

العلاقات العامة في النص القرآني دراسة وصفية تأصيلية

إعداد

الدكتور زهير عبد اللطيف عابد
أستاذ العلاقات العامة والإعلان المشارك
عميد كلية الإعلام – جامعة الأقصى

ملخص الدراسة

العلاقات العامة في النص القرآني

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى صورة العلاقات العامة في النص القرآني، وربطها بما جاء من العلوم الحديثة للعلاقات العامة في الوقت الحالي؛ إذ أن القرآن والسنة النبوية يوجد بهما الكثير من المعرفة العلمية في مجالات الحياة المختلفة، والتي يمكن الاستفادة منها وتسخيرها لخدمة الأمة الإسلامية في كل مكان ومختلف العلوم، إذ استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي والتأصيلي، وخلصت الدراسة إلى أن الشريعة الإسلامية والقرآن الكريم سبقت الباحثين في الوقت الحالي في وضع أسس ومفاهيم للعلاقات العامة، وأن النص القرآني الكريم يُعدُّ مصدرًا مهمًا لا يقل أهمية عن المصادر الحديثة للعلاقات العامة، وأن القرآن الكريم نصه واحد لا لبس فيه، ويفسر نفسه بنفسه في كيفية التأسيس لعلاقات عامة مميزة تستند على أسس ومبادئ إلهية، ولا تخضع للمجال الوضعي للإنسان.

Abstract

Public Relations in Quranic Text

This study aims at identifying the image of public relations in the text, and its relation to modern sciences nowadays. The Quran and Prophetic Sunna have a lot of knowledge and scientific miracles in various fields of life. The researcher has used foundation and disprective approach The study comes to the conclusion that The Islamic law (Sharia) and The Quran have preceded the researchers in laying down the basics and concepts of public relations nowadays. Surely, The Quranic text is considered an important source in public relations. The Quranic text is obvious and explicit in establishing distinctive public relations based on divine principles.

مقدمة:

إن الحمد لله نحمده ونستعينه، ونستغفره، ونستهديه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا، وسينات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له ومن يضل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله، أصدق ناصح وأعظم مبلغ، وخير هاد إلى الصراط المستقيم، اللهم صلى وسلم عليه وعلى آله وأصحابه أجمعين والتابعين له إلى يوم الدين وبعد.

فقد أرسل الله رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله شاهداً ومبشراً ونذيراً، وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً، قال تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ﴾⁽¹⁾. هو النبي الأمي محمد صلى الله عليه وسلم الذي بلغ رسالة ربه للعالمين، وأثار لنا درب الحياة من خلال قرآن وسنة نبوية شريفة فيها كل العلوم والمعارف التي لم تخطر على بال البشر، وسيبقى العالم يبحث فيها حتى قيام الساعة.

بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة وتركها على المحجة البيضاء، هلك من فرط فيها ولم يلتزم بها قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ﴿تركت فيكم شيئين لن تضلوا بعدها، كتاب الله وسنتي﴾⁽²⁾، وقال تعالى: في سورة النحل: ﴿وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ﴾⁽³⁾، وقال تعالى: ﴿أَفَعَيِّرَ اللَّهُ أَبْنَعِي حَكَمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفَصَّلًا وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْلَمُونَ أَنَّهُ مُنَزَّلٌ مِّن رَّبِّكَ بِالْحَقِّ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ﴾⁽⁴⁾. مؤكداً أن القرآن الكريم كتاب علم وتشريع يحتوي على العلوم كلها بما فيها علم العلاقات العامة.

وقال صلى الله عليه وسلم: ﴿ستكون فتن، قيل: وما المخرج منها؟ قال كتاب الله فيه نبأ ما قبلكم، وخبر ما بعدكم، وحكم ما بينكم﴾⁽⁵⁾، ويقول الإمام السيوطي: (إن كتاب الله تعالى اشتمل على كل شيء، أما أنواع العلوم فليس منها باب ولا مسألة هي أصل، إلا وفي القرآن شرح أفعاله وصفاته، وهذه العلوم لا نهاية لها، وفي القرآن إشارة إلى مجامعها)⁽⁶⁾.

إذ تُعد العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية امتدت جذورها منذ أن وجد الإنسان على هذه الأرض. ومما لا شك فيه أن التجمعات البشرية أينما وجدت نشأت بينها العلاقات والاتصالات والمعاملات حتى تستطيع هذه التجمعات أن تواجه متطلبات الحياة⁽⁷⁾. أما العلاقات العامة في الإسلام فقد ظهرت بوضوح منذ بداية الدعوة الإسلامية، على يد رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم، وجاءت في

القرآن والسنة النبوية بآيات وأحاديث تدلل على مدى اهتمام الإسلام بالتفاهم مع الآخرين.

وفى هذه الدراسة أراد الباحث القول إن أمة الإسلام هي أمة لديها كنز من المعرفة يمكن أن تستفيد منه أنه القرآن الكريم ومن معجزاته، وعلينا أن نسعى إلى الاجتهاد في تفسيره وربطه بالعلوم الحديثة؛ لذا جاءت هذه الدراسة للتعرف على صورة العلاقات العامة في النص القرآني وربطها بما جاء من العلوم الحديثة للعلاقات العامة في الوقت الحالي.

مشكلة الدراسة:

بالرغم من اختلاف شكل العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي في المؤسسات المختلفة، إلا أنها تبقى على ارتباط وثيق يربطها بالبيئة التي تتواجد فيها، برباط تبادلي في التأثير والتأثير؛ لذا لا تستطيع إدارة العلاقات العامة بصورة خاصة تحقيق أهدافها بمعزل عن بيئتها الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، والتعليمية، والدينية. ومن بين هذه البيئات المؤثرة في وظيفة العلاقات العامة، البيئة الدينية؛ إذ أن للدين أثراً بالغاً في الإدارة، حيث يتضح ذلك في سلوك العاملين فيها، ولما جاء الإسلام بالقرآن والسنة النبوية الشريفة، حدد مبادئه بدقة وكان أكثر وضوحاً في التأثير على الإدارة، فكان التخصص في الإدارة، وتقسيم العمل، والتخطيط، والتنظيم، والقيادة، والرقابة. وقد أولى اهتماماً بظاهرة الرأي العام الذي هي مجال عمل العلاقات العامة، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن القرآن الكريم جاء بأقوال، وأفعال، وتقريرات، تطبيقاً لمفهوم العلاقات العامة بمفهومها الحديث في ترسيخ القيم الجميلة والذوق الرفيع؛ والتي تتوفر شكلاً ومضموناً في الشريعة الإسلامية من خلال القرآن والسنة النبوية الشريفة؛ لذا جاءت هذه الدراسة للتعرف على العلاقات العامة من ناحية نشأتها وتطورها ومفهومها، وأهدافها، ووسائلها من خلال إبراز الآيات القرآنية التي تدلل على وجودها في النص القرآني وما يربطها بها

أهداف الدراسة:

يهدف البحث لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- 1- التعرف إلى نشأة العلاقات العامة وتطورها وعلى النصوص القرآنية التي تؤيدها.
- 2- التعرف إلى مفهوم العلاقات العامة وعلى النصوص القرآنية التي تؤيدها.
- 3- التعرف إلى أسس العلاقات العامة وعلى النصوص القرآنية التي تؤيدها.
- 4- التعرف إلى أهداف العلاقات العامة وعلى النصوص القرآنية التي تؤيدها.

5- التعرف إلى أساليب الاتصال في العلاقات العامة الإسلامية والنصوص القرآنية المؤيدة لها.

أهمية الدراسة:

1- أنها تناقش موضوعاً جديداً بالبحث والدراسة، وهو العلاقات العامة من النص القرآني.

2- غياب مفهوم العلاقات العامة في الآيات القرآنية موضع البحث عن الكثير من المسلمين.

3- بيان أهمية العلاقات العامة في الإسلام، وما لها من أثر في المسؤولية الاجتماعية للمسلم، وفي بناء المجتمع الإسلامي السليم بعيداً عن التطرف والعصبية والطائفية، أو ربط العلاقات العامة بالاستخلاف الذي أراده الله تعالى لبني الإنسان وفق قوله تعالى: **{هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا}** (8).

4- إعطاء صورة واضحة المعالم عن مفهوم العلاقات العامة، وأهدافها، ووسائلها في الإسلام بصفة عامة.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على عرض نشأة العلاقات العامة ومفهومها ووسائلها وأساليبها وأهدافها من خلال ما يعززها من الآيات القرآنية.

مصطلحات الدراسة:

القران لغة: لفظ القران مشتق من (قرأ)، يقرأ، قراءة، وقرانا، ومنه قوله تعالى: **{إِنَّ عَلَيْنَا جَمْعَهُ وَقُرْآنَهُ}** (9).

اصطلاحاً: كلام الله المنزل على نبيه محمد المعجز بلفظه المتعبد بتلاوته المنقول بالتواتر المكتوب في المصاحف من أول سورة الفاتحة إلى آخر سورة الناس (10).

