

## الفصل الثالث

### التخطيط والتنسيق للدعوة الإسلامية

- من يقوم بالتخطيط الدعوى .
- أهمية التخطيط للدعوة الإسلامية .
- أنواع التخطيط الدعوى ومفهومه .
- مراحل عملية التخطيط الدعوى .
- متطلبات أساسية لنجاح التخطيط الدعوى .

obeikandi.com

من يقوم بالتخطيط الدعوى :.

بالنسبة لسياسات الاتصال بصورة عامة فقد بدأ الإحساس بأهمية وضع سياسات للاتصال منذ عام ١٩٦٩ حين بدأت اليونسكو تتعرض لهذا الموضوع بشكل محدود.. وفي عام ١٩٧٢ دعت أعضائها لوضع سياسات للاتصال كما بدأت في نشر سلسلة من الدراسات عن سياسات الاتصال الوظيفية في دول العالم منذ عام ١٩٧٤ ، وذلك بهدف توعية الدول الأعضاء بمفهوم سياسات الاتصال على كافة المستويات ، حكومية ومؤسسية ومهنية وذلك عن طريق تحليل السياسات القائمة فعلاً في الدول الأعضاء .

وعقد اليونسكو لذلك خمس مؤتمرات دولية حكومية لمناقشة سياسات الاتصال في دول العالم الثالث بدأت بمؤتمر سياسات الاتصال في أمريكا اللاتينية سنة ١٩٧٦ ثم مؤتمر سياسات الاتصال في آسيا سنة ١٩٧٩ ثم مؤتمرات في أفريقيا عام ١٩٨٠ . وفي عام ١٩٨٣ عقد في عمان المؤتمر الخامس لسياسات الإعلام والاتصال في الدول العربية .

وبالنسبة لأوروبا عقدت ندوة تحت رعاية معهد الاتصال الدولي في مايو ١٩٧٣ لمناقشة سياسات الاتصال بها .

وفي مجال سياسات الإعلام الإسلامي.. قدمت جامعة الدول العربية ورقة عمل للمؤتمر الأول للإعلام الإسلامي في سبتمبر ١٩٨٠ ، ذكرت فيها أن الإعلام الإسلامي ينبغي أن يتناول ثلاثة محاور أساسية هي :-

١- التعريف بالقيم والمبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإسلام ، وتقديم النماذج الإسلامية في الحياة الإنسانية ووجوه عطائه الحضارى وما يميزه بشكل واضح معين على الفهم والرؤية.. والمساهمة الفعالة في

مسيرة الحضارة الإنسانية على ضوء الإسلام وبهدى من تعاليمه  
السمحة.

٢- دراسة واقعا الإسلامى بصورة موضوعية ، وتحليل العوامل التى أدت  
بالمجتمعات الإسلامية إلى القعود والضعف والتخلف . وتحديد متطلبات  
الدفع لتصحيح مسار الأمة الإسلامية إلى الأصالة والتجديد والقوة  
والعطاء .

٣- التعمق فى دراسة التحديات الحضارية المعاصرة للإسلام وللأمة  
الإسلامية والتصدى فى منهجية للحملات الإعلامية المعادية والمعرضة  
وبالخصوص فى القضايا السياسية والدينية .

كما وضعت منظمة إذاعات الدول الإسلامية تصوراً للقضايا  
والموضوعات التى يمكن للإستراتيجية الإعلامية أن تطرحها<sup>٢</sup> .

كما صدر عن الدورة الخامسة للجنة الدائمة للإعلام التى عقدت بداكار  
بالسنغال فى مارس ١٩٩٦ مجموعة الخطوط العريضة لإستراتيجية الإعلام  
الإسلامى التى اعتمدها المؤتمر الإسلامى الثالث بناء على التصور العام  
للإستراتيجية الإعلامية للبلدان الإسلامية الذى قدمته المملكة العربية  
السعودية واعتمده المؤتمر الأول لوزراء الإعلام العرب والذى انعقد فى جدة  
أكتوبر ١٩٨٨ ونصت على أن تقوم الاستراتيجية الإسلامية للدول الإسلامية  
على دعامين أساسيين ، الدعامة الأولى هى القرآن الكريم الذى نزل به  
الروح الأمين على رسول الإسلام محمد صلى الله عليه وسلم ، ليرشد الناس  
كافة إلى ما يجب أن يأخذوا به أنفسهم ، ويقوموا به حياتهم ، ويكونوا به  
مجتمعاتهم على الوجه الذى يحقق لهم العزة والمنعة والإخاء والتقدم ، تحقيقاً  
لقوله تعالى : {الر كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ  
بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ} .سورة إبراهيم آية ١ .

