

**نحو منهج الدعوة
إلى مفاهيم المصارف الإسلامية
وتسويق خدماتها ومنتجاتها**

إعداد

**الدكتور حسين حسين شحاتة
أستاذ المحاسبة - كلية التجارة
جامعة الأزهر**

آيات قرآنية وأحاديث نبوية تتعلق بالدعوة إلى المصرفية

قال الله تبارك وتعالى :

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ، فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ﴾ [البقرة : ٢٧٨ - ٢٧٩]

﴿ أَلَمْ يَأْنِ لِلَّذِينَ آمَنُوا أَنْ تَخْشَعَ قُلُوبُهُمْ لِذِكْرِ اللَّهِ وَمَا نَزَلَ مِنَ الْحَقِّ ﴾ [: ١٢٥]

﴿ يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴾ [البقرة : ٢٧٦]



قال رسول الله صلى الله عليه وسلم :

" الدرهم يصيبه الرجل من الربا أعظم عند الله من ثلاث وثلاثين زنية تزنيها في الإسلام " (رواه الحاتم وصححه)

" لعن الله آكل الربا ومؤكله وكاتبه وشاهديه ، وقال : هم سواء "

(رواه الخمسة)



قال أحد السلف الصالح :

" عليك وطريق الحق وإن قل السالكون ، وإياك وطريق الباطل ، ولا تغتر بكثرة الهالكين "

نحو منهج للدعوة

إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها

المحتويات

- تمهيد .
- الإطار العام لأنشطة المصرف الإسلامي .
- تقييم منهج الدعوة الحالي إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وأثره على تسويق خدماتها ومنتجاتها .
- طبيعة ومقومات منهج الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .
- الإطار المقترح لوسائل الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .
- الإطار المقترح لمواطن الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .
- تجارب وخبرات عملية في مجال الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .
- خلاصة البحث .
- التوصيات .

نحو منهج للدعوة

إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها

□ تمهيد :

تعتبر الدعوة من أهم مناهج التبليغ والتعريف بالفكر الإسلامى وذلك لتقود الإنسان إلى الخير وتبعده عن الشر وتجنبه المنكر وتحقق له لسعادة والسلام ، ولقد اعتمد عليها جميع الرسل والأنبياء والدعاة من بعدهم وذلك بالدعوة إلى الخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ، فقال الله عز وجل : ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾ [فصلت : ٣٣] ، ولقد حث رسول الله صلى الله عليه وسلم الناس بالتبليغ والدعوة فقال : " بلغوا عنى ولو آية " . (رواه)

ولقد كان المسجد فى صدر الإسلامى هو الموطن الأساسى للدعوة ، وكذلك مؤتمرات الحج ومواسم التجارة ، وكانت من أهم وسائل الدعوة الخطابية والرسائل والاتصالات الشخصية بين الدعاة ومستقبلى الدعوة وهى ما يطلق عليها الدعوة الفردية .

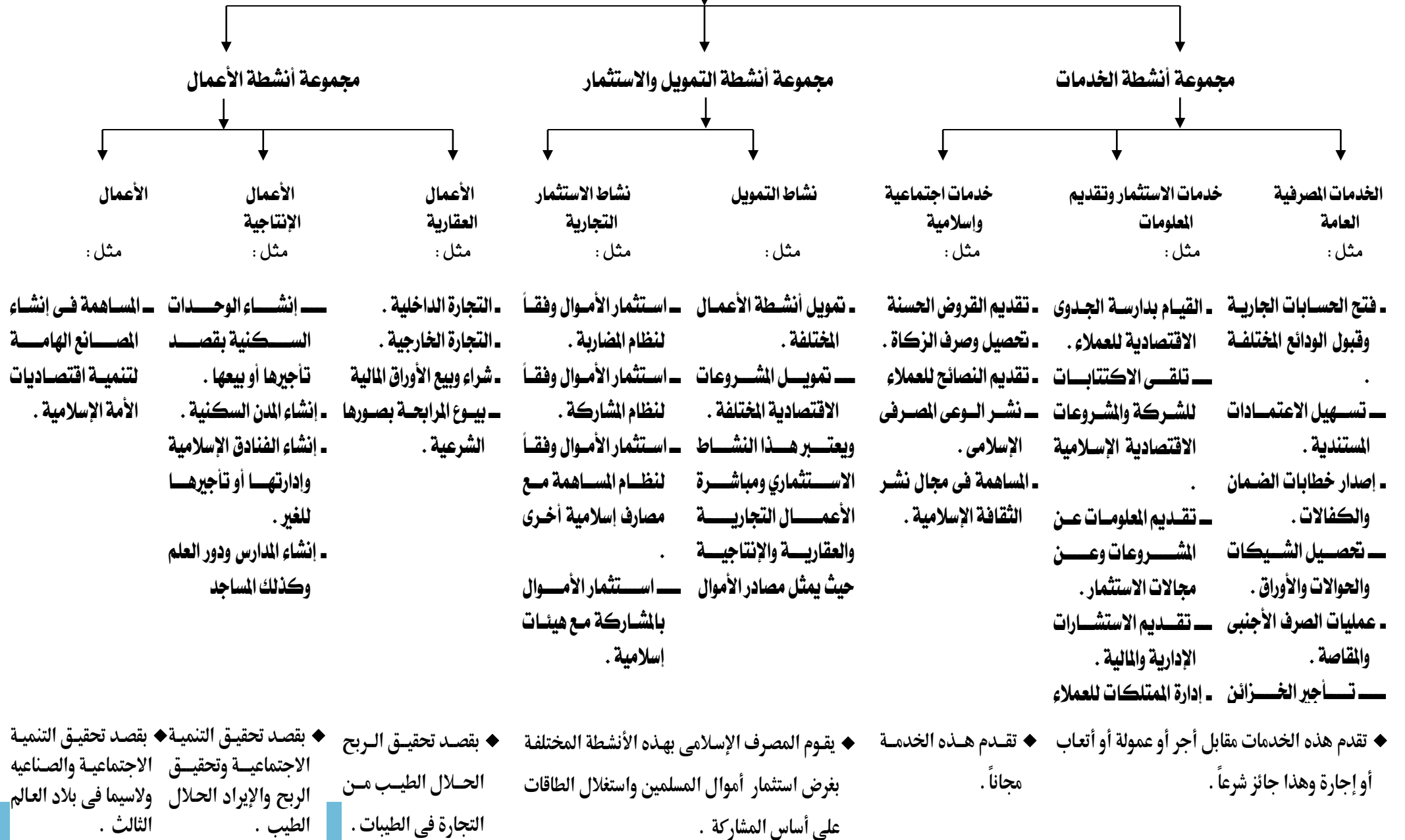
وتأسيسا على ذلك تعتبر الدعوة إلى فكر ومفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها من الأعمال المشروعة التى حثت عليها الشريعة الإسلامية بل تعتبر فريضة وضرورة ولاسيما بعد أن تبين أن هناك العديد من أوجه القصور فى منهج الدعوة الحالية إلى المصارف الإسلامية وتحتاج إلى بيان وتبليغ وتفهم .

ومن خلال الدراسة الميدانية تبين أن هناك الكثير من أوجه القصور فى منهج الدعوة الحالية إلى المصارف الإسلامية ، ويتطلب الأمر تحليلها ثم وضع إطار شامل للدعوة يتضمن المنهج والوسائل والمواطن والذى يساعد فى مجال تسويق خدمات الإسلامية والرفع من مستواها وهذا ما سوف نناقشه فى هذا البحث إن شاء الله .

ولقد خطط هذا البحث كما يلى :

بعد تقييم منهج الدعوة الحالية إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وبيان أثره على تسويق خدماتها ومنتجاتها، ننتقل إلى دراسة وتحليل مفهوم ومقومات منهج الدعوة المقترح مع التركيز على كيفية الدعوة ، يلى ذلك مناقشة الإطار المقترح لوسائل ومواطن الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية ، ويختص الجزء الأخير بعرض أهم التجارب الواقعية فى مجال الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وأثرها على تسويق خدماتها ومنتجاتها .

الإطار العام لأنشطة المصرف الإسلامي



تقييم منهج الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وأثره

على تسويق خدماتها ومنتجاتها .

□ معايير تقييم الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

لكل دعوة معايير للتقييم تطبق لقياس إلى أى مدى تحققت المقاصد من ورائها ، وفى ضوء مقاصد المصارف الإسلامية السابق ذكرها فى المبحث الأول من هذه الدراسة ، يمكن إيجاز أهم معايير تقييم الدعوة إلى المصارف الإسلامية فى الآتى :

(١) - معيار استقطاب معظم فئات المجتمع الإسلامى للتعامل مع المصارف الإسلامية وترك البنوك الربوية ، فكلما زاد الطلب على خدمات ومنتجات المصارف الإسلامية ، كلما زاد عدد الذين تركوا التعامل مع البنوك الربوية كلما كان ذلك من الدلائل على فعالية الدعوة .