اصطلاحاً: العلاقات العامة: هي فن الاتصال الإنساني الذي يسعى إلى صناعة علاقات متميزة بين المنظمة وجمهورها (11).

إجرائياً: العلاقات العامة: هي الأعمال التي جاء بها النص القرآني لخلق نوع من التفاهم بين المسلمين وبعضهم البعض وبين المسلمين والمجتمعات الأخرى، على أساس من التفاهم والاحترام المتبادل لتحقيق المصلحة المشتركة للإسلام والجميع.

نوع الدراسة ومنهجها:

يتناول هذا الموضوع صورة للعلاقات العامة في القرآن دراسة وصفية تحليلية لواقع العلاقات العامة الحديثة من ناحية الأهداف والوظائف والمبادئ والأسس والأساليب. كما تعتبر دراسة تأصيلية في التركيز على أصلها ومنبعها في القرآن

الكريم من خلال المعلومات والحقائق المعززة بالآيات القرآنية بهدف تأصيل مفهوم العلاقات العامة في النص القرآني وبوصفه من المفاهيم العلمية الحديثة، وهي محاولة الهدف منها توجيه الاهتمام نحو فتح الطريق لتأكيد على أصالة الإسلام والمعرفة الإسلامية في كافة المجالات وفي العلاقات العامة على وجه الخصوص.

جاءت الدراسة مكونة من مقدمة وخمسة مباحث وخاتمة، وهي على النحو التالي:

-المبحث الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة في النص القرآني.

-المبحث الثاني: مفهوم العلاقات العامة وتعريفاتها في النص القرآني.

-المبحث الثالث: أهداف العلاقات العامة في النص القرآني.

-المبحث الرابع: أسس ومبادئ العلاقات العامة في النص القرآني.

-المبحث الخامس: أساليب اتصال العلاقات العامة في النص القرآني.

وقد تم مراعاة الاختصار والدقة قدر الإمكان في جميع مباحثها، ولم يلجأ إلى الموازنة في حجم التوزيع على تلك المباحث؛ لما قد يترتب على هذه الموازنة من إخلال بوحدة الموضوعات وتكاملها، والاسترسال في بعض المواضيع بما لا يتناسب المقام والاقتضاب في مواضيع أخرى بما يخل بالبيان.

المَبْحَثُ الأول

نشأة وتطور العلاقات العامة في النص القرآني

نشاط العلاقات العامة مارسه الإنسان منذ القدم، وفي مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم، والتعايش مع من حوله، الجديد فقط في الموضوع. هو وسائل الاتصال التي استعملها المشتغلون بالعلاقات العامة، والاتصال بالجمهور، والجهود المستمرة التي يبذلها المتخصصون في إنشاء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بين الهيئات التي يمثلونها وجماهيرها⁽¹²⁾.

وقد تطورت العلاقات العامة كمفهوم إداري وكوظيفة تطوراً سريعاً، وأصبحت تقوم بدور حيوي في تقرير سياسة المنظمة بما يتفق والصالح العام، محققة بذلك التأثير على الجماهير المختلفة للحصول على تأييدها وتعاونها، وأن فعالية واستمرارية أية منظمة إنما يتوقف على تلك العلاقات التي تربطها بجماهيرها⁽¹³⁾.

لذلك تُعد العلاقات العامة إحدى مجالات الإدارة التي ظهرت وحققت قبولاً متزايداً خلال القرن الماضي، ويعود السبب إلى تعاضم أهمية الرأي العام في كسب ثقة وتأييد الجمهور في نجاح أي منظمة بصرف النظر عن نوع نشاطها،

كما يرجع ذلك إلى نمو شعور المنظمات بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه جماهيرها⁽¹⁴⁾.

فالعلاقات العامة ليست مجرد إعلام الناس بالحقائق، ولا مجرد الدعاية لإعلان فكرة معينة، أو الترويج، ولكنها بأبسط معانيها إقامة صلات طيبة بين المنظمة وبين جماهيرها والاستمرار في هذه العلاقة بما يضمن تحقيق الرضا والتفاهم والاحترام والثقة المتبادلة بينهما. وهذا ما تسعى إلي تحقيقه معظم المنظمات في الوقت الحالي⁽¹⁵⁾.

ولقد أصبح للعلاقات العامة أهمية خاصة على النظام العالمي، فقد ظهرت المؤسسات العلمية المتخصصة في العلاقات العامة، كذلك زاد الاهتمام بها في الوطن العربي كوظيفة حديثة، وخاصة في خمسينيات القرن الماضي، حيث قامت العديد من الدول العربية بالاهتمام بها وإنشاء إدارات وأجهزة لها في المؤسسات الحكومية، إلى جانب اهتمام كثير من المؤسسات الخاصة بها، من أجل إيجاد نوع من العلاقات القوية بين تلك المؤسسات وجماهيرها الداخلية والخارجية، وأيضاً للتعرف على آراء وأفكار واقتراحات تلك الجماهير وتزويد الإدارة بها لتحقيق نوع من التوازن في المعاملة وبناء سمعة طيبة لها عند جماهيرها، فهي تقوم بتقويم الاتجاهات نحو الإدارة، إذ إنها وظيفة تستكمل وظائف الإدارة الخاصة بالتخطيط والتوجيه والرقابة لبرامج العمل اللازمة لتفهم الجمهور المستهدف⁽¹⁶⁾. وقد جاء في القرآن ما يدل على ذلك في قوله تعالى:

{وَأِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ}⁽¹⁷⁾. هذا لتأكيد على أن العلاقات العامة قديمة منذ أن خلق الإنسان،

إذ ربنا علمنا كيف يكون الحوار والتفاهم في الخلق بين الملك والرعية؛ بالرغم من قدرة سبحانه وتعالى على كل شيء، ولا يخالفه أحد في خلقه، إلا أنه علمنا درساً في احترام الآخرين وحرية الرأي والتعبير.

فالعلاقات العامة تحتاج إلى جو من الحضارة التي تؤمن بقيمة الإنسان، من حيث هو إنسان له كرامته وله حقوقه وعليه واجباته نحو المجتمع الذي يعيش فيه، ولقد وفر الإسلام هذه البيئة وتولى رعايتها رسول الله صلى الله عليه وسلم، ثم من بعده الخلفاء الراشدين رضوان الله عليهم أجمعين، قال تعالى يعزز ذلك الموقف في قوله سبحانه وتعالى: **{وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبُرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا}**⁽¹⁸⁾.

وفي الحديث الشريف، يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ رَبَّكُمْ وَاحِدٌ، وَإِنَّ أَبَاكُمْ وَاحِدٌ، أَلَا لَا فَضْلَ لِعَرَبِيٍّ عَلَى أَعْجَمِيٍّ، وَلَا لِعَجَمِيٍّ عَلَى عَرَبِيٍّ، وَلَا أَسْوَدَ عَلَى أَحْمَرَ، وَلَا أَحْمَرَ عَلَى أَسْوَدَ إِلَّا بِتَقْوَى اللَّهِ، أَلَا هَلْ بَلَّغْتُ" (19). المسلمون أخوة متحابون ومتعاونون متساوون في المعاملة والحقوق والواجبات لا فضل بين أحد منهم إلا بالتقوى، وفي هذا الجو الاجتماعي المليء بالقيم الأخلاقية والمفعم بتكريم الإنسان واحترام القرد المسلم وحرية، نشأة العلاقات العامة الإسلامية كفلسفة تحكم سلوك أفراد المجتمع الإسلامي- حكام ومحكومين، وكنشاط إعلامي هادف إلى ربط الدولة بالفرد والجماعة، وباستخدام شتى الوسائل وأساليب الاتصال الشخصي والجماعي.

إذ تمثل الهدف الأول للدولة الإسلامية هو نشر الدعوة الإسلامية وإبلاغ الناس جميعاً بأن يبدأ بأقرب الناس إليه، عشيرته وقبيلته الأقربين، ثم من يليهم، مستخدماً في ذلك شتى وسائل الإبلاغ من اتصال شخصي وتفسير قرني وإعلام يتما ينتظر المؤمن من ثواب والكافر من عقاب. وبعد استتباب الإسلام في المدينة تحول الإعلام إلى هدف آخر هو مشاركة المسلمين في تطبيق الإسلام تطبيقاً عملياً.

