PRINCIPLES OF PUBLIC RELATIONS IN THE PROPHETIC SUNNAH

Abstract

This study aims at identifying the Prophet's year, which is related scientifically to communication and media research. The Prophetic Sunnah has a lot of scientific knowledge in the various fields of life, which can be utilized and harnessed to serve the Islamic Ummah everywhere. That the Prophet used public relations as a means of communication with the public and to communicate the call of God Almighty, and that public relations is a media communication process with its elements, so we need to identify the origins of these relations, and that the Prophet's Sunnah preceded the researchers at present Principles and concepts of public relations, and that the prophetic text is an important source as important as modern sources of public relations.

Key words: Prophetic Sunnah - Communication - Media - Public Relations - Origins.

ÖZ


Anahtar Kelimeler: Peygamber Sünneti, İletişim, Medya, Halkla İlişkiler, Esaslar.
1. مقدمة:
من المعلوم أن إدارة العلاقات العامة مهما اختلف شكلها التنظيمي من حيث الحجم والموقع والمكان في كافة الوزارات، أو المنظمات، أو المؤسسات، فإنها تشكل جزءًا من الهيكل التنظيمي لهذه الإدارات، وتضم حسًا من الإمكانيات البشرية والمادية والفنية التي تستخدمها من أجل تنفيذ وظائف محددة، وتحقيق أهداف معينة.
وإن إدارة العلاقات العامة لا تستطيع تحقيق أهدافها بمعزل عن تأثيرات البيئة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والقانونية، والتعليمية، والدينية، وأن هذه العوامل تؤثر سلبًا أو إيجابًا على العملية الإدارية بكلتاها.
ومن بين العوامل السابقة الذكر العوامل الدينية عبر عامل الأخلاق فهي تؤثر تأثيرًا كبيرًا في العلاقات العامة، إذ يتحس ذلك في سلوك الأفراد العاملين فيها.
وإن بالأ따ق في العلاقات العامة أهمية في تنظيم عمل القائم بالعلاقات العامة ومع التطور الحاصل أصبح للعلاقات العامة قانونًا ينظم عملها ومن الممكن أن نستمده هذا القانون من سنة الحبيب المصطفى ﷺ.
وقد أسهمت السنة النبوية كما سيأتي معنا بدور بارز في تطوير العلاقات العامة فاهتمت بظاهرة أحد رأي الجمهور، وكشفت عن المقومات الموضوعية للرأي العام، وحدد الوظائف المنشطة بها.
وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن حياة الرسول ﷺ وأقواله وأفعاله وقراراته تعد تطبيقًا لمفاهيم العلاقات العامة بمفهومها الحديث، بل و تعد هذه الفترة التي شهدت نشر الدعوة الإسلامية على يد النبي ﷺ فترة تاريخية لها دورها في تطور العلاقات العامة بما جاءت به من مبادئ و مثل ذات الطابع التوجبي والإرشادي.
أهمية البحث:
1. يناقش البحث موضوعًا جدًا بالبحث والدراسة، وهو العلاقات العامة في السنة النبوية.
2. حاجة العلاقات العامة لمبادئ وأصول مستندة من السنة النبوية.
3. غياب مفهوم العلاقات العامة في السنة النبوية عن كثير من العاملين في هذا المجال.
أهداف البحث:
1. التأصيل الشرعي لأمور العلاقات العامة.
2. توضيح أهمية العلاقات العامة المستندة من السنة النبوية في التأسيس لعلاقات عامة إسلامية ذات توجه تربوي وأخلاقي.
3. التعرف على سنة الرسول ﷺ مرتبطًا علميًا بالبحث الاتسالية والإعلامية

أسباب اختيار الموضوع

1. الإيمان بأن ما قام به الحبيب المصطفى ﷺ من إنجازات وأعمال وجهد كبير في سبيل الدعوة يمكن تفسيره إعلاميًا واتساليًا.
2. ندرة الدراسات التي تتناول السنة النبوية وتعالجها من زاوية اتصالية.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على عرض تعريف للعلاقات العامة ومفهومها ومبادئها وأصولها وضوابطها من خلال ما عززها من الأحاديث النبوية المعتمدة في كتب السنة.

منهج البحث:

تعتبر هذه الدراسة من المنهج التاريخي الذي "يسجل ما مضى من وقائع وأحداث الماضي، ويبرّرها ويفسرها ويلحلها على أساس عملية منهجية دقيقة، بقصد التوصل إلى حقائق وعموميات تساعدا في فهم الحاضر على ضوء الماضي، والتبؤ بالمستقبل"(1) من سرد الحوادث من السنة النيبية المطورة، والتوقف على العديد من المواقف والمرات البالغة الدعوة الإسلامية أيام النبي ﷺ، لأخذ الدروس والعبر الموقفة للموضوع وذلك تبعًا للخطوات المتعارف عليها.