(٢) - معيار استشعار المجتمع بآثار وخدمات المصارف الإسلامية ، فكلما نجحت الدعوة فى الإعلام عن خدمات المصارف الإسلامية الاجتماعية والاقتصادية واستشعار الناس بها ، كلما كان ذلك دليلا على قوتها وفعاليتها .

(٣) - معيار سرعة القضاء على الافتراءات : هناك دعوة مضادة للمصارف الإسلامية تعمل بوسائل مختلفة منها ترويج الافتراءات والإشاعات الكاذبة ، ويتطلب ذلك بالطبع دعوة لتبين الحق بسرعة ، وكلما أمكن دحض تلك الافتراءات بسرعة كلما كان ذلك دليلا على قوة وفعالية الدعوة ، ولكن إذا تبين أن هناك انتشارا وترويجا للافتراءات الكاذبة كلما دل ذلك على قصور الدعوة .

(٤) - معيار تحديث وسائل الدعوة : تتطور وتتغير وسائل نقل رسالة الدعوة إلى مستقبلها مع التقدم التكنولوجى ، فكلما أمكن الاستفادة من ذلك التطور فى مجال الدعوة إلى المصارف الإسلامية ، كلما زاد تأثيرها وأتت بثمار طيبة ، وكلما كان هناك جمود فى وسائل الدعوة كلما كان تأثيرها ضعيفا نسبيا .

(٥) - معيار المبادرة والريادة : فكلما كان للدعوة إلى المصارف الإسلامية دور المبادرة والريادة وليس التبعية كلما كان تأثيرها أكبر ، وكلما انتقلت من مرحلة الدفاع والرد على الافتراءات إلى مرحلة التنديد والتهديد بآثار النظام الربوى السيئة كلما كان ذلك دليلا على فعالية وقوة الدعوة

□ إيجابيات الدعوة الحالية إلى المصارف الإسلامية .

من الواقع الحالى للدعوة إلى المصارف الإسلامية ، وفى ضوء المعايير السابقة يمكن القول بأنها قد حققت الكثير من الإيجابيات والتي كان لها أثرا طيبا على نجاح التجربة وثباتها تجاه الضربات الشرسة التى وجهتها إليها الحملات الدعائية العدائية والتي كانت تتوقع أن المصارف الإسلامية قد ولدت وتموت، بل حدث العكس صمدت لتؤكد أنها ولدت لتبقى، وصدق الله العظيم إذا يقول : ﴿ يُرِيدُونَ أَن يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَن يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ ﴾ [التوبة: ٣٢] .

ومن أهم إيجابيات الدعوة الحالية إلى المصارف الإسلامية :

(١) - ثبات وزيادة إيمان مؤسسى المصارف الإسلامية واستعدادهم للتضحية بأموالهم ووقتهم فى سبيل رفع الحرج عن المسلمين ومحاربة الاستعمار الربوى الذى ركز على أنفاس المسلمين وسلب منهم أموالهم وهز عقيدتهم ، بالإضافة إلى ذلك استعدادهم المطلق لتصحيح ما وقع من أخطاء فى مراحل التجربة الأولى وتنمية وتطوير العمل المصرفى وفقا لمتطلبات المسلمين ، ويلاحظ أن هؤلاء الطيبين ما كانوا ليقوموا بهذا العمل لولا جهاد وجهود دعاة وعلماء المسلمين الذين جاهدوا فى استنباط القواعد الشرعية للمعاملات المصرفية ووضع التصورات المبدئية للمصارف الإسلامية (١) .

(٢) - تعاطف وتجاوب المسلمين ولاسيما الطبقة المتوسطة إلى دعوة ونداء دعاة المصارف الإسلامية ، وترك معظمهم نوا التعامل مع المصارف الربوية مما ترتب عليه حدوث خلل وارتباك فى الأخيرة .

وفى هذا يقول رئيس مجلس إدارة المصرف الدولى بالقاهرة : " ومن الملاحظ أن حملة التشكيك لم تبدأ إلا بعد ظهور ثمار ونتائج تجربة البنوك الإسلامية ، وهذه النتائج متمثلة فى تجاوب جماهير الأمة مع البنوك الإسلامية ، وقد ترتب على هذا النجاح أن أخذت البنوك الربوية فى إنشاء قطاعات وفروع داخل كياناتها لا تتعامل بالربا فأصبح لبعض هذه البنوك الربوية فروعا إسلامية مغايرة تماما للأصل بل أن البعض أصبح يفكر جديا فى التحول الكامل إلى التطبيق الإسلامى على مستوى البنك بأكمله (٢) ، وهذا ما حدث فعلا فى الأونة الأخيرة .

(٣) - تجاوب فئة كبيرة من العاملين فى البنوك الربوية وانتقالهم إلى العمل فى المصارف الإسلامية وربما ضحى بعضهم بكثير من المزايا المادية والمعنوية التى كان يتمتع بها من قبل ، إن تلبية هؤلاء العاملين للدعوة كان له دورا هاما فى نجاح تجربة المصارف الإسلامية ، حتى أن بعض المصارف الربوية بدأت تضع العراقيل المادية لمنع هؤلاء من الاستقالة .. ولا يجب أن ننكر أن هناك فئة قليلة غير ملتزمة نفذت إلى صفوف العاملين فى المصارف الإسلامية إما بسبب الوساطات أو بسبب ادعاء الورع والتقوى وكان لهؤلاء أثرا سيئا على النحو الذى سبق الإشارة إليه .

(١) - الشيخ / سيعد لوتاه : " نشأة بنك دى الإسلامى " ، مجلة الاقتصاد الإسلامى العدد الأول ، والثانى .

(٢) - أحمد أمين فؤاد : " لقاء حول المصارف الإسلامية " مجلة الاقتصاد الإسلامى العدد (١٤) ، صفحة ١٦ - ١٧ .

(٤) - إثارة موضوع الاقتصاد الإسلامى والمصارف الإسلامية وغيرها من المؤسسات المالية الإسلامية على صفحات الجرائد والمجلات وفى الندوات والمؤتمرات (١) ، كما تطور الأمر إلى تخصيص مؤتمرات وحلقات دراسية لهذا الأمر ، حيث أصبح يعقد سنويا على الأقل مؤتمرات للاقتصاد الإسلامى وللمصارف الإسلامية وكذلك تخصيص صفحات معينة فى المجلات الإسلامية للاقتصاد الإسلامى (٢) .

(٥) - إنشاء مراكز أبحاث متخصصة فى مجال الاقتصاد الإسلامى فى بعض الدول الإسلامية (٣) ، وكذلك تدريس بعض مساقات مواد الاقتصاد الإسلامى فى الجامعات الإسلامية وكذلك فى الجامعات الأجنبية (٤) ، وكذلك إنشاء معاهد تعليمية متخصصة فى مجال الاقتصاد الإسلامى مثل "المعهد الدولى للبنوك والاقتصاد الإسلامى" الذى إنشأ فى قبرص ١٤٠١هـ والذى ورد من ضمن أهدافه "الدعوة إلى الاقتصاد الإسلامى" ووجوب تطبيقه (٥) .

ولكن هذا لا يكفى بل هناك تطلعات بأن تؤسس كليات مستقلة للاقتصاد الإسلامى فى الجامعات الإسلامية ، كما أن هناك ضرورة لتصدير ذلك إلى الجامعات العالمية .
□ سلبيات وتصور الدعوة الحالية إلى المصارف الإسلامية .

بالرغم من الإيجابيات السابقة إلا أن هناك بعض نواحى القصور ، وليس المقصود من ذكرها هو تشبيط الهمم أو الإساءة إليها بل من قبيل التواصى بالحق والتواصى بالصبر الذى هو أساس العمل الإسلامى ، وأصل ذلك حديث رسول الله (صلى الله عليه وسلم) : "من رأى منكم منكراً فليغيره بيده ، فإن لم يستطع فبلسانه ، فإن لم يستطع فبقلبه ، وهذا أضعف الإيمان" (رواه مسلم) .

فضلاً عن ذلك أن معرفة نواحى القصور والأخطاء هى أساس التصحيح والالتزام بطريق الهدى فى المستقبل .