أما في القرآن الكريم فقد جاء بمنهج إسلامي بأسلوب علمي وفني وإعلامي يقوم به المسلمون لنشر المثل والقيم والأفكار المتحضرة والحياة، والخروج من الظلمات إلى النور في كل مكان وزمان، في إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتنقيف والتوعية لإحداث التغيير المطلوب على المتلقي للنص القرآني، وفي هذا الخصوص قال تعالى: وقوله تعالى: {قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ} (20) كما نظم القرآن الكريم العلاقة بين المسلمين نظاماً يدعو إلى تبادل الاحترام بينهم وإلى الابتعاد عن تحقير بعضهم بعضاً، قال تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّنْ نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ} (21)، لذا جاءت الدعوة في النص القرآني واضحة وجليّة في الدعوة إلى العلم والنهي عن المنكر، وهنا لا يوجد فرق بين العلاقات العامة في النص القرآني والعلاقات العامة الحديثة، إلا أن العلاقات العامة في النص القرآني تدعو إلى نشر الموضوعات والنصوص القرآنية والدينية والشرعية والسيرة النبوية والفقهاء الإسلامي مباشرة، مع التركيز على القيم وأخلاقيات الإسلام في النص القرآني، وفي هذا الجانب

تكون العلاقات العامة في النص القرآني أدق وأشمل وأوسع. معتمداً على الإقناع في الإعلام بمعناه الواسع من حيث صياغة الكلمة وبلاغة الأسلوب وقوة التأثير القرآني لإقناع الناس بصدق رسالته وجدواها كمسلك حياتي وأسلوب خلقي لعبادة الله في الأرض، من خلال الإقناع بالحجة والبراهين لتحقيق الإقناع بالرسالة دون قسر أو إرهاب، مهتدين بقوله تعالى: **{ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ}** (22).

في حين أن العلاقات العامة الحديثة ظهرت باعتبارها نشاطاً مستقلاً مع بداية الثورة الصناعية وما صاحبها من توسع ضخم في العمل والتجارة، ولكن لم تعرف العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين؛ فقد نتج عن التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الوفير، واستخدام ألوف من العمال، وكان أصحاب الشركات والاحتكارات ينظرون إلى العمال على أنهم آلات تعمل للإنتاج دون توقف، أما المستهلكون فلم ينظر إليهم المحتكرون إلا على أنهم مرتع العيش الثمين، أو فرائس وضحايا للاستغلال وامتناص الأرباح منهم، مما دفع أصحاب العمل إلى البحث عن أسلوب لكسب ثقة الجماهير؛ فكانت العلاقات العامة خير سبيل لذلك (23)، في حين أن النص القرآني ملئ بالآيات التي تؤكد على وجود العلاقات العامة فيه منذ نزوله على الرسول صلى الله عليه وسلم. وقد جاءت العلاقات العامة في النص القرآني بالعديد من المبادئ المهمة التي لا تختلف كثيراً عما جاء في العلاقات العامة الحديثة والتي هي أشمل وأعم. والتي نوضحها في النقاط التالية:

■ كسب تأييد وثقة الجماهير، لا بد للقول الجميل أن يسانده الفعل الجميل، مما يؤكد ضرورة وأهمية ربط الأقوال بالأفعال، وهذا يعمل على زيادة الثقة والمصادقية بين المؤسسة وجماهيرها. وقد جاء النص القرآني واضح في ذلك، في قوله تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ}** (24). إذ تشير الآية إلى ضرورة ربط الأقوال بالأفعال، لذا جاء القول لِمَ تَقُولُونَ الخير، وتحثون عليه، وأنتم لا تفعلونه، وتنهون عن الشرِّ، وربما نزهتم أنفسكم عنه، ولهذا ينبغي للأمر بالخير أن يكون أول الناس مُبادرةً إليه، والنَّاهي عن الشرِّ أن يكون أبعد الناس عنه. ويستدلُّ بها على وجوب الوفاء بالوعد، وإن العلم قرين العمل؛ ولذلك يسأل المرء يوم القيامة عن علمه: ماذا عمل به؟

■ التأكيد على أهمية وضرورة العنصر الإنساني من خلال إعلان المؤسسات عن أهدافها وتحديد سياساتها وعدم المبالغة في النشر والمخاطبة وعدم إخفاء قراراتها وسياساتها. أما في النص القرآني فقد بين كيف إن الله تعالى جعل الإنسان خليفته على الأرض وكرمه وميزه عن بقية المخلوقات قال تعالى: **{وَأُدِّ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ}**⁽²⁵⁾، ومن أعظم الميزات التي ميز سبحانه وتعالى الإنسان هي ميزة (العلم)؛ وذلك بتعليمه الأسماء كلها.

■ ضرورة التعرف على الجمهور المستهدف بشكل جيد، والتأكيد على أهمية دراسته ومعرفة الخصائص النفسية والاجتماعية له، مما يزيد من فعالية التفاعل والاتصال الإقناعي الإيجابي مع تلك الجماهير، وكذلك أكد على أهمية الصورة الإنسانية للمسؤولين والقادة السياسيين وقادة الرأي، والتي تبرز من خلال المشاركة الاجتماعية لكل من حوله. أما النص القرآني فقد جاء واضحاً وصريحاً في ذلك إذ قال تعالى: **{فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهْمُ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ}**⁽²⁶⁾، فقد بين كيف تكون طريقة التعامل مع الآخرين التي تعتمد على الرحمة وعدم الغلظة والمشاورة في الأمر بآتاحة الفرصة للجميع لإبداء الرأي والمشاركة في اتخاذ القرارات في جميع المجالات، مع الحرص على التوكل على الله.

المَبْحَثُ الثَّانِي

مفهوم العلاقات العامة وتعريفاتها في النص القرآني

نمت العلاقات العامة كمفهوم إداري وكوظيفة نمواً سريعاً خلال الربع الأخير من القرن الماضي، وقد حدث هذا التطور نتيجة للتعقيد المتزايد للمجتمع الحديث، وزيادة الاعتمادية المتبادلة بين منظماته، والقوة المتزايدة للرأي العام، كذلك زيادة فهم دوافع ومطالب الأفراد والجماعات، وأصبح كسب تأييد وتعاون وثقة الآخرين عن طريق الإقناع جزءاً من العمل اليومي للمدير في أي نوع من أنواع المنظمات. والعلاقات العامة أصبحت تعبيراً شائعاً في اللغة والفكر⁽²⁷⁾. أما الإسلام فقد أرسى قواعد هامة قبل ذلك بأربعة عشر قرناً يمكن أن تؤسس لعلاقات عامة تضاهي ما جاء به الباحثين في بداية القرن العشرين، وهذا ما صرح به القرآن الكريم بشكل واضح، فقال تعالى: **{ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ**

بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ⁽²⁸⁾.

وإذا كانت النظرية الإعلامية البشرية تقول: إن الرسالة الإعلامية ينبغي أن تتجانس مع مستقبلها، وإنها تؤثر على مستقبل معين دون أن تؤثر على مستقبل آخر ذي خصائص مختلفة، فإن الإعجاز الإعلامي للقرآن يقدم إطاراً من نوع آخر، فالقرآن يخاطب كل البشر، الغني والفقير، والمتعلم وغير المتعلم، كما يخاطب كل الأجناس، فالمؤمن غير المستقر، لظرف ما، إذا سمع القرآن عاد إلى حالة ملائمة، وكذلك الحال للمتعلم وغير المتعلم، والرجل والمرأة، العجوز والشاب... إلخ؛ أي أنهم يتأثرون بشدة رغم اختلاف الثقافة والبيئة واللغة والحالة النفسية؛ أي أن القرآن يخاطب في البشر ما لا يعلمه البشر بدقة، ويعلمه الله، فانه يخاطب في النفس ملكات يعلمها، وتتأثر به، ونحن نفسر هذه الأمور وفقاً لعلمنا المحدود

وهذه المعايير والقواعد والضوابط، تمثل بالنسبة للقائم بالاتصال، في عملية الإقناع، مؤشرات لاتجاهات التأييد أو المعارضة، القبول أو الرفض، أو بصفة عامة قبول التوصيات أو رفضها في الرسالة الإقناعية، وهذا مما يؤكد أهمية احتواء الرسالة على الرموز التي تتفق مع هذه القواعد والمعايير والضوابط، بحيث ترسم التوقعات بأنماط السلوك، كما ترسم للمتلقي حدود الاتفاق، أو الاختلاف مع هذه القواعد والمعايير والضوابط، وبالتالي التوقعات بالثواب والعقاب الذي يتمثل في القبول الاجتماعي من الجماعة أو المجتمع⁽²⁹⁾. وانتشار الدعوة الإسلامية في مشارق الأرض ومغاربها في زمن وجيز من عمرها ويدعو إلى التأمل والدراسة في مجال الإقناع والتأثير على الأفكار وتعدُّ نموذجاً خالداً من نماذج التأثير الإعلامي الناجح، والقرآن الكريم في نصه كله يعتمد على لغة الإقناع بتقديم الحجة والبراهين، فقال تعالى: **{قُلْ لِّئِنِ اجْتَمَعَتِ الْإِنْسُ وَالْجِنُّ عَلَىٰ أَنْ يَأْتُوا بِمِثْلِ هَذَا الْقُرْآنِ لَا يَأْتُونَ بِمِثْلِهِ وَلَوْ كَانَ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ ظَهِيراً}**⁽³⁰⁾. **{قَالَ لَهُ صَاحِبُهُ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَكَفَرْتَ بِالَّذِي خَلَقَكَ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ سَوَّكَ رَجُلًا}**⁽³¹⁾.