مشكلة البحث:

تتسم مشكلة البحث في مدى الاستفادة من أساليب النبي ﷺ الاتسالية في حياتنا العامة وذلك عبر الخوض في السنة النيبية، واستنباط الأساليب الاتسالية، خصوصًا، وأن الواقع المعاصر للعلاقات العامة بحاجة إلى مزيد اهتمام، خاصة وأن القضايا الاتسالية في العلاقات العامة لم ترق لتكون في طباعة الاهتمام، وذلك للفجوة الحاصلة بين الرسالة الإبرهيمية والإسلامية والوسيلة المستخدمة، ونحن بحاجة لدراسة مختصة للارتقاء بعمل العلاقات العامة التي تتحمل في حقيقتها الدعوة الإسلامية.

أسئلة البحث:

1. ما وظائف وأهداف العلاقات العامة؟
2. ما ضوابط العلاقات في السنة النيبية؟
3. ما الخصائص الاتسالية للنبي ﷺ؟
4. هل من الممكن تطبيق العلاقات العامة الإسلامية في عصرنا الحالي؟

(1) عسكر، علي، وآخرون، مقدمة في البحث العلمي، مكتبة الفلاح، الكويت، 1992م، ص 105.
الأبعاد الاتصالية والإعلامية في شخصية الرسول ﷺ

دراسة عصاب يوسف بدري

قامت الدراسة بتقسيم جوانب سيرة الرسول ﷺ وتتبع مسيرته الدعوية ودراسة شخصيته من منظور إعلامي واستخدام البحث المنهج الاستقرائي والوصفي التحليلي ومنهج تحليل المضمون والمنهج التاريخي بجانب المنهج المقارن مما أتاح له دراسة الموضوعات والتعرف على محتوياتها الإعلامية التي تبعها ومقارنتها بأساليب وقائع العمل الإعلامي في العصر الحديث، وقد تبين للباحث أن ﷺ مارس جميع ضروب الإعلام والاتصال المتاحة في زمانه لبناء المجتمع وحمايته ونشر رسالة الدعوة داخليًا وخارجيًا ملتنزها بالضوابط الأخلاقية في الممارسة وتصدى للإعلام المضاد وحال بينه وبين الوثيقة والدستور بين مكونات المجتمع المسلم.

محمد عيسى الشريف

مهارات الاتصال في الحديث النبوي الشريف

ساهم الباحث في التأصيل الشرعي لقضية يغلب على ظن كثير من الباحثين أنها ذات أصول غريبة مسلخة عن ديننا الحنيف وقد جمع الباحث مهارات الاتصال في الحديث النبوي الشريف ودلل على هذه المهارات من سيرة النبي ﷺ.

وقد استفاد الباحث من هاتين الدراستين في موضوع بحثه، حيث تنفقان مع الدراسة الحالية في محاولة استنباط مبادئ وأصول من السنة النبوية المطورة، إلا أن وجه الاختلاف هو أن الدراسة الحالية مرتبطة ارتباطًا وثيقًا في العلاقات العامة، وهي وجه من أوجه الاتصال العامة.

مصطلحات البحث:

أصول: جمع أصل والأصل اصطلالاً "يطلق على الدليل، ويطلق على القاعدة المستمرة، ويطلق على الراجح ويطلق على الصورة المتبقية عليها إلى آخره، وليس

عبد الله بن بدي"
هناك ما يوجد معنى من تلك المعاني بخصوصها، بل إن السياق هو الذي يحدد لنا تلك المعاني في كل علم من العلوم."(1)

العلاقات العامة: عمل إداري، ينتج عنه إنشاء تفاهم مشترك قائم على الأمانة والصدق بين المؤسسة وجمهورها، وذلك للنمو بأعمالها لدرجة أن تحقق باحترام الجمهور.

السنة في اصطلاح المحدثين هي: "كلما أثر عن النبي ﷺ من قول، أو فعل، أو تقرير، أو صفة خلقية أو خلقية، أو سيرة سواء أكان ذلك قبل البعثة كتحنته في غار حراء، أو بعدها، والسنة بهذا المعنى مرادفة للحديث النبوي"(2).

خطة البحث:
تقتضي خطة البحث أن يتم تقسيمها إلى مقدمة وبحثين.

المقدمة، تتضمن إشكالية البحث وهده ومنهج المتبناي فيه، والمبحث الأول: العلاقات العامة، والمبحث الثاني: العلاقات العامة في السنة المطهرة.

المبحث الأول: العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة تعبر أكثر استعماله في حياتنا اليومية وإن اختلف على معناه، غير أننا لا نجد اليوم من يرفض أو ينكز أهمية دور العلاقات العامة في نجاح المؤسسات أو فشلها.

وقد نمي حقل العلاقات العامة كجزء من عمل المؤسسات نموًا سريعًا خلال النصف الأخير من القرن الحالي، وهذا النوع السريع يعود إلى ازدياد الاهتمام بالرأي العام وزيادة فيه ودوافع وطابع الأفراد والجماعات، وتعقيد أعمال المجتمع، وإدراك المؤسسات أن أهمية العنصر البشري في الأعمال التي تقيمها، مما أدى إلى كثرة التعريف بأنها شأن كثير من المصطلحات العلمية الأخرى، وهي تتباين بحسب الرؤية أو النظرة التي ينظر منها أو بها كل كاتب، وخشية من الإطالة فإنه ساكتفي بثلاث تعريف عن العلاقات العامة.