ولقوله تعالى: {إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّذِي هِيَ أَقْوَمُ} .سورة الإسراء آية ٩ .  
ولقوله تعالى : {إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ} .سورة يوسف آية ١٠٤ .  
ولقوله عز من قائل: {وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ بَيِّنَاتٍ لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً  
وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ} . سورة النحل آية ٨٩ .

والدعامة الثانية هي السنة النبوية الشريفة بما تتضمنه من المبادئ  
والقيم الأصيلة التي ترفع من شأن الإنسان ، حيث يهتدى بأعظم قدوة  
بعثها الله رحمة للعالمين<sup>٣</sup> .

وفي الفترة من ٢٦ إلى ٢٩ مايو ٢٠٠٢ عقد التجمع الإسلامي في  
أمريكا الشمالية مؤتمراً تحت عنوان "معالم للمستقبل الإسلامي.. للمساهمة  
في توجيه المسيرة المستقبلية للعمل الإسلامي من خلال :-  
أولاً: العمل على إجراء مراجعة ناقدة في مجالي الفكر والممارسة ، صريحة  
مع النفس والناس ، تعرف بمواطن القوة ، وتدعو لاستمرارها وتأييدها  
وتوجيهها . وتعرف بنقاط الضعف ، وتضئ الطريق للصواب . فهو  
نقد يؤيد الحق الموجود ، ويدعو لتدارك الضعف والتقصير . والوقوف  
على التجارب، ودراستها ، وتقييمها كخير وسيلة للمعرفة ، ولتوجيه  
الامة لمرحلة أقوى وأرشد .

ثانياً : تحديد مقاصد العمل الإسلامي ووضع المعالم الرئيسية للمستقبل  
الإسلامي بين أيدي من يهمهم عزة الإسلام ونشره في العالم ، وتحقيق  
إنقاذه للبشرية من الضلال ، وبيان المكاسب التي تكسبها الإنسانية من  
معرفة وتطبيق دين الله<sup>٤</sup> .

وفي ٦ أبريل ٢٠٠٢ دعت الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي إلى  
عقد المؤتمر العام الرابع بهدف توثيق الصلات بين الهيئات والمنظمات

الإسلامية في العالم وتطوير سبل التعاون لما فيه خدمة الدعوة الإسلامية وتوحيد صفوف المسلمين .

ولدراسة المشكلات التي تتعرض لها المجتمعات الإسلامية في العالم وتدارس ما تواجهه الدعوة الإسلامية من عقبات وإيجاد الحلول المناسبة لذلك بالإضافة إلى الأفكار التي تساعد على تطوير وسائل الدعوة .

أما بالنسبة لأهداف المؤتمر فقد انحصرت فيما يلي :-

- ١- توكيد العمل بتعاليم الإسلام وثوابته ونبذ ما يخالفه .
- ٢- التوعية بأهمية الدعوة إلى الله على هدى من الكتاب والسنة .
- ٣- السعى إلى تطوير مناهج التربية والتعليم في ضوء المنهج الإسلامي .
- ٤- بيان بأهمية وسائل الإعلام في توجيه الأمة وخدمة قضاياهم .
- ٥- تجلية مكانة المرأة والأسرة في الإسلام ودورها في بناء المجتمع .
- ٦- إبراز رسالة المسجد في الإسلام والحاجة إلى عمارته .
- ٧- إبراز دور الحكومات والمنظمات الإسلامية في خدمة قضايا المسلمين في العالم وتعزيز الترابط بينهم .
- ٨- التوكيد على صلاحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان والعمل على تطبيق أحكامها .

وفي ٢٥ ربيع الأول ١٤٢٤هـ عقدت بمقر الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة الدور الثالثة عشرة للجنة تنسيق العمل الإسلامي المشترك في مجال الدعوة لبحث سبل التنسيق والتعاون في مختلف المجالات بين كافة المنظمات الرسمية والشعبية المهتمة بمجالات الدعوة والثقافة والإعلام والتربية والتعليم والأسرة والرد على الحملات المغرضة ضد الإسلام والمسلمين وتصحيح الصور المغلوطة عن الإسلام .