ومن دوافع الاهتمام بدراسة العلاقات العامة تتمثل في ظهور الأنظمة الديمقراطية والإنتاج الكبير من الصناعات، وتطور وسائل الاتصال الجماهيري والانفجار السكاني بتزايد سكان العالم، والتطور التكنولوجي الهائل في جميع المجالات، وانتشار الشركات الكبيرة المتعددة الجنسيات⁽³²⁾.

كما يتضح أن الهدف السامي من العلاقات العامة في الإسلام نشر التعاليم السامية للبشر كافة، في إطار من الحيادية والموضوعية ومعرفة تأثير ذلك لديهم⁽³³⁾، تنطلق من الإسلام الشمولية إلى جميع مجالات الحياة باعتباره الرسالة الخالدة التي جاءت لهداية الناس جمعهم، مختتماً رسالة الأنبياء السابقين، قال تعالى: **{هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَىٰ الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ}**⁽³⁴⁾.

المبحث الثالث

أهداف العلاقات العامة في النص القرآني

ومن الأهداف التي تسعى العلاقات العامة في الإسلام إلى تحقيقها:

1- شرح أهداف وسياسات الإسلام للجماهير المستهدفة. فقد وضحت الآيات القرآنية ذلك بعرض العديد من الأهداف والسياسات التي يجب على المسلم أن يضعها في مقدمة أفعاله لينا رضا الله ودخول الجنة، قال تعالى: **{إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا}**⁽³⁵⁾. ووصفه بأنه نور، والنور به الإبصار، قال تعالى: **{قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ * يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ}**⁽³⁶⁾. وهو الهادي إلى أفضل طريق: **{إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا}**⁽³⁷⁾. ووصفه بأنه شفاء وارشاد، قال تعالى: **{قُلْ هُوَ لِلَّذِينَ آمَنُوا هُدًى وَشِفَاءً}**⁽³⁸⁾.

معتمداً في ذلك على المشاركة، إذ أن مبدأ الشورى في أمور الدين والدنيا وفي الحرب والسلم من فرائض الله سبحانه وتعالى على المسلمين، وقد قنن الرسول الشورى فكون لها مجلساً من أربعة عشر نقيباً يختارهم من أهل الرأي والبعيدة ممن يشهد لهم برجاحة العقل والفضل، ثم سلك الخلفاء الراشدين نفس المنهج أسوة بالرسول الكريم صلى الله عليه وسلم، وكان سيدنا عمر يقول: "الرأي الفرد كالخيط السحيل، والرأيان كالخيطيين المبرمين والثلاثة لا يكاد تنقص"⁽³⁹⁾.

2- تفسير اتجاهات وآراء الجمهور، فقائد الرأي له تأثير على تابعيه، يتقون به وينظرون إليه على أنه يمثل القدوة أو المثالية، وهم الأشخاص ذو التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك أشخاص آخرين في المجتمع المسلم، ولهؤلاء القادة دوراً في تشكيل الرأي العام في الجماعة المسلمة التي ينتمون إليها إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر على اتجاهات

الأفراد وتشكل الرأي العام للجماعة، ويقع على عاتق كل من يحاول الاتصال بالجماهير والاحتفاظ بأراء مؤيدة بينها أن يتعرف إلى مختلف هؤلاء الناس، الذين يبدون تأثيراً قوياً على الرأي العام، وهم موجودون في أي مجتمع والذين يطلق عليهم قادة الرأي.

3- نصح وإرشاد المسلمين باتخاذ التصرفات الأنسب والأفضل لهم. قال تعالى: **{كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ}** (40)، وقد اهتم المسلمون بالإدارة وتخصيص العمل وتقسيمه، واختيار الأفضل لإدارة الدولة الإسلامية منذ نشأتها.

4- تهيئة المناخ السائد وتكوين صورة ذهنية لمجتمع إسلامي. **{إِنْ تَمَسَسَكُمْ حَسَنَةٌ تَسُؤْهُمْ وَإِنْ تُصِيبْكُمْ سَيِّئَةٌ يَفْرَحُوا بِهَا وَإِنْ تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا لَا يَضْرِبْكُمْ كَيْدُهُمْ شَيْئًا إِنَّ اللَّهَ بِمَا يَعْمَلُونَ مُحِيطٌ}** (41).

5- بناء الشخصية الإسلامية المعتدلة والمتوازنة والحرص على تماسك المجتمع ووحدته، والاهتمام بالإنسان والتعامل معه، فقد خلق الله تعالى الإنسان من روح وجسد، وجعله أكرم الخلق وأفضلهم، والناس في أصل إنسانيتهم متساوون في ديننا الإسلامي، ولا تفضيل بينهم إلا بقدر ما يقدم الواحد منهم لدينه ولنفسه وللآخرين مع نفع دنيوي أو أخروي، وقد أسجد الله تعالى للإنسان ملائكته تكريماً له، فقد قال تعالى: **{وَلَقَدْ خَلَقْنَاكُمْ ثُمَّ صَوَّرْنَاكُمْ ثُمَّ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ لَمْ يَكُنْ مِنَ السَّاجِدِينَ}** (42)، وبين تعالى أن الإنسان مكرم في أصل خلقته، ومفضل على كثير من الخلق فقال تعالى: **{وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبُرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا}** (43).

6- تنمية الشعور بالمسئولية الاجتماعية الشمولية للمجتمع الإسلامي وخدمة قضاياها ورفع شأنه، وإبلاغ رسالته ومبادئه وربط المجتمع بأخلاقه وآدابه، قال تعالى: **{هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ شَهِيدًا}** (44)، فالإسلام دين حياة فهو شاملاً لجميع مظاهر الحياة جميعاً، فهو دين ودولة ووطن، وهو خلق وقوة، وهو ثقافة وقانون واجتماع، ومادة وثروة، أو كسب وغنى، وهو جهاد ودعوة، كما هو عقيدة صادقة وعبادة صحيحة، بل شمل الإسلام الزمن كله، والعالم كله، والإنسان كله، فلم ينسى في

توجيهاته الفكرية، وتشريعاته واقع الحياة المعيشية، وواقع الكون المنظور، وواقع الإنسان وظروفه وملابساته⁽⁴⁵⁾.

7- العمل على تحويل الاتجاهات السلبية والأفكار المعادية للإسلام والمنافية إلى الإنسانية إلى اتجاهات إيجابية بناءة، وبيان زيف الحضارات المعادية للإسلام من مبادئ ومفاهيم وعقائد زائفة وأفكار غير سليمة.

8- إقامة علاقات طيبة مع كافة أفراد المجتمع الإسلامي والأقليات غير المسلمة فيه والعمل على الارتقاء بمستواهم ثقافياً واجتماعياً وسياسياً، قال تعالى: **{وَإِنْ أَحَدٌ مِّنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّى يَسْمَعَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْلَمُونَ}**⁽⁴⁶⁾.

9- درء المفساد من خلال التصدي لأسبابها ومنع وقوعها في المجتمع الإسلامي، وتنبيه الناس من خطورتها ونتائجها، قول الله تعالى: **{يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ}**⁽⁴⁷⁾، ووجه الدلالة من الآية: أن الخمر حُرمت في الشريعة وإن كان فيها بعض المنافع؛ لكون مضارها أعظم من المصالح الموجودة فيها. ومن أدلتها أيضاً: قوله تعالى **{وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِّكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ}**⁽⁴⁸⁾.

10- تكوين رأي عام إسلامي له تأثيره الفاعل في القضايا التي تهم المجتمع الإسلامي خاصة والإنسانية عامة، إن أهمية الرأي العام في القرآن الكريم تبدو في غاية الوضوح من خلال بعض النماذج؛ ومنها مثلاً قصة الغلام المؤمن الذي وجه الرأي العام بشكل فعال سبب انقلاباً سلمياً هائلاً، وهو ما ذكره القرآن الكريم في سورة البروج؛ عند قوله تعالى: **{قُتِلَ أَصْحَابُ الْأُخْدُودِ * النَّارِ ذَاتِ الْوُفُودِ * إِذْ هُمْ عَلَيْهَا قُعُودٌ * وَهُمْ عَلَىٰ مَا يَفْعَلُونَ بِالْمُؤْمِنِينَ شُهُودٌ}**⁽⁴⁹⁾.