تحليل مفهوم العلاقات العامة

(1) جمعة، علي، المتصطلح الأصولي ومشكلة المفاهيم، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، 1996م، ص. 39.
(2) الخطيب، محمد غنام، السنة قبل النبوين، دار الفكر، بيروت، ط.3، 1980م، ص. 16.
العلاقات "هي مصدر جمعه علاقين، وتعد حصيلة الصلات والروابط والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجماهير التي تعامل معها، ويقابل كلمة RELATIONS في اللغة الإنجليزية.

أما العامة: "هي مؤثث مذكوه عام وجمعه عوام، والامة في خلاف الخاصة، وتعني مجموعة الجماهير المختلفة وهي التي تربط مصالحها ونشاطاتها ببالينة أو المؤسسة، ويفضل كلمة العامة في اللغة الإنجليزية." (1)

العلاقات العامة

هي العمل المستمر لتوتيج السياسات والخدمات، والأعمال المتعلقة بالأفراد والجماعات التي تسعى المنشأة للحصول على ثقتهم، وكذلك شرح هذه السياسات والخدمات والأعمال لضمان فهمها وتقديرها.

تعريف للعلاقات العامة

ARONOFF وأرونوف BASKIN وقدم باسكن يراها "وظيفة الإدارة التي تسأح على تحديد فلسفة المنظمة وتحقيق أهدافها واقتراح التغيير في سياساتها ومزاولة الاتصال بالجماهير الداخلية والخارجية والتأكد على إحداث التأثير بين أهداف المنظمة والتوتقات الاجتماعية" (3).

وهي "تتشابه العمليات الاتصالية وخلق العلاقة بين شخص أو منظمة أو مشروع أو أشخاص آخرين أو جماهير معينة أو المجتمع ككل من خلال نشر المعلومات التي تقرر وتشرح وتتم علاقات متبادلة ودراسة ردود الفعل وتقييمها." (4)

التعريف الإجراي

ينتضح من خلال هذه التعريفات أن العلاقات العامة عمل إداري، ينتج عنه إنشاء تفاهم مشترك قائم على الأمانة والصدق بين المؤسسة وجمهورها، وذلك للسما بأعمالها لدرجة أن تحظى باحترام الجمهور.

المطلب الثاني: أهداف ووظائف العلاقات العامة

1. أهداف العلاقات العامة

تمارس معظم الهيئات والمؤسسات أعمال العلاقات العامة سواء توافر لديها إدارة أو قسم للعلاقات العامة أو لم تتوفر، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أو لم

(1) محمد عبد الفتاح، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، المكتب العلمي للكسبور ونشر والتوزيع، مصر، 1994م، ص 12.
(2) النصري، أحمد محمد، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000م، ص 234.
(4) أبو قحف، عبد السلام، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مطبعة الإشعاع، بيروت، 2003م، ص 223.
تعتبر العلاقات العامة من أبرز أنشطة المؤسسات والشركات. وتعد العلاقات العامة عالماً متقدمًا في مجال التواصل مع الجمهور، وتحدد الأهداف الفردية والجماعية والتربوي والاجتماعي. وتعد العلاقات العامة من أبرز الأدوات الفاعلة لتوفير الخدمات والتعقيم والتطوير المهني والاجتماعي.

1. "معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو المنظمة (سياسةها، خصائصها، برامجها أو منتجاتها) وذلك من أجل العمل على تلبية رغباته ومتطلباته، وهي خطوة أساسية لاستمرار تعامله معها، والمساعدة من فرض نجاحها."

2. تهدف إلى إقامة علاقات ودية وزيادة فرص التفاهم المتبادل، والتوافق والانسجام بين المنظمة والجماهير سواء كان هذا الجمهور داخلية كالعملين بالمؤسسة أو خارجيًا كالجمهور المتلقين. بربط المؤسسة المعنوية بالخارج أو مع الخارجية وذلك عن طريق تعريفها بكل ما يدور حولها من تغيرات اجتماعية أو سياسية. إلخ، وتعزيزها باتجاهات الراي العام من حولها وخاصة الراي العام للجمهور ذو الصلة بنشاطات المؤسسة."

3. "معرفة آراء الجمهور واحتياجات العاملين (عمال، موظفين) في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويجية، أو استحقاق المكافأة، وتعمق العامل على مساعدتهم في حل مشاكلهم، وتشجيعهم على المشاركة في النشاطات الفكرية والاجتماعية."

4. "تشعى العلاقات العامة إلى القيام بالأعمال المتواجدة التي تقوم بها الادارات الأخرى ومساعدتها. وتهدف إلى رفع الكفاءة الإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي وإنتاج القواعد التي تعود على أصحاب المؤسسة وعمالها ومستهلكيها. والجماعات التي تعمل فيها."
7. تهدف إلى إقامة علاقات ودية مع المساهمين وهمواة ينحصر اهتمامهم في تأمين استثماراتهم، والوقوف على أحدث تطورات الإنتاج والمشاريع التوسوية والأسواق الجديدة.
8. كما تلبى رغبات المؤتمراء وملاحظاتهم ومقترحاتهم.
9. تهدف إلى تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى المواقنين.
10. ربط الجهات الخارجية مع المؤسسة أو المنظمة المعنية وذلك عن طريق القيام بتنظيم حملات دعائية وبرامج توعية وترويج معلومات وبيانات بصورة واعية ومخطط عن المؤسسة وأهدافها.