وفى ضوء الواقع يمكن إيجاز أهم سلبيات وقصور الدعوة الحالية إلى المصارف الإسلامية فى الآتى :

- (١) - د . حسين حسين شحاتة : "صحة إسلامية فى المؤتمرات العلمية للإدارة والمحاسبة" ، مجلة الدعوة - القاهرة ، عدد شوال ١٤٠٠ هـ .
- (٢) يرجع فى هذا الشأن إلى : "مجلة الاقتصاد الإسلامى ، بنك دى الإسلامى" مجلة البنوك الإسلامية - الاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية ، مجلة المسلم المعاصر .
- (٣) - مثل مركز :
أ - المركز العالمى لأبحاث الاقتصاد الإسلامى فى جده .
ب - مركز أبحاث الدراسات التجارية الإسلامية فى جامعة الأزهر فى القاهرة .
- (٤) - الشيخ سعيد لوتاه : "فى الخارج يدرسون الاقتصاد الإسلامى فلماذا لا ندرسه" ، مجلة الاقتصاد الإسلامى ، العدد الرابع ، ربيع الأول ١٤٠٢ هـ - يناير ١٩٨٢ م صفحة ٤ .
- (٥) - مجلة البنوك الإسلامية : "أول معهد من نوعه للاقتصاد الإسلامى فى العالم" ، العدد ١٧ جماد الأولى ١٤٠٢ هـ - إبريل ١٩٨١ م ، صفحة ٦ وما بعدها .

(١) - عدم معرفة بعض دعاة المصارف الإسلامية بالفكر الاقتصادي الإسلامي فالإمكانيات البشرية العاملة في مجال الدعوة متواضعة ، وإن وجدت تلك الإمكانيات فنجدتها مشغولة تماما في نواحي إدارية ، فحتى الآن لا يوجد في البلاد كوادر إعلام إسلامي يعملون بعقلية إسلامية .

(٢) - الإجهاد إلى دور الإعلانات العامة (اللا إسلامية فكرا وسلوكا) لتصميم نماذج المصارف الإسلامية ، فتقوم هذه الدور بالعمل بعقلية وفكر غربي خبيث لأن الذين يصممونها غير إسلاميين ، إن لم يكن من الأعداء اللدودين للإسلام .

(٣) - تضمين بعض نماذج الإعلام الإسلامي على عبارات غير صحيحة أو على الأقل غير متفق عليها شرعيا " مثل عبارة ضمان الربح ورأس المال " المعروف في نظم المضاربة أنه لا يجوز لصاحب العمل أن يضمن رأس المال ولا الربح لصاحب المال .

(٤) - ما زالت المصارف الإسلامية تعتمد على وسائل إعلام تقليدية مثل الجرائد والمجلات والتي أصبحت لا تتواءم مع التطورات المعاصرة المحيطة ، وكان من نتيجة ذلك عدم وصول الدعوة إلى فئات كثيرة من الناس" (١) .

(٥) - ترتيبا على النقطة السابقة ، لم يستشعر كثير من الناس حتى الآن بخدمات المصارف الإسلامية الاجتماعية والإسلامية والتي تعتبر من أهم وسائل الدعوة الفعالة .

(٦) - عدم استغلال المسجد والجمعيات الإسلامية والاجتماعية في مجال الدعوة كما أن ثقافة رجال الوعظ والإرشاد ما زالت محدودة في مجال المصارف الإسلامية ولذلك أحيانا يعطون الفتوى وهم بعيدين عن الواقع العملي ، وأحيانا يكون سلوك بعضهم غير متفق مع ما يقول .

(٧) - إهمال الحوافز المادية والمعنوية للعاملين في المصارف الإسلامية وهذا يضعف ولائهم للمصارف الإسلامية ، إذ تبين أن أجورهم المادية في بعض المصارف أقل من أجور المثل .

(٨) - قصور الدعوة في إقناع القائمين على الجامعات والمعاهد والمدارس التعليمية التجارية في البلاد الإسلامية في ضرورة وحتمية إعادة النظر في المناهج الدراسية وتنقيتها من الفكر المستورد ، واستبدالها بأخرى تتعلق بالفكر التجاري الإسلامي فحتى الآن لا يوجد جامعة إسلامية فيها كلية للاقتصاد الإسلامي ، وإن كانت بعض الجامعات قد أدرجت هذه المادة ضمن المناهج أو ضمن مساق معين فهذا يعني الهامشية والثانوية.

(٩) - قصور الدعوة في إقناع أولى أمر المسلمين في المساهم والمساعدة بتذليل الصعوبات وإزالة العقبات التي تقف حجر عثرة في نمو وانتشار المصارف الإسلامية .

ولقد كان لسلبات منهج الدعوة الحالية السابقة الإشارة إليها أنفا أثرا سيئا على تسويق خدمات ومنتجات المصارف الإسلامية ، وهذا يوجب محاولة علاجها ووضع تصور مناسب لذلك .

(١) - لقد لاحظت من خلال إعطاء بعض المحاضرات العامة في المواسم الثقافية في مصر وفي دولة الإمارات العربية المتحدة أن هناك الكثير من الناس لم

يسمعوا عن المصارف الإسلامية وخدماتها والفروق بينها وبين البنوك الربوية .

□ طبيعة ومقومات منهج الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية خدماتها ومنتجاتها

□ مفهوم الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

يقصد بالدعوة إلى المصارف الإسلامية بأنها عملية تبليغ وتعريف وتفهم وإقناع الناس برسالة المصارف الإسلامية وذلك بالأدلة اليقينية وبالأساليب المناسبة ، وذلك بهدف إرشادهم وتوجيههم إلى كيفية التعامل معها وتجنب التعامل مع المصارف الربوية وما فى حكمها ثم الثبات على ذلك والدعوة إليه .

□ أسس الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

يتضمن المفهوم السابق للدعوة إلى المصارف الإسلامية أهم الأسس التى تقوم عليها وتمثل فى الآتى :

- (١) - تعتبر الدعوة إلى المصارف الإسلامية جزءاً من الدعوة إلى الإسلام ، وعليه فإنها تلتزم بخصائصه وأحكامه ، أى إنها دعوة ربانية إنسانية تامة ودائمة ، تقوم على الصدق والواقعية والشمول .
- (٢) - تتمثل الدعوة إلى المصارف الإسلامية فى تبليغ وتعريف وتفهم الناس بفكرة وأنشطة ومسئوليات المصارف الإسلامية ثم إرشادهم وتوجيههم إلى كيفية التعامل معها .
- (٣) - تعتمد الدعوة إلى المصارف الإسلامية على أدلة مستمدة من القرآن والسنة ومن حياة الخلفاء والصحابة والفقهاء والعلماء وفى ضوء الواقع الملموس .
- (٤) - تخص الدعوة إلى المصارف الإسلامية كل الناس على اختلاف درجاتهم وثقافتهم واتجاهاتهم فى كل مكان وزمان .
- (٥) - يتم توصيل دعوة المصارف الإسلامية إلى الناس بكافة الوسائل المختلفة القديمة والحديثة والتى تحقق الغاية فى ضوء أحكام الشريعة الإسلامية .
- (٦) - تتمثل غاية الدعوة إلى المصارف الإسلامية فى تنمية الوعى المصرفى الإسلامى لتحقيق المنافع المادية والمعنوية الكريمة من التعامل معها وتجنب المضار والشقاء والآثار السيئة من التعامل مع البنوك الربوية .

□ خصائص الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

والدعوة إلى المصارف الإسلامية ليست مجموعة من الكلمات تلقى فى خطبة، أو تقال فى محاضرة أو تلقى فى ندوة ، أو تكتب فى مقالة أو تنشر فى كتاب ، بل هى عملية مخططة ومنظمة تتضمن مجموعة من الجهود المتتالية وتقوم على أسس عملية رشيدة ، كما أن لها ذاتية خاصة تختلف عن ذاتية الإعلان والدعاية المعاصرة والذي يعنى التأثير على الناس بطرق وسبل شتى وبأساليب خداعه لتحقيق غايات قد لا تكون مشروعة .

وهناك تماثل بين الإعلان عن المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها وبين الدعوة إليها فقواعدها وأسسها واحدة ، وربما يكون لفظ دعوة أشمل وأعم وأفضل من لفظ الإعلام أو التسويق .

وتتسم الدعوة إلى المصارف الإسلامية بعدة خصائص من أهمها ما يلى :

- (١) - أنها دعوة تقوم على العقيدة والخلق ، لأنها جزء من الدعوة إلى الإسلام وهذا لا يحتاج إلى بيان ، أو تفصيل ، ولذلك فهى تعتمد على الصدق والإخلاص .
- (٢) - أنها دعوة شاملة من حيث مستقبلها ، كما أنها عالمية للناس جميعا .
- (٣) - تتسم بالمرونة فى استخدام الوسائل والأجهزة ولكنها تقوم على أساس قواعد ثابتة أصلها من القرآن والسنة .

□ مقومات الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

لا تختلف الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها عن الدعوة فى سبيل الله والتي وضع أسسها ومقوماتها رسول الله (صلى الله عليه وسلم) وطبقت عمليا فى صدر الإسلام ، والتي تتمثل فى الاتى :

أولاً : إيمان القيادة والقائمون بالدعوة برسالة المصارف الإسلامية .