11- حماية المجتمع الإسلامي من النعرات القبلية والطائفية والتعصب والانفلات والفوضى: من خلال طرح قواعد وأسس لا تتعارض مع آداب وأخلاقيات الإسلام ومبادئه وقيمه، فقد كان يسود حين نزل القرآن الكريم في القرن السابع الميلادي التعصب، وهو أهم ما يميز علاقة المجتمعات بعضها البعض، وهكذا كان التعصب القبلي سمة العلاقات بين العرب، وكان التعصب الديني والجنسي سمة العلاقات السائدة خارج الجزيرة العربية.. ونزل القرآن الكريم يحارب هذا

التعصب ويقول للبشر جميعاً ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾⁽⁵⁰⁾. فأصل البشرية واحد من أب واحد وأم واحدة، وقد جعلهم الله شعوباً وقبائل ليتعارفوا لا ليتصارعوا، وأكرمهم عن الله ليس أقوامهم ولا أغناهم، ولكن أكثرهم لله تعالى تقوى وخشوع، والله تعالى لا يابيه باللون وبالمال وبالمظهر وبالمكانة الدنيوية، وإنما بما يعمر في القلب من تقوى وإخلاص.

12- الإعلام: الإعلام هو تلك الجهود الموجهة لتوصيل الأخبار والمعلومات الدقيقة، التي تركز على الصدق والصراحة عن السلع والخدمات أو الأفكار أو المنشآت أو غيرها من وسائل النشر المختلفة، نظير مقال، بقصد مخاطبة عقول الجماهير ومساعدتها على تكوين رأيه والنهوض بها ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً. فالإعلام يخاطب عقول الجماهير معتمداً على الصدق والأساليب الأخلاقية، ويعد القرآن الكريم رسالة إعلامية معجزة تقف على قمة العمل الإعلامي، مما جعله وسيلة إعلامية عليا إذ ينتج أثراً إيجابياً في المؤمنين، وأثراً سلبياً في غير المؤمنين إذ يشعرون بقوة الدعوة وفعاليتها⁽⁵¹⁾. وفي تعريف جامع للإعلام الإسلامي على أنه استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار والقيم الأخلاقية والمبادئ ولا مثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب⁽⁵²⁾.

المَبْحَثُ الرَّابِعُ

أسس ومبادئ العلاقات العامة في النص القرآني

إن العلاقات العامة في الإسلام تعتبر فلسفة اجتماعية يدين بها كل فرد من أفراد من أفراد المنظمة الإسلامية من أعلاها إلى أدناها. وحيث إن العلاقات العامة في أساسها تعتمد على قواعد سلوكية متينة تلزم المرء بحسن المعاملة وبالصدق والموضوعية والإخلاص في التعامل مع الآخرين بهدف اكتساب ثقتهم وتحقيق التفاهم المشترك فيما بينهم، فهي إذن لا تختلف عما دعا إليه القرآن وطبقه الرسول ﷺ وصحابته من كرم الأخلاق وحسن التعامل وصدق القصد. ويمكن أن نحدد هنا مجموعة من المبادئ والأسس التي اتسمت بها العلاقات العامة في القرآن كما يأتي:

1- الوضوح والصراحة: في نقل المعلومات والحقائق وعدم اللجوء إلى الكذب والخداع عند التعامل مع الآخرين، وتسمية المسميات بأسمائها، إن الصراحة تعني قول الحق والصدق، والاعتراف بالخطأ في بعض الأحيان، وتحمل المسؤولية الكاملة عن كلمة ينطق بها الإنسان، وعدم مدهانة المسؤولين ومنافقتهم، بل تعني أحياناً الاصطدام بهم والتصدي لهم، وإظهار مفاسدهم وأخطائهم. قال تعالى: ﴿فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا فِيهَا أَحَدًا فَلَا تَدْخُلُوهَا حَتَّىٰ يُؤَدِّنَ لَكُمْ وَإِنْ قِيلَ لَكُمْ ارجِعُوا فَارجِعُوا هُوَ أَزْكَىٰ لَكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾ (53).

وهي ميزة من ميزات العلاقات العامة في الإسلام، وهي صفة تابعة للصدق في الاتصال الجماهيري، إذ اتسمت العلاقة بين الحاكم والمحكوم في صدر الإسلام بالصرامة المطلقة والوضوح التام، وكان الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين رضوان الله عليهم يدركون مدى أهمية الانفتاح على الجماهير والاستجابة لمتطلباتهم وإنجاز قضاياهم بالحسم المطلوب دون تسويق أو تباطؤ.

2- الالتزام بالأخلاق الإسلامية: والمقصود بالأخلاق إنها: "القوى والسجايا النفسية الراسخة التي يصدر عنها السلوك الإنساني الخارجي، من خلال إرادة حرة، وهي تصل الصورة الباطنية للإنسان والأصل في الخلق أن يكون اختياريًا، يكتسب بالتخلق والجهد والمثابرة على التزام جانب التسامي، ولذلك يمدح به الإنسان أو يذم، ويثاب عليه أو يعاقب" (54). ولقد تناول القرآن الكريم هذا الجانب وربطه بسلوك الفرد متمثلاً في سلوك النبي صلى الله عليه وسلم، قال تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾ (55)، وقال تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ (56).

3- الصدق والموضوعية وتحري الدقة: إن الصدق من أول الصفات التي يحتاج إليها الداعية، فهي التي تولد الثقة عند الجماهير وتجعل الإعلام مكللاً بالنجاح. إن للصدق آثاراً حميدة، وعوائد جليلة؛ وهو دليل على رجحان العقل، وحسن السيرة، ونقاء السريرة. قال تعالى: ﴿لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَّحِيمًا﴾ (57)، وقاعدة من القواعد المحكمة في أبواب التعامل مع الخالق سبحانه وتعالى والتعامل مع خلقه، هي قاعدة تمثل سفينة من سفن النجاة، وركناً من أركان الحياة الاجتماعية، وهي لمن اهتدى بهديها - علامة خير، وبرهان على سمو الهمة، ودليل على

كمال العقل، تلكم هي القاعدة القرآنية التي دل عليها قول الله تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ}** (58). وينهى الله عن الكذب في قوله تعالى: **{وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ كَذَّبَ بِآيَاتِهِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ}** (59).

المواجهة الصريحة وتسمية المسميات بأسمائها ميزة تميز العلاقات العامة في الإسلام، وهي صفة تابعة لصفة الصدق في الاتصال الجماهيري. فقد اتسمت العلاقة بين الحاكم والمحكوم في صدر الإسلام بالصراحة المطلقة والوضوح التام. وكل تسوية تتم على حساب العقيدة والشريعة في سبيل الحصول على مكاسب وقتية هي جناية على العقيدة والشريعة. ولقد كانت العلاقات العامة في صدر الإسلام تتسم وتتميز بسرعة الاستجابة لما يهم الرأي العام ويقلقه. قال تعالى: **{يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ}** (60)، سرعة الاستجابة للرأي العام.

حيث تميز الأسلوب القرآني بالبساطة والوضوح والبعد عن الغموض في تعامله من الناس وعرض التعاليم الإسلامية وفي معالجته للقضايا المختلفة أو قصه لقصص الأنبياء والرسول، وكان القرآن يخاطب الناس على قدر عقولهم وجذب انتباه الجماهير والوصول إليها دون صعوبة في تكوين اتجاهات الرأي العام ببسر وسهولة، فجاء القرآن بياناً واضحاً للرأي العام حتى تتمكن الجماهير من فهمه واستيعابه، قال تعالى: **{هَذَا بَيِّنٌ لِّلنَّاسِ وَهُدًى وَمَوْعِظَةٌ لِّلْمُتَّقِينَ}** (61).

ولقد كان الرسول ﷺ مثلاً أعلى في هذه الصفات، منذ صغره لقب بالصادق الأمين. والصدق في إعلام العلاقات العامة يعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الحقيقية الثابتة عن سير العمل والأداء في المؤسسة، والتي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات.

فالصدق سمة من سمات القرآن الكريم ومن يتعامل من خلاله مع الآخرين، فقد مدح الله الصادقين في قوله تعالى: **{لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنْ كَانَ اللَّهُ عَافُوًّا رَحِيمًا}** (62)، وقوله تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ}** (63)، وقوله في تحذير الكاذب **{فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ كَذَّبَ بِآيَاتِهِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الْمُجْرِمُونَ}** (64)، ويقول أحد الباحثين "إنني أعتقد كما يجب أن يعتقد كل إنسان أن الأخبار الكاذبة أكثر ضرراً من الأطعمة المغشوشة أو الفاسدة" (65)،

وهذا ما كانت تسعى إلى تحقيقه العلاقات العامة في القرآن في تطبيق الموضوعية والعدالة الاجتماعية في التعامل مع الجمهور دون تمييز. كما ظهر ذلك جلياً في قوله سبحانه وتعالى: **{عَبَسَ وَتَوَلَّى * أَنْ جَاءَهُ الْأَعْمَى}** (66) معاتباً الرسول ﷺ في عبد الله بن أم مكتوم.