2. وظائف العلاقات العامة:

هناك مجموعه من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة، فلقد قسم محي محمود حسن وسمير حسن منصور هذه الوظائف على خمسة وظائف أساسية هي:

1. "البحث.
2. التخطيط.
3. الإنتاج.
4. التنسيق.
5. الإدارة".(1)

كما عد كلًا من زكي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي وظائفها ستة وهي:

1. الدراسة الخاصة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية.
2. التخطيط: رسم السياسة بالنسبة للمؤسسة وذلك بتحديد الأهداف وتعمية برامج الدعائية والإعلام من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية.
3. التنسيق: الاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمؤسسات والجماهير في الخارج.
4. الإدارة: وتعني تقديم الخدمات لبقي الإدارات الأخرى ومساعدتها على إدارة وظائفها المتصلة بالجماهير.
5. التنفيذ: أي القيام بتنفيذ الخطة والاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور وعقد المؤتمرات وإنتاج الأفلام السينيمائية والصور والشرائح Slides.(2)

---

(1) حسن، محمود، منصور، حسن، العلاقات العامة في الدول النامية، النشر العام، الإسكندرية، 1985، ص 28، 29.
(2) عليان، زكي مصطفى، الطوباسي، عدنان محمود، الإتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص.
ويرى "فيليب ليزلي" "P. Lesly" أن وظائف العلاقات العامة تكم فيما يلي:

1. النصح والمشورة.
2. الإعلام.
3. الأبحاث والتحليل.
4. بناء الثقة الشاملة ودعمها"(1).

وبالإضافة إلى الوظائف السابقة هناك بعض الوظائف التي لا يمكن غض النظر عنها ونذكر منها ما يلي:

- كتابة التقارير والبيانات الصحّية والكتب ونصوص وبرامج الراديو والتلفزيون والخطب وإنتاج المواد الإعلامية والفنية.
- تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات التي تقوم لرجال الصحّة.
- تحرير النشرات الادارية والصحفية وتحرير المساهمين وسائر الخبرات الموجهة من الإدارة إلى كل فرد من أفراد المؤسسة أو الجمهور.
- استخدام الإعلامات الإعلامية إعلاء اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلام بالمؤسسة.
- تحديد الاحتياجات والأهداف اللازمة لتنفيذ المشروع وهذا ما يحتاج إلى خبرة واسعة في العلاقات العامة ومقدرة خاصة في تنفيذ النصائح والمشورة لرجال الإدارة.
- تنفيذ البرامج الثقافية والترفيهية والرياضية والاجتماعية للعاملين.
- العمل كمستشار للإدارة العليا"(2).
- التعاون مع كافة الوحدات الداخلية في المؤسسة ومساعدتها على إنهز أهدافها وتوصيل رسالتها عن مصالحها"(3).

المبحث الثاني: العلاقات العامة في السنة وفيه

المطلب الأول: ضوابط العلاقات العامة في السنة المطهّرة

يستجد المشغلون بالعلاقات العامة في المجال العملي ضوابط ومبادئ معينة. يعتبرها البعض دستورًا للعلاقات العامة وهي لا تختلف عمّا عمل به الرسول ﷺ من كرم الأخلاق وحسن التعامل وصدق القصد مع جمهوره، ويمكن إيجازها فيما يلي:

---

(1) رشوان، حسين عبد الحليم أحمد، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، ص 149.
(2) خضر، جميل أحمد، العلاقات العامة، دار المسرة للنشر، عمان، 1998م، ص 24، 25.
(3) الصري، محمد، العلاقات العامة في المنظور الإداري، مؤسسة حورية الدولية، الإسكندرية، 2005م، ص 6، 7.
1. الالتزام بالمعايير الأخلاقية الثابتة

تميزت العلاقات العامة بمبدأ أساسي في عملها ألا وهو الأخلاق، فما ممارسة
عمل العلاقات العامة في جميع مجالاتها يتحتم عليها الالتزام بالمعايير الأخلاقية
الثابتة، وأن تتزám المؤسسات بالالتزامات الدينية الأخلاقية، ويستنتج أن المعايير
والضوابط الإسلامية لها دور مهم في إرساء قواعد أخلاقية الممارسة المهنية
للعلاقات العامة، وقد جاء في الحديث الشريف عن النبي ﷺ أنه قال: "إنما بعثت
لأتم مكارم الأخلاق"، وقال رسول الله ﷺ: (من دعا إلى هدى، كان له من الأجر مثل
أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئًا، ومن دعا إلى ضلالة، كان عليه من
الإثم مثل آثم من تبعه، لا ينقص ذلك من أئامهم شيئًا)، فعلي القائمين على العلاقات
العامة الالتزام بالأخلاق الحسنة في كلامهم ومعاملاتهم مع الناس لكي ينتج عملهم.

العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

لا يمكن أن تسعى مؤسسة إلى كسب الجمهور الخارجي، بينما جمهورها
الداخلي مهمل، فالاهتمام بالجمهور الداخلي وكسب ثقتة هو أول خطوة لنجاح عمل
العلاقات العامة، وذلك لأن الجمهور الداخلي يقللون الانقطاع الحسن عن المؤسسة
للجمهور الخارجي من خلال حديثهم عنها.

والتالي يجب أن يكون هناك "تفاهما متباذل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين
يملكون بها، فمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقاتها مع
الجمهور الخارجي، وعلاقاتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام، فيجب خلق
روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية".

وهذا ما فعله الحبيب المصطفى ﷺ مع جمهوره الداخلي حيث أراد الاهتمام بمن
حوله من عشيرته الأقربيين، لتنطلق بعد ذلك قوافل الدعوة المحمدية إلى الجمهور
الخارجي داعين إلى الله عز وجل بالحكمة والمواعظ الحسنة.

(فعن ابن عباس رضي الله عنهما قال: لما نزلت: {وأوحي إلى عشيرتك الأقربيين} [الشعراء: 214]، صلى الله عليه وسلم دعا إلى الصلاة، فجعل ينادي: يا بني فهري، يا بني عدي-
لبطون قريب - حتى اجتمعا فجعل الرجل إذا لم يستطع أن يخرج أرسل رسلًا لينظر
ما هو، فجاء أبو لهب وفريش، فقال: أرأيتكم لو أخبرتم أن خيلًا بالوادي تريد أن تغير

(1) البهمني، أبو بكر أحمد بن الحسين (458هـ/1066م)، السن الكبير، تحقيق محمد عبد القادر عطا، بيروت، دار الكتاب العلمية،
ط 1423/2003، ج 10، ص 323.

(2) مسلم، أبو الحسين سلم بن الحجاج بن التشيدي (261هـ/875م)، المسند الصحيح المختصر من السنن، تحقيق محمد عبد القادر عطا، بيروت، دار الكتاب العلمية،
العدد 40، تحقيق محمد عبد القادر عطا، بيروت، 2004م، ج 4، ص 1374م/1954م، ج 4، ص 2060.

(3) رمضان، السيد، وأخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، الإسكندرية، مصر، 2004م،
ص 41.
علّكم، أكتم مصدقي؟ قالوا: نعم، ما جربنا عليك إلا صدرًا، قال: فإني نذير لكم بأن يدي عذاب شديد، فقال أبو لهب: تنا لك سائر اليوم، ألم هذا جمعتنا؟ فنزلت: {تبت يدا أبي لهب وتب ما أغني عنه ماله وما كسب}.(1)

وكان من الطبيعي أن يعرض الإسلام الأول على ألسن الناس به وأجل بيه، وأصدقائه، فدعاهم إلى الإسلام، ودعوا إليه كل من توصم فيه خيراً ممن يعرفهم ويعرفونه، يعرفهم بحق الله والحق والخير، ويعرفون بتعويم الصدوق والصلاح، فأجابوه من هؤلاء الذين لم تخالجهم ريبة قط في عظمة الرسول ﷺ وجلالة نفسه وصدق خبره. جمع عرفوا في التاريخ الإسلامي بالسابقين الأولين، وفي مقدمتهم زوجة النبي صلى الله عليه وسلم أم المؤمنين خديجة بنت خويلد... وأبن عمه علي بن أبي طالب.(2)

3. مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأساليب المهنية:

يجب أن تنتظم أعمال المنشأة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع تصرفاتها، "أن الحقيقة خير إعلام عن المنشأة، كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب المهني في جميع تصرفاتهم".(3)

"فالصدق أكثر الطرق وصولًا إلى الإقناع، ولو عرف عن مصدر ما أنه يكذب، انصرف عنه المستقلون، حتى ولو كان صادقًا".(4)

ولقد كان الحبيب المствуقي ﭻ وهو القائم بالإتصال في عصره، صادقًا وأمينًا.

في نقل رسالته، فقد عرف عدن الناس بالصدق الأمين، (فعن عائشة رضي الله عنها قالته: لما أسري بالنبي ﷺ إلى المسجد الأقصى أصبح يتحدث الناس بذلك، فارتد ناس ممن كان أمنوا به وصدقوه، وسمعوا بذلك إلى أبي بكر ﷺ، فقالوا: هل لى صاحب يزعم أنه أسري به لليلة إلى بيت المقدس، قال: أو قال ذلك؟ قالوا: نعم، قال: لن كان قال ذلك فقد صدق، قالوا: أو تصدق أنه ذهب الليلة إلى بيت المقدس، وجاء قبل أن

(1) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(1) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(1) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(1) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(1) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(1) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256هـ/870م)، الجامع الصحيح من أمور رسول الله ﷺ وسنة
يصبح؟ قال: نعم، إنني لأصدقته فيما هو أبعد من ذلك أصدقه بخبر السماء في غوطة أو روضة، فلذلك سمي أبو بكر الصديق(1).

4. إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

إن الإحساس السليم في العلاقات العامة هو الحديث بكل وضوح ولنست الحقائق هي التي تهم الجمهور، فليس ثمة أسرار في المؤسسات فيما عدا الأسرار الخاصة بعملية النتائج، فالسياسة الواضحة الصريحة ضرورية للقضاء على الشائعات التي تولد عدم الثقة المؤسسية وتؤثر على الإنتاج بصورة عامة.

ومن الشواهد الدالة على الإفاضة والمصارحة وعدم إخفاء الحقائق عن الجمهور (أن صفة رضي الله عنها جاءت إلى رسول الله ﷺ؛ توزعه في اعتقافه في المسجد في العشر الأواخر من رمضان، فتحدثت عنه ساعة، ثم قامت تنقلب، فقام النبي ﷺ كمها يلبثها(2)، حتى إذا بلغت باب المسجد عند باب أم سلما، مر رجلان من الأنصار، فسما على رسول الله ﷺ، فقال لما النبي ﷺ: هلما النبي ﷺ: على رسلكما، إنما هي صفية بنت حبيبة، فقال: سبحان الله ﷺ يا رسول الله، وكثيراً عليهم، فقال النبي ﷺ: إن الشيطان يبلغ من الإنسان مبلغ الدم، وإن خشيته أن يشفى في قلوبكما شيئاً(3).

فكلام الرسول ﷺ للرجلين في شأن تلك الحادثة، دليل على احترام النبي ﷺ لجمهوره وعدم إخفاء الحقائق عنهم خشية سوء الظن.

5. نشر الوعي بين الجماهير:

"يقع على عالق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخططها للتنمية ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك، وعلى الدولة تفع مسؤولية توجيه الرأي العام ودفع الجمهور إلى تأديب السياسة العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجمهور وتعاونها(1)"

فعل ابن عباس، قال: "كان ناس من الأسرى يوم بدر لم ينك له فداء، فجعل رسول الله ﷺ، فداهم أن يعلموا أولاد الأنصار الكتابة، قال: ففجاء غلام يوماً يبي إلى رأس مسنودة على الكتب العلمية، دار الدار، 1411/1990م، ج. 3، ص. 65.

(1) الحاكم، أبو عبد الله محمد بن عبد الله (504م/1110م)، المستدرك على الصحيحين، تحقيق مصطفى عبد القادر عطاء، بيروت، دار الكتب العلمية، 1411/1990م، ج. 3، ص. 65.

(2) أي يراها إذ تمرها، فظفر بالبكي شرح صحيح البخاري لأحمد، ج. 4، ص. 270.

(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسحاق، الجامع الصحيح المختصر من أوراد رسول الله ﷺ، وسنہ وياهم، ج. 3، ص. 69.

(1) أحمد محمد مصطفى، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999م، ص. 51.
أيهما، فقال: ما شأنك؟ قال: ضربني معلمي قال: الخبيث، يطلب بذجل بدر والله لا تأتيه
أيها (2).

وفي هذا نشر لوعي بأهمية العلم والقراءة والكتابة، وأن سياسة النبي ﷺ الحالية هي نشر الوعي بين صفوف الجماهير بأهمية العلم.

6. كسب ثقة الجماهير:

ويعني هذا المبدأ أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضيت جماهيرها عليهم، وعلى هذا يجب أن تدرب جماهير المنظمة نفسها حتى تتمكن من القيام بواجبهم لكسب الثقة على الوجه الأكمل بحسن أدائها لعمليات واحترازهم لجماهيرهم، وحما يساعد على هذا اتخاذ أعمال المنظمات بالصدق والأمانة والعدل وأن تتفق أعمالها مع أقوالها وإلا فقدت الثقة بين جمهورها الداخلي والخارجي، فالحقيقة خبر إعلان عن المؤسسات، وعمل أساسي في بناء شخصية وهذا ينبغي أن يراعي المشتغلون بالعلاقات العامة المبادئ والقيم الأخلاقية العالية في جميع تصرفاتهم وأن تصطغب أعمالهم بالصبيحة المهنية وذلك لكي يكون الرأي العام الخاص بهم.

"فعن أبي هريرة رضي الله عنهم، قال: رسل رسول الله ﷺ حين أنزل الله عز وجل:
{وانذر عشيرتك الأفقرين} [الشعراء: 142]. قال: يا معشر قريش - أو كلمة نحوها - اشترعوا أنفسكم، لا أغنى عنكم من الله شيخا، يا بني عبد المطلب لا أغنى عنكم من الله شيخا، يا صفية عمر رسول الله ﷺ لا أغنى عنكم من الله شيخا، يا فاطمة بنت محمد ملني ما شئت من مالي لا أغني عنك من الله شيخا"(1).

ما سبق نلاحظ أن النبي ﷺ حرص على اكتساب ثقة الجماهير قبل أن يخبرهم بخبر الدعوة، وبالتالي استطاع "السيطرة على الظروف الإتصالية، وعزل المستقيل عن مختلف أنواع المنبهات التي يمكن أن تثير تشويحا على الرسالة الإعلامية، وجعل المستقيل في أفضل وضع نفسي لاستقبال الرسالة الإسلامية"(2)، وذلك من أجل كسب ثقته.