جاء ذلك فى كلمة الأمير عبد المجيد التى أفتح بها جلسات أعمال هذه الدورة وأكد الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركى أمين عامة رابطة العالم الإسلامى على قضية التنسيق بين الجهود التى تصب فى العمل الإسلامى سواء جهود الحكومات والأجهزة الرسمية أم جهود الهيئات والمنظمات الشعبية وطالب بالتنسيق بين الهيئات الإسلامية فى ميادين العمل الدعوى والخيرى الذى يكفل حداً أمثل من التضامن والتكامل بين أعمال هذه الهيئات ويقهيا شر التنافس والازدواجية الذى تبعثر فيه الجهود وتبدد فيه الطاقات وتهدر فيه الأموال مما نحن بأشد الحاجة إلى توفيره والاستفادة منه على نحو أمثل<sup>٦</sup>.

ورغم كل هذه الجهود التى تبذلها المنظمات والهيئات الإقليمية والمحلية والعالمية ورغم العشرات من المؤتمرات واللقاءات الدورية التى تقوم بدراسة واستعراض واقع الدعوة والإعلام الإسلامى ودراسة المشكلات والقضايا التى تمس كيان هذه الأمة العظيمة والتى تعترض مسيرة الحياة للمسلمين.. إلا أن مردودها لا يفى بما كان متوقفاً . وذلك لأننا نفتقد آلية التنفيذ .

إن الحديث عن مستقبل الدعوة الإسلامية حديث عن جوانب مهمة تتعلق بالإعداد والتنسيق والتخطيط.. حديث عن يقظة المسلمين فى كافة المجالات والأصعدة.. حديث عن هذا البحر الذى تصب فيه جهود العلماء والفقهاء المخلصين وآلاف من المفكرين والمثقفين والدعاة والمربين والكتاب والشعراء الذين تتوافر لديهم النية الخالصة والحب الصادق للمشاركة فى بناء مستقبل أفضل للأمة الإسلامية .

يقول المستشرق الإنجليزي السير توماس أرنولد المتوفى علم ١٩٣٠ في كتابه الدعوة إلى الإسلام الذي نشره عام ١٨٩٦م والذي ترجم إلى العربية عام ١٩٤٧ يقول أرنولد في خاتمة كتابه تحت عنوان : دعاة المسلمين . عدم وجود هيئة منظمة لهم.. يقول إن نشاط الدعوة عند المسلمين يتجلى في صورة مختلفة تمام الاختلاف عن تلك التي تظهر في تاريخ البعث التبشيرية المسيحية.. فليس هناك جمعيات للدعوة ، ولا موكلون مدربون لهذا الغرض . ويشير في كتابه بنماذج تاريخية من الدعاة تبرز دور الجهود الفردية للمسلمين في نشر الدعوة الإسلامية<sup>٧</sup> .

ومع تزايد التحديات التي تواجه الدعوة الإسلامية الآن داخل البلدان الإسلامية وخارجها تظل مقولة أرنولد توينبي قائمة.. بل ضرورة واجبة التحقيق.. نحن في حاجة إلى مركز دولي للإعلام الإسلامي كما ذكر الدكتور محمد السيد في كتابه المسئولية الإعلامية في الإسلام وعرض تصوراً لهيكلة التنظيمي.. أو جهاز للإعلام الإسلامي كما دعا إلى ذلك الدكتور عبد القادر حاتم في كتابه الإعلام في القرآن الكريم وحدد الأسس الخاصة بتنظيم هذا الجهاز .

إن التخطيط الآن لوسائل الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية يتم على مستوى كل دولة على حدة ، وداخل كل دولة يتم على مستوى كل مؤسسة دعوية على حدة ، وعلى مستوى كل مؤسسة إعلامية من صحف وإذاعة وتليفزيون ودور نشر ومنظمات واتحادات مهنية وتعاونية على حدة، وداخل كل جمعية من جمعيات خدمة المجتمع على حدة . وكذلك بالنسبة للمنظمات الإعلامية الدولية ومراكز البحوث العلمية والجامعات الإسلامية.. وفي بعض الأحيان قد يكون هناك تخطيط على مستوى بعض هذه المؤسسات وفي أحيان كثيرة يكون العمل عشوائيا .