تقوم الدعوة إلى المصارف الإسلامية على قادة ودعاة مؤمنين إيماناً صادقاً ومخلصاً برسالة المصارف الإسلامية ويجب أن يظهر آثار هذا الإيمان على مشاعرهم وتصرفاتهم وسلوكهم ، وأن يكونوا قدوة حسنة فى السلوك والتصرف ، حتى يستطيعوا أن يؤثروا على الناس ، وهذا المقوم مقتبس من رسول الله (صلى الله عليه وسلم) حيث كان مؤمناً صادقاً برسالة الإسلام ، وكانت كل تصرفاته وسلوكه مطابقة لما يقول فقد أعده الله تماماً لهذه الدعوة ، وفى هذا المعنى يقول (صلى الله عليه وسلم) : "أدبنى ربي فأحسن تأديبي" (رواه ابن مسعود بإسناد صحيح) ، ولقد حذر القرآن من آثار أن تكون سلوك الداعى مخالفة لما يقول ، وأصل ذلك قول الله تبارك وتعالى : ﴿ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴾ [الصف : ٢] ، وبصفة عامة يجب أن يتصف الداعى إلى المصارف الإسلامية بالصدق والصبر وحسن الخلق وحسن السلوك وكذلك الأمانة فى المعلومات التى يوصلها إلى الناس .

ثانياً : العلم بمضمون الدعوة إلى فكر المصارف الإسلامية .

يجب أن يعلم الداعي إلى المصارف الإسلامية إلى أى شئ يدعوا الناس ، أى يجب أن يكون على بصيرة وبينة من فكر ومفاهيم المصارف الإسلامية وأهدافها وأنشطتها المختلفة ، والفروق بينها وبين البنوك الربوية ، كما يجب أن يكون سبيله واضحاً متميزاً عن سبل الدعاة إلى النظم الربوية ، وأصل ذلك قول الله تبارك وتعالى : ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ [يوسف : ١٠٨] ، ولقد ورد فى تفسير هذه الآية أن الداعي يجب أن يكون على بصيرة ويقين وبرهان هو وكل ما تبعه يدعوا إلى ما دعا إليه رسول الله (صلى الله عليه وسلم) فهو سبيل مستقيم لا عوج فيه ولا شك ولا شبهة ويختلف عن سبيل الجاهلية كما يوقن تماماً أن يبلغ ما أمر الله به .

فعلماء المسلمين الداعين إلى المصارف الإسلامية يلزم أن يكونوا على علم تام بفقهاء المعاملات بصفة عامة وفقهاء المعاملات المصرفية بصفة خاصة ، كما يجب أن يكونوا على بينة بما تقوم به البنوك الربوية وأهم الفروق بينها وبين البنوك الإسلامية ، كما يجب على العاملين بالمصارف الإسلامية أن يكونوا على دراية وفهم بما يقومون به من أعمال حتى يستطيعوا أن يردوا على ما يرد إليهم من استفسارات .

ومن ناحية أخرى يجب أن تتضمن رسالة الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدمتها ومنتجاتها بعض النصوص القرآنية والأحاديث النبوية ونماذج من سلوك وتصرفات الخلفاء والصحابة ومن الأهم بصدق وبإخلاص لأن ذلك يؤثر تماماً على عواطف ومعنويات مستقبل الدعوة كما يجب أن تعتمد على البيانات والأرقام والوثائق التى تؤكدتها وذلك من خلال الواقع .

ثالثاً : استقامة ووضوح سبيل الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

لكل دعوة سبيل يسير فيه الداعي ، وسبيل الدعوة إلى المصارف الإسلامية يلزم أن يكون مستقيماً واضحاً متميزاً ، لا اعوجاج فيه ولا تردد حتى يغرس اليقين فى قلوب الناس ، وهذا ما أشارت إليه الآية الكريمة : ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ ﴾ [يوسف : ١٠٨] ، والسابق الإشارة إليها ، كما يجب أن يلتزم من يسير فى سبيل الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة والجدال المؤدب وأصل ذلك قول الله تبارك وتعالى : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَاتِّبِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ [النحل : ١٢٥] .

وتتضمن هذه الآية الكريمة طبيعة سبيل الدعوة فى الإسلام وتتمثل فى الآتى :

(١) - الدعوة بالحكمة : وتعنى مخاطبة الناس بما يناسبهم من أساليب الكلام واختيار أسلوب التوصيل الذى يتفق مع عقولهم جبالتهم وجباتهم وظروفهم كما يجب الاعتماد على أسلوب الترغيب فى الخير والتحذير من الشر .

(٢) - الدعوة بالموعظة الحسنة : وتعنى استخدام القول البليغ والبيان النافع والمؤثر مع التركيز على ما فى الدعوة من خير وبر وما فى الباطل من شر واثم وجور .

(٣) - الجدال بالتي هى أحسن : وتعنى مجادلة المصرين على الباطل بالحجج القوية وبالأدلة القاطعة مع الالتزام بالرفق واللين وتجنب الغلظة والتعسف والتكبر .

رابعاً : تعدد وسائل توصيل الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

تقوم الدعوة على وسائل لتوصيلها إلى الناس ، وهذه الوسائل كثيرة ومتنوعة كما أنها تختلف من حيث مدى أثارها على مستقبلها ، كما أنها تتطور بسرعة فائقة ، ويمكن تقسيم وسائل توصيل الدعوة المعاصرة إلى المجموعات الآتية (١) :

(١) - الوسائل السمعية .

(٢) - الوسائل البصرية .

(٣) - الوسائل السمعية البصرية .

(٤) - وسائل الاتصال الشخصى المباشر الفردى أو الجماعى .

ولكل وسيلة من تلك الوسائل مجال تستخدم فيه ، وقد لا تصلح فى مجال آخر ولقد اعتمد رسول الله (صلى الله عليه وسلم) فى مجال الدعوة على الخطابة والرسائل المكتوبة وكذلك على الاتصال المباشر بينه وبين الناس ، وسوف نناقش هذا المقوم بشئ من التفصيل فيما بعد .

خامساً : تحديد طبيعة مستقبل الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

الدعوة إلى المصارف الإسلامية يجب أن تكون عالمية لكافة الناس على اختلاف جنسياتهم وعقائدهم سواء كانوا مؤمنين أو منافقين أو كافرين ، سواء أكانوا من العامة أو من المتخصصين فى مجال المعاملات ، سواء أكانوا مؤيدين أو محايدين أو معارضين .

إن عالمية الدعوة إلى المصارف الإسلامية تتطلب تنوع مضمون وأساليب توصيلها حسب طبيعة مستقبلها ، ولقد طبق هذا المنهج فى عهد رسول الله (صلى الله عليه وسلم) حيث كان يختار الآيات القرآنية التى تناسب كل موقف ، ولقد أشار إلى ذلك بقوله (صلى الله عليه وسلم) : " نحن معاشر الأنبياء أمرنا أن ننزل الناس منازلهم ونكلمهم على قدر عقولهم " ، كما ظهر ذلك جلياً فى الرسائل النبوية التى كان يرسلها رسول (صلى الله عليه وسلم) إلى الملوك والأمراء وغيرهم يدعوهم إلى عبادة الله تبارك وتعالى وحده وترك عبادة غيره .

(١) - د . محى الدين عبد الحلیم : " الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية " ، مكتبة الخانجى بمصر ، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م ، صفحة ٣٩-٤٠ .

□ كيف تدعو إلى المصارف الإسلامية ؟

إن دعاة المصارف الإسلامية فى أشد الحاجة إلى منهج مخطط يحدد لهم سبيل الدعوة وأساليبها وكيفية تبليغ وتعريف وتفهم وإقناع الناس وتذكيرهم بفكرة المصارف الإسلامية ، كما يحدد لهم أهداف ومضمون ووسائل الدعوة التى يفضل طرحها على الناس وفقاً لاختلاف درجاتهم وثقافتهم وبيئاتهم وميولهم واتجاهاتهم ، كما تتطلب عملية الدعوة كذلك تحديد أسس قياس وتقييم نتائج الدعوة ودور ذلك فى عملية التطوير فى المستقبل ، وفيما يلى خطوات المنهج المقترح لكيفية الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

أولاً : ترجمة الأهداف المنشودة من الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

يجب على القائمين على أمر الدعوة إلى المصارف الإسلامية أن يحددوا بآدى ذى بدء الأهداف المرجو تحقيقها من عملية الدعوة ، وتختلف هذه الأهداف باختلاف مستقبل الدعوة ، فعلى سبيل المثال يختلف هدف الدعوة إلى المصارف الإسلامية بين الجامعات والمعاهد عنه فى وسط رجال الأعمال وتأسيساً على ذلك سوف يتوقف مضمون الدعوة المطلوب توصيلها إلى مستقبلها تبعاً للهدف المنشود ، ويجب أن تفصل الأهداف الرئيسية إلى أهداف فرعية مرحلية حسب الخطة الزمنية للدعوة .