أما عن التحري عن الدقة وهو مطلوب توفره في رجل العلاقات العامة، فقد نهج القرآن نهجاً واضحاً مبيناً أن الرسول ﷺ لا يتكلم عن الهوى بل هو كلام من عند الله عز وجل. قال تعالى: **{وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَى * إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحى * عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَى}** (67)، وقوله تعالى: **{وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحي إِلَيْهِمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ}** (68). ويحذر الله من عدم تحري الدقة في قوله تعالى: **{وَاعْلَمُوا أَنَّ فِيكُمْ رَسُولَ اللَّهِ لَوْ يُطِيعُكُمْ فِي كَثِيرٍ مِّنَ الْأَمْرِ لَعَنِتُّمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبَّبَ إِلَيْكُمُ الْإِيمَانَ وَزَيَّنَهُ فِي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّهَ إِلَيْكُمُ الْكُفْرَ وَالْفُسُوقَ وَالْعِصْيَانَ أُولَئِكَ هُمُ الرَّاشِدُونَ}** (69).

4- العلاقات العامة من خلال القدوة الحسنة: إن سر نجاح أي دعوة لمبدأ أو فكرة أو عقيدة وفلسفة يكمن في مدى قدرة أصحابها على الالتزام بما يدعون إليه سلوكاً وخلقاً قبل أن يطالبوا الآخرين بتطبيقه عليهم؛ ذلك لأنه قد ثبت بالدليل القاطع أن الإنسان بطبعة ميال إلى تقليد أو محاكاة القدوة الحسنة من الرجال والدعاة والحكام والفلاسفة. فالرسول ﷺ كان القدوة الحسنة لأصحابه لأنه كان على خلق عظيم كما وصفه القرآن الكريم في قوله تعالى: **{وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ}** (70)، وفي قوله: **{لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا}** (71)، وتجسدت فيه صفات الصدق والصبر على الدعوة وحسن العشرة والمعاملة لمن يلقاهم، وكذلك الصحابة من الخلفاء ﷺ وغيرهم سلكوا درب رسول الله ﷺ في الصدق والصبر على الشدائد والإقدام والشجاعة، فقلدهم المسلمون واتخذوهم أعلام هديه، وكان ذلك من أسباب سرعة انتشار دعوة الإسلام في كل مكان.

من هنا نرى أن العلاقات العامة تتجح إذا استخدمت القدوة الحسنة كوسيلة إعلامية، وكلما كان العاملون في أي منظمة ومؤسسة يقتربون من القدوة الحسنة وإلى المثالية في سلوكهم وأدائهم كانوا بذلك مؤثرين في الجماهير- التي ترتبط بالمؤسسة- تأثيرات إيجابية كبيرة.

5- الإقناع والتأثير في الحق: إن الإطار العام للعالم الإسلامي مستمد من الحق سبحانه وتعالى وليس لأحد من البشر الفضل فيه؛ لأنه من الله سبحانه وتعالى

أوحى به إلى نبيه ﷺ في كثير من الآيات؛ التي حددت عوامل الدعوة وطرق الإقناع والتأثير. قال تعالى: **{وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَّلَ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا}** (72)، وفي ميدان هذا التطبيق للحق استوعب الصحابة رضوان الله عليهم هذا المنهج الإسلامي بحدوده ومبادئه تم توارث الدعاة والمسلمون هذا المفهوم والاستيعاب جيلا وراء جيل.

6- الواقعية في الحوار والمجادلة الحسنة: بمواجهة الأحداث وقت حدوثها، والفكرة النابعة من المواجهة تتصف بالحرارة والحيوية، وتتميز بالقدرة الفائقة على التأثير في النفوس. فقد التزم القرآن بأسلوب الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة والبعد عن الغلظة والعنف لإقناع الجمهور قال تعالى: **{ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ}** (73)، وطلب من الرسول ﷺ أن يتعامل مع المستويات المختلفة للجماهير، في دعوة العوام ودعوة الخاصة، قال تعالى: **{وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا}** (74). وقد حظر القرآن من العنف في التعامل مع الجماهير المخالفة له قال تعالى: **{لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنِ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ}** (75)، وقوله تعالى: **{فَذَكَرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ * لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ}** (76)، وقوله تعالى: **" {فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَوَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ}** (77).

7- الالتزام بالأخلاق الإسلامية: لقد سلط القرآن الكريم الضوء على الجانب الخلقى في القائم بالاتصال في العلاقات العامة ورسالاته ووسائله، واعتبر نجاح الرسالة مرهوناً بهذا السلوك في قوله تعالى: **{وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ}** (78)، وقوله تعالى: **{وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ}** (79). وقوله تعالى: **{ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ}** (80).

فالأخلاق في الإسلام منهج علمي، ليست نظرية وهي تقوم على مبدأ الالتزام والجزاء الآخروي. وتستمد وجودها من حرية الإنسان وإرادته في الاختيار، وتحمل المسؤولية، فالفرد مسئول عن عمله، وقد ربط القرآن بين مفهومي الأخلاق وبين التطبيق العملي ورسم للناس قواعد العمل الصالح الذي ينبغي

السير عليها. وكان الرسول صلى الله عليه وسلم يقول: "إِنَّ خَيْرَكُمْ أَحْسَنُكُمْ أَخْلَاقًا"⁽⁸¹⁾. وقال "أَنْ أَحْبَبَكُمْ أَحْسَنَكُمْ أَخْلَاقًا"⁽⁸²⁾. والله تعالى لا يمدح رسوله إلا بالشيء العظيم مما يدل على عظيم منزله الأخلاق في الإسلام وأنها أمر مهم جدا لا يستغني عنه المسلم، وأن مراعاة الأخلاق تلزم المسلم في جميع الأحوال وشؤونها، وهذا يدل على أن المعايير والضوابط الإسلامية لها دور مهم في إرساء قواعد أخلاقيات ممارسته مهمته العلاقات العامة والقران الكريم بمفهوم واضح ينبذ الخبث وعدم مراعاة الأخلاق في قوله تعالى: {وَإِنْ اسْتَنْصَرُواكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمْ النَّصْرُ إِلَّا عَلَى قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ} ⁽⁸³⁾ وهذه الآية تلزم المسلمين نصره إخوانهم المظلومين قيما بحق الأخوة، ولكن إذ كانت نصرتهم نقض للعهد مع الظالمين فلا تجز.

8- الشمولية: تناولت العلاقات العامة في الإسلام كل الأحداث والمواقف، وكل الناس من كافة الطبقات والفئات الاجتماعية دون تمييز، فالإسلام لا يميز بين شخص وشخص إلا بالتقوى، قال تعالى: {وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ} ⁽⁸⁴⁾، وقوله تعالى: {قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ} ⁽⁸⁵⁾، وقوله تعالى: {وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ} ⁽⁸⁶⁾. فالقرآن جاء يخاطب الناس كافة، قال تعالى: {هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّ مَا هُوَ إِلَهٌ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ} ⁽⁸⁷⁾. فقد اتصف القرآن بالشمولية الزمنية والمكانية من حيث الجمهور المتعامل معه.

9- شرف الغاية والمقصد: العلاقات العامة في الإسلام تهدف إلى غايات نبيلة، لأن الإسلام يحتضن المبادئ الإنسانية الخيرة، التي هي سبيل الأمن والنجاح لدى البشر، يبني ولا يهدم يصون العرض والنفوس ويحرم الدنيا والحرمان، ويمنع تلويث سمعة الأبرياء، ذلك التوجيه القرآني الصريح في قوله تعالى: {وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا} ⁽⁸⁸⁾، وقوله تعالى: {إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ} ⁽⁸⁹⁾.

10- التمتع بالخصائص القرآنية: وهي خصائص واسعة الأبعاد تتمثل: في تنظيم الحياة البشرية على أسس سليمة مستمدة من تعاليم الإسلام، وتحقيق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والتخلص من التبعية وضيق الأفق والتطلع إلى

المصالح العامة وحقائق الأمور، قال تعالى: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾⁽⁹⁰⁾.

المبحث الخامس

أساليب اتصال العلاقات العامة في النص القرآني

أ- القرآن الكريم:

وهو المصدر الأول المعتمد عليه في معرفة الملامح العامة والقواعد الأساسية لمنهج العلاقات العامة الإسلامية، وهو أهم وسيلة إعلامية للعلاقات العامة منذ ظهور الإسلام إلى يومنا هذا، باعتباره رسالة إعلامية معجزة تقف على قمة عمل العلاقات العامة والإعلام الإسلامي، وفي كونها رسالة خالدة باقية محفوظة من رب العالمين، فهو يحتوي على ما ينير العقول والقلوب ومصباح ينير الإنسانية من تربية وأخلاق واقتصاد وسياسة، من خلال ما يتميز به من حركية وفاعلية تتخذ سبيلا سهلا إلى القلوب والعقول وينتج أثرا إيجابيا في المؤمنين⁽⁹¹⁾. هو حبل الله المتين وهو الذكر الحكيم وهو الصراط المستقيم وهي الذي لا تزيج به الأهواء ولا تلبس به الألسنة ولا تشبع منه العلماء ولا تنقض عجايبه قال تعالى: ﴿قُلْ أُوحِيَ إِلَيَّ أَنَّهُ اسْتَمَعَ نَفَرٌ مِّنَ الْجِنِّ فَقَالُوا إِنَّا سَمِعْنَا قُرْآنًا عَجَبًا﴾⁽⁹²⁾.