وعلى مستوى الدعاة نفتقد التخطيط أيضاً فكم خطيب مسجد في وطننا العربي أمسك بالمنكرة في أول العام وقلب صفحاتها ليضع خطة لعمله طوال العام؟.. ما هي موضوعات خطب الجمعة في المناسبات وما هي الموضوعات العامة؟.. وكيف سيتناول كل منها؟.. وما هي المصادر التي سيحصل منها على المعلومات اللازمة؟.. وما هي السمات المميزة لجمهوره وأفضل السبل للتأثير عليه وإقناعه؟..

ولهذا فإن الواجب يحتم علينا كما أشار إلى ذلك الأمير عبد المجيد في افتتاح الدورة الثالثة للجنة تنسيق العمل الإسلامى المشترك ، يحتم علينا تنفيذ برامج العمل المشترك والتنسيق فيما بينها من خلال خطط مدروسة تسهم في تحقيق مقاصد التعاون التي حث عليها الإسلام .

وهذه الدعوة الصادقة للتنسيق تعد تأكيداً لما جاء به القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة من حيث ضرورة الاهتمام بالتخطيط والإعداد للمستقبل وأهمية ترقب الأحداث ومواجهتها بصبر ويقظة وإيمان.. ففى القرآن الكريم نقرأ قصة يوسف عليه السلام وتعلم منها كيفية التخطيط والإعداد للمستقبل.. فقد توقع يوسف عليه السلام من خلال الرؤيا وتعبيرها الذى علمه الله إياه ماذا سيقع في مقبلات الأيام.. ثم خطط لمواجهة هذا الأمر من خلال خطة عامة قام بتنفيذها كمستول عن هذا المجتمع بادخار كل ما يمكن ادخاره من متون ، كما أمر الناس بأن يدخروا ليوم الشدة.. وهذه القصة نموذج لنا في التخطيط على المستوى العام والخاص.. وفي التنسيق بين الجهود الرسمية والشعبية لحماية الأمة من الأخطار المحدقة .

وعلى هذا فإن التخطيط للدعوة الإسلامية مسئولية مؤسسة دولية تقوم بوضع السياسات والتنسيق مع الجهات الإعلامية والخدمية الأخرى

على المستوى العالمى، والمعاونة لكل دولة إسلامية عند وضع سياستها الدعوية وذلك بتوفير المعلومات اللازمة لتحديد الأبعاد المختلفة أو المدخل النوعية للسياسات الدعوية، والتي يمكن حصرها بالتطبيق على الدعوة في الجوانب الآتية<sup>٨</sup> :-

١- البعد الاتصالي : وهو الذى يحدد وظيفة الدعوة الاجتماعية داخل الإطار السياسى والاجتماعى ويرجم هذه الوظيفة إلى برامج دعوية وإعلامية .

٢- البعد الاجتماعى : وهو الذى يتصل بالكوين السكانى والديموغرافى للجمهور ومؤشرات اتجاهاته المستقبلية ووسائل الحصول على المعلومات المتصلة بهذه الجوانب كلها وتحليلها .

٣- البعد الاقتصادى : ويتناول الإجراءات والنظم التى تتبع لضمان اقتصاديات التشغيل والموازنة بين المدخلات والمخرجات وتدبير الموارد.

٤- البعد التنظيمى والإدارى : والتنظيم والإدارة هى العملية التى تضمن سلامة اتخاذ القرارات فى ضوء الخطط المقررة وضمان تحقيق التخطيط لأهدافه ، وهى خطط تخضع للمراجعة المستمرة فى ضوء الظروف المتغيرة ونتائج المتابعة والبحوث .

٥- البعد التكنولوجى : وهو الذى يتضمن عمليات اختيار وتوطين لتكنولوجيات الاتصال المناسبة للعمل الدعوى إنتاجياً وتوزيعاً ، ويعتمد على توفير المعلومات ونتائج البحوث والتسهيلات والخبرة المناسبة لمقاومة الضغوط من الجهات المنتجة .