ثانياً : ترجمة أهداف الدعوة إلى المصارف الإسلامية فى صورة خطة شاملة .

إن التخطيط السليم من المقومات الأساسية لنجاح عملية الدعوة إلى المصارف الإسلامية ، ويتطلب ذلك ترجمة الأهداف الرئيسية إلى خطة شاملة تتكون من خطط فرعية على أساس زمنى أو أساس جغرافى أو على أساس آخر فى ضوء الواقع ، وتتضمن هذه الخطة معلومات وبيانات عن :

- عدد ونوعية الدعاة المطلوبين للدعوة خلال فترة معينة .
- احتياجات خطة الدعوة من المتطلبات المادية والبشرية .
- احتياجات خطة الدعوة من أجهزة ووسائل الدعوة .

ثالثاً : وضع البرامج التفصيلية للدعوة إلى المصارف الإسلامية .

يتم ترجمة الخطة الشاملة إلى برامج تفصيلية حتى يسهل تنفيذها وتقييم نتائجها ، وفيما يظهر فى هذه البرامج كما يلى :

- (١) - تخصيص الدعاة حسب مناطق الدعوة وذلك بعد التأكد من تثقيفهم وتزويدهم بما يحتاجونه من الوسائل والإمكانيات .
- (٢) - تقسيم مجال الدعوة إلى مواطن حسب نوعية الناس .
- (٣) - تحديد وسائل الدعوة المناسبة لكل مواطن .
- (٤) - وضع برنامج زمنى لمراحل الدعوة .

رابعاً : تنفيذ عمليات الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

وتتضمن هذه المرحلة قيام الدعوة بتبليغ وتفهم وإقناع مستقبلى الدعوة بمضمونها فى ضوء البرامج المخططة بالاستعانة بالأجهزة وبالوسائل الملائمة ، وتتم هذه العمليات على النحو التالى :

(١) - عملية التبليغ والتعريف بالمصارف الإسلامية ورسالتها وخدماتها منتجاتها .

(٢) - عملية التفهيم والإقناع بضرورة التعامل مع البنوك الإسلامية .

(٣) - عملية التوجيه والإرشاد عند بدء التعامل مع المصارف الإسلامية .

خامساً : متابعة تنفيذ عمليات الدعوة إلى المصارف الإسلامية .

كما سبق الإشارة ليست الدعوة إلى المصارف الإسلامية عملية وعظ وإرشاد وكلمات تقال بحرارة وحماس ، بل شاملة .. الأهداف والمقاصد ، فصلت فى برامج مكانية وزمانية ، ثم تترجم إلى تنفيذ فى الواقع ، ويتطلب التنفيذ متابعة مستمرة مع الإرشاد والتوجيه وذلك للتأكد من أن الأداء يتم وفقاً لما هو مبين فى البرامج المخططة ، وربما قد يترتب على عملية المتابعة تعديل فى البرامج أو فى الأساليب أو فى الأجهزة حسب الواقع كما سيرد مناقشته بعد قليل .

سادساً : قياس آثار الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتقييم أدائها .

يقوم القائمون على أمر الدعوة على المصارف الإسلامية بقياس آثار الدعوة على مستقبلها فى ضوء الآثار المخططة والمستهدفة وبيان أسباب الاختلاف وكذلك نواحى الإيجابيات والعمل على تنميتها ونواحى القصور والعمل على علاجها ، وتتطلب هذه المرحلة معايير لعملية القياس وهذه مسألة صعبة تماماً تحتاج إلى بحوث مستقلة ، ولكن يمكن الاستعانة بالمؤشرات الآتية :

- زيادة عدد المتعاملين مع المصرف الإسلامى .

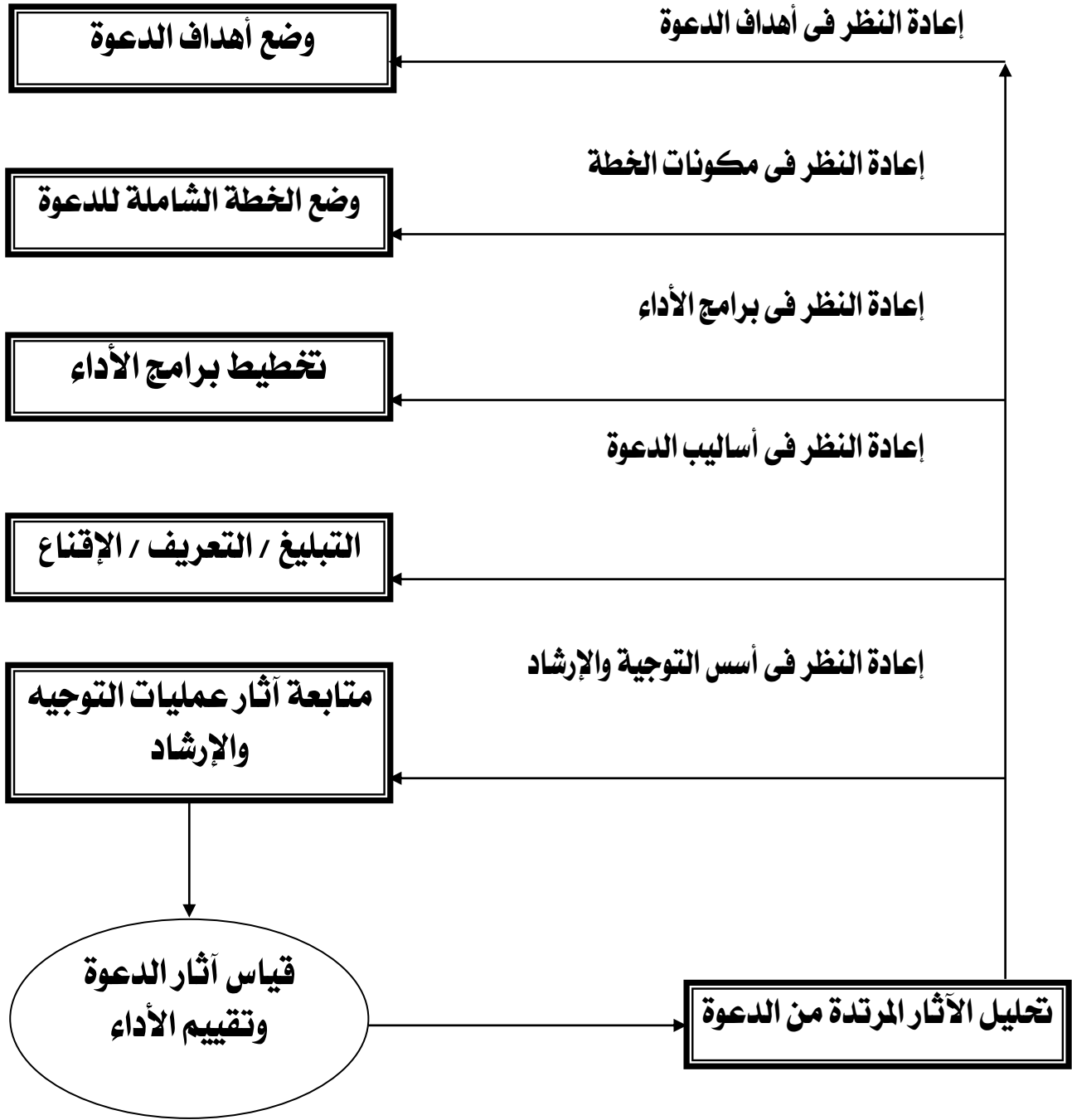
- زيادة الوعى المصرفى الإسلامى .

سابعاً : إعادة النظر فى مضمون ووسائل الدعوة فى ضوء الآثار المرتدة .

يلزم دراسة وتحليل ردود الفعل من آثار الدعوة إلى المصارف الإسلامية ومحاولة الاستفادة من ذلك فى خطط وبرامج ومضمون ووسائل الدعوة فى المستقبل ، فقد يترتب على نتائج تحليل ردود الفعل إعادة النظر أو تطوير فى المراحل السابقة ، ويطلق على هذا فى الفكر المعاصر بالتغذية العكسية بالمعلومات Feed back .

ويمكن تصوير الخطوات السبع السابقة فى صورة خريطة على النحو التالى :

نقطة البداية



□ الإطار المقترح لوسائل الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

□ مفهوم وسائل الدعوة .