7. عدم خداع الجماهير:

(1) الشبياني، أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حيدر (721/620م)، المسند، تحقيق شعب الأرزوغ، عادل مرشد، واخرون، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1422/2001م، ج 4، ص 92.
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسحاق، الجامع الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسنده وأيامه، ج 1، ص 192.
(3) محمد ناصر حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ - النظرية - التطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م، ص 88.
ينبغي على القائمين على العلاقات العامة تأكيد الحقائق الصحيحة ونشر المعلومات الكاملة والحذر على عدم خداع الجماهير.

فقد حارب الحبيب المصطفى ﷺ محاولات الخداع والغش والاختيال، ونهى عن كل ما من شأنه الإضرار بالناس، وأكد على أهمية الرأي العام وإعتنائه على الصراحة والبيان والوضوح.

"فإن أبي هريرة أن رسول الله ﷺ مر على صيرة طعام فأدخل يده فيها، فنالت أصابعه بلال فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال أصحابه السماء يا رسول الله، قال: أكن جعلته فوق الطعام كي يراه الناس، من غض فليس مني" (1)، وبهذا الحديث وضع رسول الله ﷺ دستورًا أخلاقيًا للقائمين على العلاقات العامة وذلك بأن يتنبأوا خداع الجماهير ويترووا الصدق والأمانة والمالجة في التسويق والإعلان بحيث يضيفون على السلطة ما ليس فيها.

8. الالتزام بحفظ الأسرار:

من ضوابط العلاقات العامة هو حفظ أسرار العملاء والجهور الداخلي والخارجي وعدم الكشف عنها والنهي عن إذاعتها بين الناس، فقد يطلع القائمون على العلاقات العامة على بعض الأسرار أثناء عملهم، لذلك عليهم بالالتزام بحفظها وعدم إفشائها، فالرسول ﷺ سئل عن الموئن على المعلومات التي يحصل عليها، وهذا ما كان عليه الصحابة الكرام ﷺ متخلفين بخلق رسول الله ﷺ (فُن عائشة رضي الله عنها، قالت: أقبلت فاطمة بنت مسعود تمشي كأن مشيتها مشي النبي ﷺ، فقال النبي ﷺ: مرحباً بابنتي، كنت أجلسها عن بمينه، أو عن شمله، ثم أمرّ إليها حديثًا فكبت، فقالت لها: لم تكين؟ ثم أمرّ إليها حديثًا فقضحت، فقالت: ما رأيت كلاً وفراً أقرب من حزن، فسألتها عما قال: فقالت: ما كنت لأفشي سر رسول الله ﷺ حتى قضت النبي ﷺ، فقالت:(2).

ويدخل في هذا الجانب صور الخصوصية للفرد، وعدم الاعتداء عليها بتشهير أو قذف.

9. تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى:

لا يمكن لهيئة أن تنجح في تأدية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها، فمن المسلم به أن التعاون هو أحد أسس النجاح، فلا يكفي مثلًا أن تمارس نشاطه وتتوطع علاقتها

---

(1) مسلم، أبو الحسن مسلم بن الحجاج بن القشيري، المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن رسول الله ﷺ، ج 1، ص 99، ج 19.
(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسنده وأيامه، ج 4، ص 203.
بجماهيرها وتهمل تعاونها مع الهيئات الأخرى، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات وبعضها البعض (2).

ففي التعاون مع غير المسلمين نجح النبي ﷺ في كتابة وثيقة المدينة مع اليهود التي "تنتظم برغبة المسلمين في التعاون الخاص مع يهود المدينة; لنشر السكينة في ربوها، والضرب على أيدي العادين ومدبري الفتى أي كان دينهم، وقد نصت بوضوح على أن حربة الدين مكونة فليس هناك أحد نفكر في ممارسة طائفية أو إكراه مستضففةً، بل تكافلت العبارات في هذه المعاهدة على نصرة المظلوم، وحماية الجار، ورعاية الحقوق الخاصة والعامة" (2).

وفي تعاون المسلمين مع بعضهم نجح النبي ﷺ كذلك في الموازنة بين المهاجرين والأنصار عند قدمهم المدينة، وذلك في سبيل تمكن دين الله عز وجل في أرض الهجرة الجديدة.

10. النزاهة في العمل:
لكي تكون العلاقات العامة ناجحة في عملها لا بد أن تكون نزيهة في أحوالها وأعمالها، تزود الجمهور في الحقائق، والمعلومات الصحيحة والدقيقة، والأخبار الصادقة عما تسوق له، والتي تساع الجمهور على تكوين رأي عام صائب، في واقعة من الوقائع، أو مشكلات:

وقد كان رسول الله ﷺ شديدًا في تطبيق النزاهة على العمال الذين يستعملهم لجلب أموال الصدقات، فقد استعمل النبي ﷺ رجالًا من بني أسد يقال له ابن الأثثية على صدقه، فلم يقم قال: هذا نعم هذا أهدي لي، فقال النبي ﷺ على المنبر - قال سفيان أيضاً قصد المنبر - فحمد الله وأثنى عليه ثم قال: ما بال العامل يبعثه فيأتي يقول: هذا لك، وهذا لي، فهذا على بيت أبيه وآمه، فينظر أهديته له أم لا، والذي نفسي بيه، لا يأتي بشيء إلا جاءه يوم القيامة يحمله على رقبته، إن كان بغيره إذ رعاه، أو بقرة لها خوار، أو شاة تبعه (2)، ثم رفع يده حتى رآيني عفرتي (1) أبطيه علها بلغت ثلاثاً (2).