٦- البعد الخاص بالبنى الأساسية للاتصال الدعوى وتكون أساساً من الشبكات الأرضية بأنواعها المختلفة والفضائية بما تستلزمه من محطات

أرضية وما يستلزم عملية إنشاء صحف ومراكز نشر إلكتروني ومواقع إلكترونية من تجهيزات يتم تخطيط وتنفيذ هذا الجانب عادة بالتنسيق مع مستوى الاتصال بالدول الإسلامية المختلفة .

٧- البعد المهني : وهو المتصل بالوسائل والأنظمة التي توضع لضمان الارتفاع بالمستوى المهني للدعاة والإعلاميين وكافة المهن المتصلة بالدعوة ، سواء بالنسبة للاختيار أو التدريب أو موثيق الشرف المختلفة ورعايتها .

٨- البعد الإنمائي : ويتناول المدى الذي يذهب إليه التخطيط الدعوى في المواءمة والتوافق ودفع خطط الدعوة في مجالات التعليم والثقافة والصحة والسكان وغيرها من عناصر التنمية الشاملة . ويستلزم الأمر بالنسبة لكل دولة إسلامية وجود هيئة دعوية خدمية مشتركة تتكون من المسؤولين عن شؤون الدعوة والإعلام الإذاعي والصحفي والثقافة الجماهيرية والصحة والشباب والتعليم والتعليم العلي.. للمشاركة في وضع سياسة إعلامية دعوية موحدة على مستوى كل دولة. وتقوم كل جهة من هذه الجهات بوضع سياستها وخططها الخاصة بها في ضوء الأسس الدعوية الإعلامية المحددة .

وتندرج في مستويات التخطيط إلى أن تصبح على مستوى كل مدرسة ومسجد وجامعة وجمعية خيرية وهيئة خدمية فكل منها خططها الخاصة بها في إطار الخطة الإعلامية العامة للجهة التي تتبعها وفي إطار الأسس العامة للسياسة الإعلامية والدعوية للدولة التي يضعها المركز المقترح، والتي تنبثق جميعا من إطار الخطة الدولية العامة . وبذلك تصب كل جهود الدعوة والإعلام والخدمة العامة في إطار التطوير والتنمية لكل مجتمع إسلامي على هذه ولكل المجتمعات على السواء .

## أهمية التخطيط للدعوة الإسلامية :-

- ١- وضوح الرؤيا والدور الذى تؤديه المؤسسات الدعوية فيما يتعلق بتعميق الإيمان بالمعتقدات الإسلامية لدى الجمهور أو بنشر السلوكيات الصحيحة أو بتقديم الفهم الصحيح للدين الإسلامى مع الابتعاد عن مواطن الخلاف التى تثير الجدل والشقاق بين أبناء الأمة الإسلامية .
- ٢- التنسيق والتكامل بين السياسات الإعلامية للصحافة والإذاعة والتلفزيون والمؤسسات الخدمية الأخرى والسياسات الدعوية لمنع التعارض بينها .
- ٣- المساعدة فى فهم الواقع ، وتحديد أهداف واقعية وشاملة ومتوافقة ونابعة من مبادئ الدين الإسلامى الحنيف .
- ٤- توظيف كافة إمكانيات الفن الإسلامى وأساليبه المختلفة لضمان الوصول إلى الجمهور وجذبه والتأثير عليه .
- ٥- المساعدة فى حسن اختيار التوقيت المناسب لعرض المواد الإعلامية وفقاً لخصائص وسمات القطاعات المختلفة للجماهير .
- ٦- توفير الفرص لإجراء الدراسات والبحوث التطوعية لمعرفة نتائج الاتصال والاستطلاع ومعرفة الاحتياجات الإعلامية والدعوية الحقيقية للجمهور .
- ٧- تخطى المخاطر بما يضعه من تنبؤات بالظروف المتوقعة وما يعده من خطط بديلة .

٨- زيادة مساهمة وكسب تأييد الإدارة الحكومية والمسؤولين نظراً لما سيوفره من فرص لإنجاح وتحقيق أهداف التنمية الشاملة في القطاعات المختلفة .

٩- يوفر الفرصة لكل فرد من المهتمين بالدعوة والإعلام لمعرفة دوره على الوجه الأكمل .