تنتقل الدعوة إلى الناس بواسطة وسائل مختلفة ، وبتنوع هذه الوسائل يتنوع الناس واختلاف العناصر المؤثرة فيهم ، فهناك من الوسائل ما يخاطب العقل المجرد ، ومنها ما يخاطب العاطفة والوجدان ، ومنها ما يخاطب المجادلين وإقناعهم ، ومنها ما يخاطب الخصوم والأعداء وصد اعتداءاتهم .

ولقد اعتمد رسول الله (صلى الله عليه وسلم) والدعاة من بعده على عدة وسائل لتبليغ الدعوة من أهمها المسجد وكان يلقي فيه الخطب والدروس وكان جهازا ضخما فى مادته ومضمونه ورسالته وقوة تأثيره ، وكذلك الرسائل التى كان يرسلها الرسول (صلى الله عليه وسلم) إلى الملوك ورؤساء القبائل ، وظل الخلفاء والأمراء من بعده يستخدمون هذه الوسيلة .

□ وسائل الدعوة التى يمكن استخدامها فى مجال الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

يمكن تقسيم وسائل الدعوة بصفة عامة إلى ثلاث مجموعات أساسية هى (١) :

أولا : مجموعة الوسائل السمعية : وتتضمن ما يلى :

١- الخطابة .

٢- الإذاعة .

٣- وكالات الأنباء .

٤- آلات التسجيل .

ثانيا : مجموعة الوسائل البصرية : وتتضمن ما يلى :

١- الصحافة .

٢- الكتب والمجلات والدوريات .

٣- النشرات والمطبوعات .

(١) - لمزيد من التفصيل يرجع إلى :

د . د . محى الدين عبد الحليم : " الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية " ، مرجع سابق ، ص ٣٩ وما بعدها .

- محمد كمال الدين إمام : " النظرة الإسلامية للإعلام " ، درا البحوث العلمية ، الكويت ، ١٤٠١هـ - ١٩٨٤م ، ص ٥٠ .

٤- نماذج التصوير المشروعة .

٥- نماذج الرسوم البيانية .

٦- المعارض والنصب التذكارية واللافتات .

ثالثا : مجموعة الوسائل السمعية والبصرية : وتتضمن ما يلي :

١- دار الخيالة .

٢- المسرح .

٣- التلفاز

٤- الفيديو .

٥- الكمبيوتر والإنترنت .

رابعا : مجموعة الاتصال الشخصي بالجماهير من خلال الدعوة الفردية والإقناع الشخصي .

□ الشروط الواجب توافرها فى وسائل الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

من أهم خصائص وسائل الدعوة إلى المصارف الإسلامية ما يلي (١) :

١- ألتزم جميع الوسائل بالوضوح الدقيق والبيان الشامل والصدق .

٢- أن تحتوى الوسيلة على الحكمة أو الموعظة الحسنة أو المجادلةة بالتى هى أحسن أو هما معا حسب طبيعة مستقبل الدعوة .

٣- أن تدور هذه الوسائل مع النفس البشرية وتتعامل معها مباشرة .

٤- أن تراعى الوسيلة نوعية المخاطبين وترتيب الأولويات .

٥- يلزم أن تكون وسائل الدعوة مشروعة (٢) ، فعلى سبيل المثال لا تستخدم التماثيل أو الصور المثيرة .. كما هو الحال فى سائل الإعلام المعاصرة .

ولا يمنع الإسلام من استخدام الوسائل الحديثة المتطورة فى نقل رسالة الدعوة إلى الإسلام بصفة عامة وإلى المصارف الإسلامية ، ولكن يشترط لصحة استخدام الوسيلة ألا تلجأ إلى الحرام فعلى سبيل المثال لا تستخدم الصور المحرمة حيث ورد بشأنها التحريم القاطع وكذلك لا تستخدم التماثيل ، والإسلام بهذا الرفض لا يعارض العلم والتقدم وإنما يعارض ما يؤدي إلى استخدام العلم فيما يضر ولا ينفع (٣) .

(١) - د . أحمد أحمد غلوش : " الدعوة الإسلامية : أصولها ووسائلها " ، دار الكتاب المصرى القاهرة ، ١٣٩٩هـ-١٩٧٨م ، صفحة ٢٧٦ وما بعدها .

(٢) - لمزيد من التفصيل يرجع إلى :

- عبد الله ناصح علوان : " حكم الإسلام فى وسائل الإعلام " ، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع ، حلب ، سوريا ، ١٤٠٠هـ-١٩٨٠م .

(٣) - الدكتور عمارة نجيب : " الإعلام فى ضوء الإسلام " ، مكتبة المعارف ، الرياض ، ١٤٠٠هـ-١٩٨٠م ، ص ٢٠٨ .

□ الإطار المقترح لمواطن الدعوة إلى المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها .

لكل سلعة أو منتج سوقا معينة حيث تسوق فيه ويهتم المنتجون بدراسة السوق دراسة جيدة وينفقوا من النفقات الكثيرة من أجل السيطرة على أكبر جزء منه ، كما يركز الإعلان على المترددين على الأسواق لأجل جذبهم وإقناعهم بالسلعة .

ولكن طبيعة منتجات المصرف الإسلامى ليس مثل المشروعات أو المؤسسات أو البنوك الربوية ولذلك تختلف مواطن تسويق منتجاتها عن مواطن تسويق السلع والخدمات الأخرى ، وسوف نحاول فى الصفحات التالية دراسة أنسب مواطن (أماكن) الدعوة إلى المصارف الإسلامية لتسويق خدماتها ومنتجاتها مع بيان وسائل الدعوة وكذلك مضمونها .

وهذا وتتمثل أهم مواطن الدعوة المقترحة فى الآتى :

- ١- المصرف الإسلامى ذاته ومؤسسات والعاملين به الذين يجب أن يكونوا سفراء لرسالة المصارف الإسلامية .
- ٢- المساجد : حيث يتردد عليه معظم الذين يرددون تطهير أنفسهم وأموالهم ويبحثون عن الحلال الطيب .
- ٣- الجمعيات الاجتماعية والمراكز الثقافية والنوادي الرياضية وما فى حكم ذلك .
- ٤- الجمعيات والمعاهد والجامعات : لنشر ثقافة فقه المعاملات بصفة عامة وفقه المصارف الإسلامية بصفة خاصة .
- ٥- المؤتمرات والندوات والحلقات الدراسية وما فى حكم ذلك لبحث قضايا المصارف الإسلامية .
- ٦- أجهزة الحكومة ومؤسساتها العليا ولاسيما ما يتعلق بالشئون الإسلامية .

وفيما يلى نبذة مختصرة عن كل منها

أولاً : المصرف الإسلامى ذاته .

يعتبر أصحاب المصرف الإسلامى والعاملين به من مستوى رئيس مجلس الإدارة من أهم الناس الذين فى حاجة إلى فهم صحيح واقتناع عميق برسالة المصرف الإسلامى لأنهم فى حد ذاتهم من أهم وسائل الدعوة ولذلك يجب خلق الولاء بينهم وبين المصرف الإسلامى كمؤسسة إسلامية ، كما يجب أن يكونوا على بينة وبصيرة بأنشطة المصرف بصفة عامة وبالعمل الذى يقوم به بصفة خاصة .

ومن وسائل الدعوة الملائمة للعاملين فى المصرف ما يلى :

١- المحاضرات الخاصة والحلقات الدراسية .

٢- البرامج التدريبية للتوعية .

٣- وسائل التحفيز المادى والمعنوى .

وتحتوى رسالة الدعوة الملائمة لهذا المواطن ما يلى :

١- طبيعة أنشطة المصرف الإسلامى .

٢- القواعد والأحكام الشرعية التى تحكم أنشطة المصرف الإسلامى .

٣- أهم الأسئلة والاستفسارات حول المصارف الإسلامية وكيفية الرد عليها .

ثانيا : المسجد .

كان المسجد فى صدر الإسلام الوطن الأساسى للدعوة الإسلامية وكان متعدد الأغراض فكان مكانا للعبادة ، ومدرسة ، وإذاعة دينية ، كما كانت تعقد به الندوات والمؤتمرات والحلقات الدراسية ، ولقد خرج هذا المسجد الدعاة الصادقين المخلصين المثقفين الثقات والذين وصلوا دعوة الإسلام إلى ربوع العالم ، وكان أئمة المساجد والخطباء يتحلون بالعقيدة القوية والخلق الحسن والفهم الصحيح للإسلام كمنهج للحياة ، كما كانوا واسعى الثقافة من اللغات ما يساعدهم بالاتصال بكل الناس .

والمسجد هو الوطن الأساسى للدعوة إلى المصارف الإسلامية بصفة عامة حيث يتواجد فيه معظم الناس الذين دخل فى قلوبهم الإيمان والإسلام .