ب- السنة النبوية المشرفة:

وهي تعتبر أحد وسائل العلاقات العامة الإعلامية الفاعلة، الذي لا يسمعها بشر إلا تركت في نفسه أثرا، ولا تزال أحاديث الرسول وأعماله صلى الله عليه وسلم، أكبر مصدر للعلم والثقافة الإسلامية في العالم، والرسول صلى الله عليه وسلم صاحب أول رسالة إعلامية صادقة، ولقد ركز الرسول صلى الله عليه وسلم وخلفائه الراشدين على أهميه الاتصال الشخصي والجمعي كوسيلة من وسائل العلاقات العامة بجماهيرها العرب والمسلمين والعجم في تفسير كثير من المواقف من خلال المقابلة الشخصية لأفراد وزعماء القبائل والعشائر وأديار القراء والمعلمين والصحابة للأمصار وتفقد الرعاية بالنيار والليل ومقابلته الجماهير وجها لوجه كما استخدم الاتصال الكتابية بالرسائل الموجهة إلى الولاة بالإمارات الإسلامية والرومية والفرس والأمصار، و لا تزال أعمال الرسول صلى الله عليه وسلم ووسائله وأحاديثه وخطبه أكبر مصدر للعلم والثقافة الإسلامية في العالم ويعتبر صاحب رسالة إعلاميه رائده⁽⁹³⁾.

ج- المسجد:

وهو من أهم وسائل العلاقات العامة في الإسلام وخاصة الاتصال الجمعي، فهو يعتبر جهاز إعلامي ومكان للعبادة وحلقة الدراسات الفقيهية، وفيه يتم مناقشة قضايا الأمة التي تهم الرأي العام، وتجهز الجيوش وكانت تدار منه الدولة الإسلامية من أقصاها إلى أدها، كما كان يقوم بمقام النادي الاجتماعي الثقافي الاقتصادي للأمة الإسلامية وتعقد فيه المؤتمرات والندوات، فدوره في بناء التفاهم الاجتماعي والإنساني والقيم بين الناس أعمق من كونه مقرا للصلاة فقط. ولا ننسى إن رفع الأذان وإقامة الصلاة تعتبر نوع من الاتصال الجماهيري يتسع نطاقه باستخدام مكبرات الصوت، ونقله عبر وسائل الإعلام الجماهيري الحديثة (الإذاعة والتلفزيون). ففور المسجد اكبر وأعمق من كونه مقرا لأقامه الصلاة فقط وإنما يقوم برسالة إعلامية هامة⁽⁹⁴⁾.

د- خطبة الجمعة:

فهي ذات تأثير خاص على الرأي العام ولها مكانه خاصة في الإسلام قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾⁽⁹⁵⁾. إذا استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء، إذ كانوا يحثون على الجهاد في سبيل الله والإرشاد الديني وما يصحبه من توجيه اجتماعي وسياسي، وهو خير مكان يظهر فيه العلاقات العامة والاتصالات بين الناس⁽⁹⁶⁾.

ه- دروس الوعظ والإرشاد:

التي تقام في المساجد كانت تقوم بدور فعال في حمل الرسالة الإعلامية للعلاقات العامة الإسلامية كحلقات الذكر والفقهاء والمحدثين.

و- الندوات والمؤتمرات الإسلامية:

يقوم المسجد بدور النادي الاجتماعي والثقافي حيث تعقد فيه المناسبات الاجتماعية والدينية كالزواج والسفر إلى الحج، كما تعقد فيه المؤتمرات التي تدارس شؤون الدولة الإسلامية وتستنفر المسلمين للجهاد وبذل المال والأنفس في سبيل الله. ومن الأمثلة على أكبر المؤتمرات في العالم: مؤتمر فريضة الحج، الذي يعتبر من أكثر وسائل الإعلام الخاصة بالعلاقات العامة الإسلامية والتي لا تناظرها وسيلة أخرى، فالحج هو المؤتمر الأكبر العالمي والتجمع الأعظم، يلتقي في المسلمون من مشارق الأرض ومغاربها مستجيبين لنداء الله تعالى:

{وَأَدْنَىٰ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ} (97)، وقوله تعالى: **وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ** (98). حيث تتم فيه مشاركة المسلمين واستشاراتهم في أمور الدولة وأعلامهم بما يجد من سياسات وبرامج وخطط حربية ونظم ميزانيه.

ر-الاتصال الشخصي:

وهو أكثر وسائل الاتصال تأثيراً، وأكثرها قدرة على تحقيق أهداف العلاقات العامة في الإسلام، حيث تعتمد على المواجهة المباشرة بين القائم بالاتصال وجمهوره، مما يتيح الفرصة للجمهور الاستيضاح والاستفسار والمناقشة وتبادل الرأي حول القضايا التي تهتمه، وصورها في الإسلام كثرة منها ما يأتي:

- الاتصالات التي كان يجريها الرسول صلى الله عليه وسلم مع أصحابه وأفراد أسرته في مراحل الدعوة الأولى.
- الرسل الذين بعث بهم إلى الملوك والأباطرة في الممالك المجاورة محملة بالرسائل الكتابية.
- لقاءاته الشخصية مع أفراد القبائل التي وفدت إلى مكة للتعرف إلى الدين الجديد في المواسم الدينية وخاصة موسم الحج.
- شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم والقوة الحسنة التي قدمها من نفسه للمسلمين والتي لا يزال أثرها يسرى عبر العصور حتى يومنا هذا ما يتميز من مقدره على الإقناع والتأثير، فقد أثبت التجارب في الاتصال الحديث أن الاتصال الشخصي لا ينجح إلا إذا توفرت في صاحبه القوة الحسنة لما ينادي به ويقول، قال تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ}** (99) وقوله تعالى: **{لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا}** (100).

الخاتمة:

بعد أن تم إيضاح نشأة وتطور العلاقات العامة، ومفهومها، وأهدافها، وأسسها، ومبادئها، وأساليب اتصالها وتأصيلها بما جاء من آيات قرآنية، توصل الباحث إلى النتائج والتوصيات الآتية:

أولاً: النتائج:

- 1- سبق للشرعية الإسلامية والقرآن الكريم الباحثين في العصر الحديث في وضع أسس ومفاهيم للعلاقات العامة، بل في التأسيس لمفهومها وأساليب الاتصال فيها، وظهر العلاقات العامة في الإسلام. ارتبط مع خلق الإنسان منذ مولده، لبناء صلات وتعاون وتحقيق مصالح مشتركة مع محيطه.
- 2- أن النص القرآني الكريم يعتبر مصدراً مهماً لا يقل أهمية عن المصادر الحديثة للعلاقات العامة، بل إنها مكتملة له، وأنه القرآن يحتوي في إطاره علم العلاقات العامة بكل مستجداته العلمية التي تحتاج إلى تأصيل تواكب روح العصر وتطوراته المختلفة، وأن المبادئ والنظريات للعلاقات العامة استوحيت من التعاليم والقيم القرآنية الإسلامية.
- 3- خضوع المفاهيم الجديدة للعلاقات العامة لكثير من الآراء والتفسير المختلفة حسب توجهات كل باحث وتخصصه، في حين النص القرآن واحد ولا لبس فيه ويفسر نفسه بنفسه في كيفية التأسيس لعلاقات عامة مميزة على أسس ومبادئ الأهمية لا تخضع للمجال الوضعي للإنسان.
- 4- إغفال الأسس والمبادئ والأهداف الوضعية للعلاقات العامة كثير ما هو مطلوب أن يكون من ضمن عمل العلاقات العامة، وقد جاء النص القرآني بشكل واضح ليؤسس ويؤصل ويمهد لأي علم يحتاج الناس بينهم. وأن القرآن كنز كبير يمكن أن يطور من خلاله علم العلاقات العامة واستيحاء الكثير من المفاهيم الحديثة ووصلها بالمبادئ الإسلامية.
- 5- يمكن القول أن القرآن الكريم جاء بأقوال وأفعال وتقديرات تطبيقيه لمفاهيم العلاقات العامة بمفهومها الحديث، لها دورها في تطوير العلاقات العامة الحديثة من مثل ذات طابع توجيهي وإرشادي، وجعل الوظيفة الإعلامية لا تقل أهميه من العبادات الأخرى كما قال صلى الله عليه وسلم "الدين النصيحة"، وما النصيحة، أنها الإعلام الصادق والأمين.