١٠- يسهل عملية الرقابة والمتابعة لضمان نجاح الخطة وإجراء أية تعديلات ورفع كفاءة الدعاة والإعلامية بما يكشف عنه التنفيذ من سلبيات يتم تلافيها ببرامج التدريب .

١١- إن وضع خطط للدعوة يعد بمثابة ضمان لحماية الجماهير من مشكلة الفراغ الديني وسداً لثغرة تستغلها الجماعات المتطرفة للوصول إلى الجماهير والتأثير عليها .

١٢- يساعد على حسن اختيار الوسائل المناسبة والموضوعات المناسبة والوقت المناسب وأساليب التنفيذ الأكثر فاعلية.

أنواع التخطيط للدعوة الإسلامية :-

١- طبقاً للبعد الجغرافي ينقسم إلى :-

- تخطيط عالمي .

- تخطيط إقليمي .

- تخطيط وطني .

- تخطيط محلي .

- تخطيط داخلي لمنشآت الصغيرة .

- تخطيط شخصي أو فردي .

٢- طبقا للأساس الزمني :-

- تخطيط طويل المدى يمتد لأعوام طويلة .
- تخطيط متوسط المدى يمتد من عام لخمسة أعوام .
- تخطيط قصير المدى لسنة أو بضعة شهور أو شهر .

٣- طبقا لطبيعة النشاط :-

- تخطيط على مستوى كافة النشاطات الدعوية والإعلامية .
- تخطيط على مستوى النشاط الدعوى فقط .
- خطط فرعية وتشمل :

• خطط لنشاط المساجد الدعوى أو مراكز البحوث .

• خطط لإعداد الدعاة — للتدريب — للتقويم — للبحوث —

للدراستات المستقبلية .

٤- طبقا لطبيعة المشكلات المستهدفة :-

- تخطيط لنشر الفهم الصحيح للدين والتوعية الدينية وهو تخطيط وقلنى لحماية المسلمين من الأفكار الضالة.. وغير المسلمين من احتمالات سوء الفهم للإسلام .

- تخطيط طوارئ لمواجهة مشكلة معينة مثل المشكلة الخاصة بتشويه صورة المسلمين في الغرب ومشكلة الربط بين الإسلام والإرهاب .