ومن وسائل الدعوة الملائمة مع المسجد هى :

١- وسيلة الاتصال الشخصى المباشر بين الداعى (الإمام - الواعظ العالم) وبين الناس وبذلك يمكن توصيل مضمون رسالة الدعوة وهذا غالبا يكون من خلال الصلوات الخامسة .

٢- الخطب ، يمكن تخصيص بعض الخطب عن الاقتصاد الإسلامى وركائزه : فريضة الزكاة وتحريم الربا والاكتناز والحث على الاستثمار ، كما تخصص أيضا بعض الخطب عن نماذج التطبيق العملى لمفاهيم وقواعد الاقتصاد الإسلامى ومنها المصارف الإسلامية وبيوت التمويل والاستثمارات الإسلامية والخدمات والمنتجات التى تقدمها المصارف الإسلامية .

٣- حلقات الدروس المسائية : يمكن تخصيص أيضا بعض حلقات الدروس عن الاقتصاد الإسلامى والمصارف الإسلامية وبيوت التمويل والاستثمار الإسلامية .

هذا ويمكن الاستفادة من تكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة فى هذا الصدد مثل : الفيديو وجهاز العرض السينمائي والفايوس السحري والدوائر التليفزيونية والتلفاز اللاسلكى وكذلك شبكات وشاشات الكمبيوتر والإنترنت (١).

ومحتوى رسائل الدعوة فى المساجد تركز على النقاط الآتية :

- ١- شمولية الإسلام للعبادات والمعاملات ، وأن الإسلام اقتصاد ومال وصيرفة .
- ٢- خصائص وركائز الاقتصاد الإسلامى والفروق بينه وبين نظم الاقتصاد الوضعية .
- ٣- التهديد والتنديد بمن يتعامل بالربا فى ضوء القرآن والسنة .
- ٤- الآثار السيئة والمضار الجسيمة للنظام الربوى .
- ٥- مفاهيم المصارف الإسلامية وأنشطتها ومنتجاتها .
- ٦- خدمات المصارف الإسلامية الاجتماعية والإسلامية .
- ٧- القواعد والأحكام الشرعية التى تحكم أنشطة المصارف الإسلامية .

ثالثا : الجمعيات الاجتماعية والمراكز الثقافية والنوادي الرياضية .

يتسم رواد هذه المواطن با نخفاض مستوى العاطفة والثقافة الإسلامية ، وهم عادة من الطبقة المتوسطة والتي غالبا تتعامل مع المصارف الربوية ، ولذلك فهى موطن خصب لدعوتهم إلى التطهير من موبقة الربا والتحرر من برائثه وهم أحوج الناس إلى ذلك .
ومن وسائل الدعوة الملائمة لهذا المواطن ما يلي :

- ١- المحاضرة العامة والتي يعقبها أسئلة واستفسارات ومناقشات .
- ٢- جهاز العرض السينمائي والفايوس السحري لعرض بعض النماذج عن خدمات المصرف الإسلامى ومنتجاته المختلفة .
- ٣- المطبوعات المختلفة مثل النشرات والمجلات .

ومحتوى رسالة الدعوة الملائمة لهذه المواطن ما يلي :

- ١- التنديد والتهديد بمن يتعامل بالربا فى ضوء القرآن والسنة .
- ٢- مفاهيم وخصائص وأنشطة المصارف الإسلامية .

(١) - د . محمد على العوينى : " الإعلام الإسلامى الدولى : بين النظرية والتطبيق " مذكرات من مطبوعات جامعة الإمارات العربية المتحدة ، ١٩٨٢م

٣- الفروق الجوهرية بين المصارف الإسلامية والبنوك الربوية .

٤- كيفية التعامل مع المصارف الإسلامية .

رابعاً : المدارس والمعاهد والجامعات .

يتواجد فى هذه المواطن فئتين من الناس : فئة الطلبة وفئة المدرسين والأساتذة ، فالفئة الأولى يمكنها أن تؤثر على أولياء الأمور والذين يحوزون المال ويتعاملون مع البنوك الربوية ، والفئة الثانية هى التى تقوم بتربية الطلبة فكريا وعلميا وهى تتمتع بالنضوج الفكرى والثقافى وتستطيع أن تؤثر على الطلبة ، كما لديها القدرة على التأثير على المجتمع من خلال الاحتكاكات الفردية فى الخارج ولذلك تعتبر ذات أثر فعال فى مجال الدعوة إلى المصارف الإسلامية إذا ما أمكن تبليغها وتفهمها وإقناعها برسالة المصارف الإسلامية .

ومن وسائل الدعوة الملائمة فى هذا المواطن ما يلى :

١- المحاضرة العامة والتى يعقبها أسئلة واستفسارات ومناقشات .

٢- جهاز العرض السينمائي والфанوس السحري لعرض بعض النماذج المصورة بيانيا عن خدمات وأنشطة المصرف الإسلامى .

٣- شاشات الكمبيوتر وشبكات الإنترنت .

ومحتوى رسالة الدعوة الملائمة لهذه المواطن ما يلى :

١- الفكر الاقتصادى الإسلامى ومقارنته بالفكر الاقتصادى الوضعى .

٢- مفاهيم المصارف الإسلامية مع المقارنة بالبنوك الربوية .

٣- دور المصارف الإسلامية فى التنمية الاجتماعية والاقتصادية .

٤- الافتراءات والانتقادات على المصارف الإسلامية والرد عليها .

خامساً : المؤتمرات والندوات والحلقات الدراسية .

يعقد فى كل دولة إسلامية على الأقل مؤتمرات فى مجالات مختلفة مثل الإدارة ، والحاسبة والاقتصاد والتشريعات والمصارف ، وتعتبر المؤتمرات والندوات والحلقات الدراسية مكانا مناسباً للدعوة إلى الاقتصاد الإسلامى وإلى المصارف الإسلامية وذلك عن طريق طرح ومناقشة موضوعات تتعلق بالفكر الاقتصادى الإسلامى وبيان ذاتيته والفروق بينه وبين الفكر الاقتصادى الوضعى ، كما يمكن تخصيص بعض المؤتمرات والندوات والحلقات الدراسية عن الاقتصاد الإسلامى ونماذجه التطبيقية .

ومن وسائل الدعوة الملائمة فى هذا المواطن ما يلى :

١- الأبحاث والمقالات .

٢- النشرات والكتيبات .

٣- وسائل الإعلام والتوصيل الحديثة .

ومحتوى رسالة الدعوة الملائمة فى هذا الوطن ما يلى :

١- ذاتية الفكر الاقتصادى الإسلامى والفرق بينه وبين الفكر الاقتصادى الوضعى .

٢- مفاهيم وذاتية المصارف الإسلامية والفرق بينها وبين البنوك الربوية .

٣- دور المصارف الإسلامية فى مجال التنمية الاجتماعية والاقتصادية .

٤- الصحة الإسلامية وكيف يمكن الاستفادة منها فى مجال الاقتصاد الإسلامى ونماذجه التطبيقية .

سادسا : أجهزة الحكومة ومؤسساتها العلمية .

سبق أن أشرنا إلى أن هناك بعض أجهزة الحكومات الإسلامية تضع بعض القيود والعراقيل التى تعوق نمو وتطور المصارف الإسلامية وتثير حولها العديد من الشبهات ، والقائمون على أمر هذه الأجهزة فى حاجة إلى تبليغ وتفهم واقناع بأهمية المصارف الإسلامية فى المجالات المختلفة ومن مصلحة الحكومات الإسلامية مساندتها وأنها سوف تسأل أمام الله عن ذلك .

ومن أهم وسائل الدعوة إلى هذا الوطن ما يلى :

١- الرسائل التى تتضمن الترغيب والترهيب .

٢- الكتيبات والنشرات .

٣- الوثائق والكتب .

وتتضمن رسالة الدعوة إلى هذه المواطن ما يلى :

١- دور ومسئولية الحكومات الإسلامية فى دعم المصارف الإسلامية .

٢- بيان الآثار السيئة للنظام الربوى على النواحي الاجتماعية والاقتصادية .

٣- إبراز طبيعة الاستثمار الربوى .

□ تجارب وخبرات عملية فى مجال الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وتسويق خدماتها ومنتجاتها.

من خلال تجربتى كأستاذ فى الجامعة لمساقات (مواد وموضوعات) تتعلق بالاقتصاد الإسلامى والمصارف الإسلامية ومن تجربتى كمحاضر وباحث فى نفس المجال ، يمكن تلخيص أهم نتائج الدعوة لتسويق خدمات ومنتجات المصارف الإسلامية وذلك على النحو التالى :

أولاً : تجربة الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية فى محيط الجامعة .