ثانياً: التوصيات:

- 1- إبراز أهمية النص القرآني في تحديد مفهوم العلاقات العامة ومبادئها وأهدافها ووسائلها.
- 2- التركيز على إبراز النص القرآني في المقررات التي المتعلقة بالعلاقات العامة التي تدرس في الجامعات والكليات المختلفة.
- 3- الاهتمام بالنص القرآني كمحتوي للعلوم الحديثة والقديمة وأنه يتمشى مع كل عصر، ونحث الباحثين للتعمق وإثبات مرجعية كل العلوم إلى القرآن الكريم

الذي بدون التمسك به وإعطائه قدره نضل ونهلك، والتمسك به يحقق تطلعاتنا نحو علم أفضل يحقق حياة أحسن تؤدي إلى الصراط المستقيم إلى جنة الخلد والنعيم.

4- يجب أن نطبق النصوص القرآنية التي جاءت تحمل المبادئ والأسس الحقيقية للعلاقات العامة والتي تفوق كلام البشر ومبادئهم مهما كانت طاقتهم وإبداعاتهم؛ فإبداع الخالق لا يضاهيه إبداع ولقوانين ولا دساتير؛ فهو الدستور الشامل والخاتم لكل شيء.

5- على المسلمين استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي في إدارة العلاقات العامة، يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمين لطبيعة عمل العلاقات العامة ووسائلها الحديثة، وجماهيرها المتباينة، مستخدمين تلك الوسائل في تطوير ونشر الأفكار المتحضرة عن الإسلام والقرآن والقيم والمبادئ والمثل التي يحتويها في إطار من الموضوعية التامة، بهدف كسب ثقة الجماهير وإحداث التأثير المطلوب لبناء صورة ذهنية وسمعة طيبة عن الإسلام والقرآن الكريم.

وفي النهاية أتمنى من الله العلي القدير أن أكون قد وفقت في إعداد هذا البحث ليفع به الله الباحثين والمهتمين في هذا المجال ويفتح عليهم باب البحث لإكمال ما قدمناه والله ولي التوفيق.

المصادر:

القرآن الكريم:

- 1- التوبة، آية: 30.
- 2- الترمذي، محمد بن عيسى. سنن الترمذي- كتاب فضائل القرآن - باب (14) - ج 5 ص 172 - طبعة دار الدعوة - استانبول - 1401هـ - 1981م . وقال عنه الترمذي (حديث غريب) . وحكم عليه الألباني بالضعف / انظر ضعيف الجامع الصغير وزيادته - محمد ناصر الدين الألباني- حديث 74- الطبعة الثالثة 1410هـ - 1990 م - المكتب الإسلامي - بيروت، ص 12.
- 3- النحل، آية: 89.
- 4- الأنعام، آية: 114.
- 5- السيوطي، جلال الدين. الإتقان في علوم القرآن- بهامشة كتاب إجاز القرآن للباقلاني - دار الفكر للطباعة والنشر - بيروت، ج 2، ص 125-126.
- 6- الغزالي، الإمام. إحياء علوم الدين، دار الأفاق للطباعة والنشر، بيروت، 3/135.
- 7- حسن، محي محمود، ومنصور، سمير حسن. (1985)، العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ص 15.
- 8- هود، آية: 61.

10- Ibid.

- 11- أبو إصبع، صالح خليل. (2006)، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان، ص80.
- 12- حجاب، محمد منير، و وهبي، سحر محمد. (2000)، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، ط3، دار للنشر والتوزيع، القاهرة، ص20.
- 13- حمزة، عبد اللطيف. (1978)، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ص11.
- 14- الصحن، محمد فريد. (2004)، العلاقات العامة – المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص13.
- 15- خضر، محمد حمد. (1987)، مطالبات في الإعلام، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، ص11.
- 16- يونس، طارق شريف. (2008)، إدارة العلاقات العامة، مفاهيم ومبادئ وسياسات، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ص193.
- 17- البقرة، آية: 30.
- 18- الإسراء، آية: 70.
- 19- أخرجه أحمد في مسنده، 5/ 411، برقم: 23536.
- 20- يوسف، آية: 108.
- 21- الحجرات، آية: 11.
- 22- النحل، آية: 125.
- 23- صالح، عبد الحي محمود، وعبد الخالق، جلال الدين، ورمضان، السيد. (2000)، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ص17.
- 24- الصف، آية: 2-3.
- 25- البقرة، آية: 30.
- 26- آل عمران، آية: 159.
- 27- عبد الرحيم، محمد عبد الله. (1988)، العلاقات العامة، بدون، القاهرة، ص12.
- 28- النحل، آية: 125.
- 29- فخري، قاسم سليمان وآخرون. (1980)، العلاقات العامة، العراق، ص45.
- 30- الإسراء، آية: 88.
- 31- الكهف، آية: 37.
- 32- عجوة، علي. (1985)، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط3، عالم الكتب، القاهرة، ص19.
- 33- بدران، عبد الله، (200)، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط1، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ص98.
- 34- الصف، آية: 9.
- 35- الإسراء، آية: 9.
- 36- المائدة، آية: 15-16.
- 37- الإسراء، آية: 9.
- 38- فصلت، آية: 44.

- 39- أبو سن، أحمد إبراهيم، (1981)، الإدارة في الإسلام، المطبعة العصرية، دبي، ص70.
- 40- آل عمران، آية: 110.
- 41- آل عمران، آية: 120.
- 42- الأعراف، آية: 11.
- 43- الإسراء، آية: 70.
- 44- الفتح، آية: 28.
- 45- القرضاوي، يوسف. (1985)، الخصائص العامة للإسلام، ط2، دار الصحوة، القاهرة، 144.
- 46- التوبة، آية: 6.
- 47- البقرة، آية: 219.
- 48- الأنعام، آية: 108.
- 49- البروج، آية: 4-7.
- 50- الحجرات، آية: 13.
- 51- حماد، صلاح الدين إبراهيم، وحماد، أحمد إبراهيم. (2008)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي، مكتبة المكتبة، غزة، ص34.
- 52- منور، عدنان نجم. (2005)، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره، رسالة ماجستير غير منشورة- الجامعة الإسلامية، ص37.
- 53- النور، آية: 28.
- 54- القنصل، عبد العزيز بن عمر. (2010)، الإسلام دين الوسطية في عقائده وتشريعاته وأخلاقه، مجلة البحوث الأمنية، مركز البحوث والدراسات بكلية الملك فهد الأمنية، المجلد19، العدد45، الرياض، ص170.
- 55- آل عمران، آية: 159.
- 56- القلم، آية: 4.
- 57- الأحزاب، آية: 24.
- 58- التوبة، آية: 119.
- 59- يونس، آية: 17.
- 60- البقرة، آية: 185.
- 61- آل عمران، آية: 138.
- 62- الأحزاب، آية: 24.
- 63- التوبة، آية: 119.
- 64- يونس، آية: 17.
- 65- حمزة عبد اللطيف. (1978). الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، ص58.
- 66- عيس، آية: 1-2.
- 67- النجم، آية: 3-5.
- 68- النحل، آية: 43.
- 69- الحجرات، آية: 7.
- 70- القلم، آية: 4.

- 71- الأحزاب، آية: 21.
- 72- الإسراء، آية: 105.
- 73- النحل، آية: 126.
- 74- البقرة، آية: 143.
- 75- البقرة، آية: 256.
- 76- الغاشية، آية: 21-22.
- 77- آل عمران، آية: 159.
- 78- آل عمران، آية: 159.
- 79- القلم، آية: 4.
- 80- النحل، آية: 125.
- 81- أخرجه مسلم في صحيحه عن معاوية ، كتاب الفضائل كثرة حبائه صلى الله عليه وسلم رقم 66-59، ج 5، ص 66.
- 82- أخرجه البخاري في صحيحه عن عبد الله بن عمرو كتاب فضائل أصحاب النبي، باب مناقب عبد الله من مسعود رضي الله عنه- رقم الحديث 2759، فتحى الباري، 10217.
- 83- الأنفال، آية: 72.
- 84- الذاريات، آية: 56.
- 85- الأنعام، آية: 162.
- 86- القصص، آية: 77.
- 87- إبراهيم، آية: 52.
- 88- الإسراء، آية: 36.
- 89- النور، آية: 19.
- 90- الفرقان، آية: 63.
- 91- حماد، صلاح الدين إبراهيم ، أحمد إبراهيم. (2011)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي، المكتبي للطبع والنشر والتوزيع، غزة، ص 48.
- 92- الجن، آية: 1.
- 93- البوظي، محمد سعيد رمضان. (فقه السيرة ، دار الشروق، بيروت، ص 159).
- 94- نصار، أنور. (2002)، الدور التربوي للمسجد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه الأقصى، غزة فلسطين.
- 95- الجمعة، آية: 9.
- 96- أحمد، مصطفى. (2003)، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الاجتماعية، القاهرة، ص 24.
- 97- الحج، آية: 27.
- 98- آل عمران، آية: 97.
- 99- الصف، آية: 2-3.
- 100- الأحزاب، آية: 21.