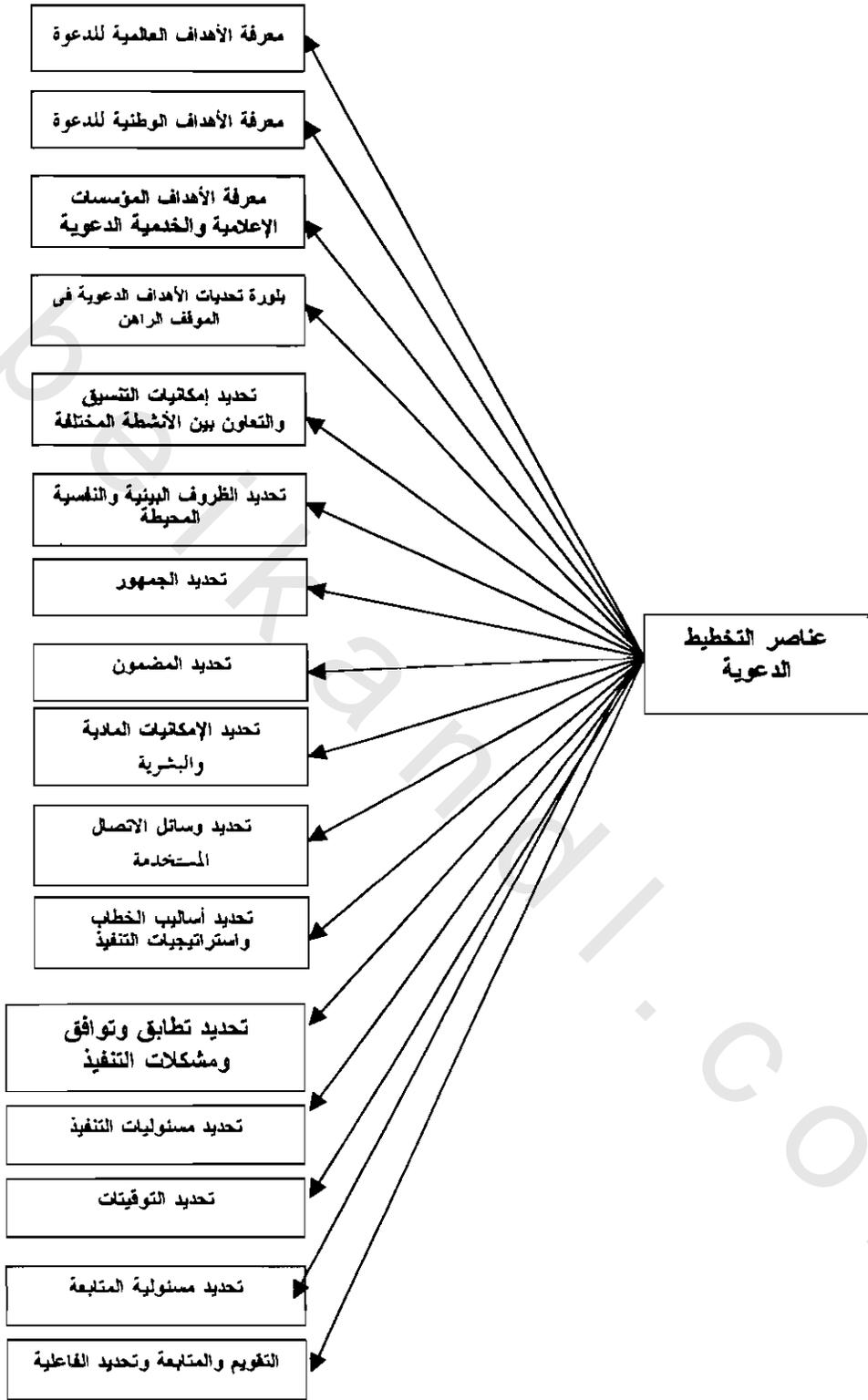
مفهوم التخطيط الدعوى :-

هو حصر لكافة القوى الدعوية والمتصلة بالعمل الدعوى من طاقات بشرية وأجهزة ومعدات إعلامية ومؤسسات فاعلة والإمكانيات المادية المتاحة واستخدامها الاستخدام الأمثل لتحقيق أهداف الدعوة الإسلامية في فترة زمنية محددة ومجتمع محدد وبأقصى فاعلية ممكنة .

مراحل عملية التخطيط الدعوى :-

تشتمل عملية التخطيط الدعوى على خطوات متعددة نوضحها على النحو التالى :

شكل رقم (١٥) بين مراحل عملية التخطيط الدعوى



وعلى ضوء الرسم السابق نلاحظ أن أول خطوة في عملية التخطيط الدعوى تتضمن توفير المعلومات الأساسية للمخطط عن الأهداف العالمية للدعوة الإسلامية وعن الأهداف الوطنية للدولة وعن الأهداف الدعوية للمؤسسات الدعوية وللمؤسسات الإعلامية المختلفة وللمؤسسات المتصلة بمجال خدمة المجتمع والثقافة والتعليم.. وفي ضوء الواقع الراهن والظروف المتجددة يتم تحديد أهداف محددة للتنفيذ .

ويتم هذا التحديد على ضوء واقع الإمكانيات المادية والفنية المتاحة والجمهور المستهدف والظروف البيئية والنفسية المحيطة .

وفي إطار ذلك يتم تحديد الموضوعات المثارة وأساليب الخطاب وأشكال الاتصال المناسبة ووسائل الاتصال الممكنة .

كما يتم تحديد المسئولين عن التنفيذ واتخاذ الإجراءات الإدارية اللازمة وتحديد التوقيتات التي يتم فيها توجيه هذه المضامين.. وتحديد مشكلات التنفيذ ومدى تطابقه وتوافقه لتتلاقى التناقض بين المضامين أو لتجنب قطع فيلم مثلاً به أحداث مخلة لإذاعة آذان الصلاة مثلاً .

تم تحديد المسئولية عن المتابعة وإعداد التقارير الخاصة بذلك مع التركيز على مدى الفاعلية والتأثير .

متطلبات أساسية للتخطيط الدعوى :-

يستلزم نجاح التخطيط الدعوى توفير البنية التحتية اللازمة.. وتمثل

في :-

١- إنشاء مراكز بحوث دعوية متخصصة :-

• مراكز لبحوث الجمهور وقياس الأثر .