لقد بدأت التجربة فى كلية التجارة جامعة الأزهر بالقاهرة حيث كلفت وبعض من زملائى بتدريس بعض مساقات المحاسبة فى الإسلام والاقتصاد الإسلامى فى مرحلة الدراسات العليا ، ثم حاولنا إدخال هذه المساقات لطلبة مرحلة البكالوريوس على النفقات بجوار محاسبة التكاليف والنظام الاقتصادى الإسلامى بجوار النظم الاقتصادية ونتيجة هذه التجربة أن انتشرت مفاهيم الاقتصاد الإسلامى بين طلبة الدراسات العليا وطلبة مرحلة البكالوريوس ، ما كان يحدث لولا الدعوة إليه ، وبذلك تمكنت الكلية من تخريج طلبة يمكنهم العمل فى المؤسسات الاقتصادية الإسلامية وربما امتد أثر ذلك إلى إقناع من يحتكون بهم بضرورة التعامل مع المصارف الإسلامية ، ويمكن أن هذا الأثر أكبر لولا أنه أضيفت مساقات أخرى مثل المحاسبة فى الإسلام ، محاسبة المؤسسات الاستثمارية الإسلامية والإدارة فى الإسلام .

ولقد قمت بهذه التجربة فى جامعة الإمارات العربية المتحدة على النحو التالى :

١ - أضيفت مساقات فى مجال الاقتصاد الإسلامى لم تكن موجودة من قبل مثل : مساق محاسبة الزكاة ، مساق المحاسبة فى الإسلام كما كان يوجد من قبل مساق الإدارة فى الإسلام ومساق الاقتصاد الإسلامى والنظم المالية الإسلامية .

٢ - الدعوة إلى إعداد بحوث التخرج فى مجال الاقتصاد الإسلامى وفروعه إذ تم فى خلال سنتين فقط حوالى ثلاثون بحثاً فى مجال الاقتصاد والإدارة والمحاسبة فى الإسلام .

٣ - عمل زيارات ميدانية للطلبة والطالبات إلى بنك دى الإسلامى ومؤسساته ليطلع الطلبة بأنفسهم على الواقع العملى للمصارف الإسلامية .

ولقد حققت هذه التجربة نجاحاً طيباً فى مجال تنمية الوعى المصرفى الإسلامى وفى تسويق خدماته ومنتجاته .

ثانيا : تجربة الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية فى المدارس .

لقد أتاحت لنا الفرصة لإعطاء محاضرات فى المواسم الثقافية فى المدارس فى مرحلة الثانوى عن الاقتصاد الإسلامى والفروق بينه وبين النظم الاقتصادية الوضعية وكذلك عن المصارف الإسلامية ولقد أتت هذه التجربة بثمار طيبة ليس فقط بين الطلاب ولكن أيضا بين المدرسين ، ومن بين النتائج أن قام فريق من المدرسين وأولياء الطلبة بالتعامل مع المصارف الإسلامية والتعاطف معها .

ولقد استعنا فى هذا الصدد بالمطبوعات والمنشورات والمجلات التى تتعلق بالمصارف الإسلامية .

ثالثا : تجربة الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية فى الجمعيات الاجتماعية والمراكز الثقافية.

تم إعطاء بعض المحاضرات فى بعض الجمعيات الاجتماعية والمراكز الثقافية فى مواسمها الثقافية ، وثار جدل ونقاش فكرى حول مفاهيم المصارف الإسلامية ، وما يثار حولها من انتقادات ، ومن ثمار هذه التجربة هو استطلاع آراء الناس عنها ومحاولة إزالة الشك والريب من أفكارهم .

رابعا : تجربة الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية فى المساجد .

قام بعض من أئمة المساجد بإعطاء خطب عن الاقتصاد الإسلامى وركائزه - الزكاة ، تحريم الربا والمعاملات الخبيثة واستثمار المال وتحريم الاكتناز ، كما أعدت بعض الحلقات الدراسية عن المصارف الإسلامية وشركات التأمين الإسلامية ولقد اشترك فى هذه التجربة بعض الدعاة من وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية ومن المصارف الإسلامية ومن أساتذة الجامعة المهتمين بالاقتصاد الإسلامى .

ومن نتائج هذه التجربة ما يلى :

١ - تفهيم الناس الحلال والحرام فى استثمار المال .

٢ - تفهيم الناس فكرة المصارف الإسلامية والفرق بينها وبين البنوك الربوية .

٣ - تحول كثير من الناس من التعامل مع البنوك الربوية ، وتعاملهم مباشرة مع المصارف الإسلامية .

٤ - التفاعل والمزج بين الدعاة من المصارف الإسلامية وبين الوعاظ وأساتذة الجامعة .

□ خلاصة البحث

ناقشنا فى هذا البحث منهج ووسائل ومواطن الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية بين الواقع والمقترح الواجب أن يكون ، توصلنا إلى مجموعة من النتائج من بينها ما يلى :

(١) - ليس هناك خطة شاملة ومتكاملة ذات برامج للدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية بل عبارة عن جهود فردية .

(٢) - كان لمنهج الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية الكثير من الإيجابيات كما كان لها بعض السلبيات والتي تحتاج إلى التصويب .

(٣) - لمنهج الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية ذاتية خاصة تختلف عن الإعلان عن البنوك الربوية ، ولقد بينا أهم المقومات التي تقوم عليها هذه الدعوة ومراحلها .

(٤) - اقترحنا نموذجا للدعوة إلى المصارف الإسلامية يتضمن الخطوات التي يجب أن ينتهجها الداعى إليها ليساعده فى كيف يدعو إلى المصارف الإسلامية ؟

(٥) - وصلنا إلى تصور يتضمن وسائل ومواطن الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية ليساعد فى تسويق خدماتها ، ولقد اعتمدنا فى هذا الصدد على مفكرى الدعوة إلى الإسلام وكذلك على الواقع .

(٦) - هناك تجارب وخبرات عملية فى مجال الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية وهى طيبة لو أحسن تنميتها لحققت خيرا كثيرا ، ولكن مازالت جهودا فردية يلزم وضعها فى إطار متكامل .

(٧) - يقع على عاتق الاتحاد الدولى للمصارف الإسلامية مسئولية وضع برنامج عالمى للدعوة إلى المصارف الإسلامية انبثاقا من عالمية الدعوة الإسلامية .

□ التوصيات

فى ضوء النتائج العامة للبحث يمكن التوصية بما يلى :

أولاً : التدقيق فى اختيار الكوادر العاملة فى المصارف الإسلامية بشرط أن يتوافر فيها عنصر الكفاءة والأمانة ، وتجنب الوساطات والعلاقات الشخصية لأن المصرف ليس ملكاً لأصحابه ولكن ملك لجميع المسلمين .

ثانياً : دعوة القائمين على أمر المصارف الإسلامية بضرورة الاهتمام بتصحيح ما يظهر والتي تستند إلى أدلة ضعيفة ، وهنا نناشد الاتحاد الدولى للمصارف الإسلامية بضرورة الاهتمام بمشروع توحيد الفتاوى الشرعية والرقابة على تنفيذها والتغيير على من يخالفها لأهمية ذلك فى الدعوة إلى مفاهيم المصارف الإسلامية .

ثالثاً : يجب على المصارف الإسلامية تخصيص قسم أو إدارة تختص بالدعوة ، وتوفير الإمكانيات والكفاءات اللازمة لذلك ، فى إطار الخطة العامة الشاملة التى يضعها الاتحاد الدولى للمصارف الإسلامية ، وتختص هذه الإدارة بالتخطيط والمتابعة والتوجيه على برامج الدعوة فى المواطن المختلفة وباستخدام الوسائل المتقدمة .

رابعاً : الاهتمام بالفكر الاقتصادى الإسلامى ونماذجه التطبيقية فى مجال المؤسسات التعليمية حتى يمكن تربية وتعليم الطلاب فى ضوء الأفكار الصحيحة وليكونوا قادرين على حمل رسالة المصارف الإسلامية فكراً وواقعاً .

خامساً : يجب على المصارف الإسلامية مضاعفة دورها فى مجال الدعوة الإسلامية بصفة عامة وتطهير البيئة التى تعمل فيها من الأفكار المستوردة ، فكلما زاد الوعى الإسلامى زاد بالضرورة معه الوعى المصرفى الإسلامى والذى يؤدى إلى تسويق خدمات ومنتجات المصارف الإسلامية ، ويمكن لها أن تخصص جزءاً من ميزانياتها لتمويل تلك الدعوة .

سادساً : الاهتمام بدعوة أولى أمر المسلمين بدعم المصارف الإسلامية ، وتسهيل برامج الدعوة لها فى أجهزة الإعلام وإبراز دورها فى مجال التنمية الاجتماعية والاقتصادية .

والحمد لله الذى بنعمته تتم الصالحات