجالات التالية: أ. المجال الشرعي.				
		ب. المجال الأمني والفكري.				
		ج. المجال التعليمي والتربوي.				
		د. المجال الاجتماعي والأسري.				
		هـ. المجال الإعلامي والثقافي.				
		٥. وسائل تقديم الاستشارات الدعوية: أ. المقابلة الشخصية في المكاتب الاستشارية الدعوية ^(٣) .				

(١) في المرحلة الأولية لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير أماكن مخصصة مستقلة بذاتها؛ بواقع مركز واحد في كل منطقة من مناطق المملكة العربية السعودية كحد أدنى بحسب حجم المنطقة واحتياجها.

(٢) في المرحلة الأولية لتطبيق المشروع إلى أن يتم توفير مركز فرعية في مدن ومحافظات مناطق المملكة العربية السعودية، على غرار الجمعيات الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم.

(٣) بحيث تكون المكاتب الاستشارية الدعوية المخصصة للنساء مستقلة عن المكاتب الاستشارية الدعوية المخصصة للرجال.

				تدريس مقرر يخدم الاستشارات الدعوية، بالأقسام الدعوية في الجامعات السعودية.	بالاستشارات الدعوية، نشر ثقافة الاستشارة الدعوية بين المؤسسات والأفراد	
المحور الرابع: الصعوبات التي قد تواجه تنفيذ التصور المقترح، وسبل التغلب عليها.						
التعليق والإضافة	درجة الموافقة			سبل التغلب على الصعوبات	صعوبات تنفيذ التصور المقترح	
	ضعيفة	متوسطة	عالية			
				البدء التدريجي بإنشاء إدارة للاستشارات الدعوية في المقر الرئيس لوزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.	اتساع حجم المشروع، الشامل للقطاع الرسمي والخاص، والذي يتطلب جهداً كبيراً في التخطيط والتنظيم.	صعوبات نظامية