• مراكز بحوث لتطوير أداء الدعوة وتقويمه .

- مراكز بحوث لتطوير وسائل الاتصال الدعوى .
- مراكز بحوث لتطوير الدعوة المسجدية وفقاً لمتطلبات العصر  
الراهن .
- ٢- التوسع في إنشاء أقسام للدعوة والإعلام الإسلامى في كل الجامعات  
الإسلامية .
- ٣- إنشاء دبلومات عليا للدعوة والإعلام الإسلامى تقبل الخريجين من  
جميع التخصصات .
- ٤- إنشاء الجامعات المفتوحة لعلوم الدعوة والإعلام والدراسات  
الإسلامية.
- ٥- التوسع في إنشاء شركات إنتاج وتوزيع المواد السمعية والبصرية  
الإسلامية وشركات النشر الإلكتروني وإنشاء الصحف والمجلات  
والقنوات الفضائية الإسلامية .
- ٦- إنشاء مراكز التدريب على استخدام الكمبيوتر والإنترنت وإنشاء  
المواقع الإسلامية وتعليم فنون الحوار وآدابه عبر الإنترنت .
- ٧- تشجيع التأليف والإنتاج العلمى الإسلامى في مختلف المجالات .
- ٨- دعم الجمعيات الخيرية الإسلامية والتشجيع على إنشائها وعلى  
الانخراط في الجمعيات الخدمية المختلفة .
- ٩- العناية بالمرأة كالرجل في مجال الإعداد الدعوى والمهنى والعمل  
الخدمى.. مع العناية الخاصة بالشباب والطلاب والمفكرين في مجالات  
التوجه الدعوى.
- ١٠- إنشاء مراكز المعلومات الدعوية لتوفير كافة المعلومات اللازمة  
للتخطيط والتنسيق ومشكلات الممارسة الدعوية والمشكلات  
والتحديات الراهنة .

١١- توفير سبل التمويل اللازمة من الميزانيات الحكومية المعتمدة ومن أموال الوقف ومن التبرعات والزكاة للإنفاق على أوجه الدعوة في مختلف الجوانب السابقة وفي مجال رعاية الفقراء والمحتاجين ومجالات الخدمة الاجتماعية عامة .

١٢- إنشاء مجلس أعلى للدعوة والإعلام تشترك فيه كافة الأجهزة والمنظمات الدعوية والإعلامية الدولية والحكومية للتخطيط والتنسيق بين كافة الأجهزة والمنظمات وإدارة مؤسسات التدريب والتعليم الدعوى الإعلامى على المستوى الدولى ويتبع هذا المجلس مجالس فرعية في مختلف الدول الإسلامية .

١٣- إنشاء مراكز التدريب الدعوى كتنمية مهارات العاملين في الحقل الدعوى والإعلامى طبقاً للاحتياجات المختلفة .

١٤- رصد الجوائز الشخصية للمتميزين في العمل الدعوى والإعلامى وللمبدعين في مجالات التأليف والإنتاج الإعلامى الإسلامى ، توفيراً للمادة الإسلامية الإعلامية المتخصصة في مختلف المجالات بما فيها الترفيه .

## هوامش الفصل الثالث

١ ليلي عبد المجيد: سياسات الاتصال في العالم الثالث، الطباعى العربى للنشر والتوزيع، القاهرة ١٩٨٩، ص ١٠-٢٩.

٢ محمد سيد محمد : المسئولية الإعلامية في الإسلام ، مكتبة الخانجي ، القاهرة ، دار الرفاعى ، الرياض ، ١٩٨٣ ، ص٣٣٨-٣٤٠ .

3-<http://www.oic-oci.org/arabic/main/information%20stratigy.htm>

4-<http://www.almanar.net/issues/11/5.htm>

5-<http://www.muslimworldleague.org/html/menu3/m3i1-ahdaf.htm>

٦ رابطة العالم الإسلامى : مجلة العالم الإسلامى ، عدد ٧٩٤ ، الاثنين ٢٥ ربيع الأول ١٤٢٤هـ .

٧ محمد سيد محمد: مرجع سابق ، ص ٣٣٤-٣٣٥ .

٨ د. محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ج١ ، ص ٩٣-٩٤ .