(1) البخاري، أبو عبد الله جمد بن إسماعيل، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه، ج 2، ص 775.
(2) الرغبة: هو صوت البعير، الحوار هو صوت البقرة، تبع: هو صوت المفر، انظر عمة القاري شرح صحيح البخاري للعيني، ج 24، ص 43.
(3) الإمام أحمد بن إسحاق، سنن أبي داود، دمشق، دار التوزيع، 1404ه/1983م، ص 393.
(4) الغزالي، محمد بن عبد السلام، الفقه المهمك، دمشق، دار الفكر، 1402ه/1982م، ص 22.
(5) البخاري، أبو عبد الله جمد بن إسماعيل، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه، ج 2، ص 775.
(2) الرغبة: هو صوت البعير، الحوار هو صوت البقرة، تبع: هو صوت المفر، انظر عمة القاري شرح صحيح البخاري للعيني، ج 24،
وvimما سبق تطبيق لأهم مبادئ من مبادئ العلاقات العامة وهو النزاوة والموضوعية في الفعل والعمل.

المطلب الثاني: الخصائص الاتصالية للنبي ﷺ

إن العلاقات العامة لا تنفصل عن الاتصال، فهي نشاط اتصالي يهدف إلى توقيع الصلة بالمجتمع الداخلي والخارجي للمؤسسة.

والاتصال الشخصي أحد أهم أنواع الاتصال في معظم نشاطاتها الاتصالية، ومنه يجب الجمع بين العلاقات العامة والاتصال الشخصي باعتبارهما متزامنين إلى أبعد الحدود ولا ينفصلان نظرًا أو علميًا.

والاتصال الفعال هو غاية كل مؤسسة أو إدارة أو مصنع، فهو الذي ينظم العملية الإدارية أو التعليمية، ويوجد النشاط تجاه هذين مخطط له، فنقل المعلومات من فرد إلى فرد بعد من الضروريات الجوهرية، إذ بواسطة هذا النقل يمكن تعديل السلوك وإحداث التغيرات وتحقيق الأهداف(3)؟ هذه الأهداف تؤدي إلى "فهم عقلية الجماهير، ودراسة المصالح المشتركة بين الجماهير، ورسم الخطط التأثيرية والإقناعية وفقًا لها، مما يهدف في النهاية إلى كسب السمعة الطيبة، وتدعم الصورة الذهبية الإيجابية عن المؤسسة(4).

وأساس اتصال الداعي بالمدعو هو تبليغ الدعوة الإسلامية، بغية التأثير عليه وإقناعه بما يدعو إليه، لهذا كان نزامًا على القائم بالدعوة إتقان فن الاتصال بما يدعمه من أساليب ووسائل اتصالية تسمح له بإنجاز هذه العملية.

والاتصال قبل كل شيء حاجة إنسانية ونشاط اجتماعي مارسه الإنسان منذ وجوده، والحبيب المصطفى ﷺ مارسه وتميز بمهارات وخصائص اتصالية فريدة من نوعها، وله دور هام في العملية الاتصالية، فهو قام بهذه المهمة لأنه المسؤول عن التبليغ وإقناع الناس بالرسالة السماوية، وطريقة عرضها تحت مكانة كبيرة في الأسلوب والطريقة لإيصالها إلى المرسل إليه بقناعة تامة.

ص 252,

(1) هو الباب المخالف للحمرة ونحوه، انظر عڈة الغار ضرح صحيح البخاري لميني، ج 24، ص 252.

(2) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل،商务部uzzi الصحيح المعجم من أمير رسول الله ﷺ وسنهمو، ج 9، ص 70.

(3) سلام، عازمة محمد، مهارات الاتصال، مركز تطوير الدراسات العليا والبحث، القاهرة، 2007م، ص 23.

(4) العالم، صفو محمد، فنون العلاقات العامة، د م 2002م، ص 33.
والرسالة الاتصالية هي أهم عملية في الإتصال، وملائمة الوصل بين المرسل والجمهور المستقبل، فلا يمكن أن تم عملية الاتصال بدونها، ولهذه الرسالة خصائص تخصص بها رسول الله ﷺ من هذه الخصائص وأهمها الأتى:

1- الإيجاز والاختصار:
"على المرسل أن يوجز ويكون الإيجاز بحذف المعلومات التي لا تسمى في تحقيق هدف الإتصال وتجنب الحشو الزائد"(1) مع إيضاح الرسالة على أتم وجه في معناها ووضوحها.

ومن ذلك قوله ﷺ "لا ضرار ولا ضرار"(2)، "فإن هذه الكلمة مشتملة على معانٍ شرعية، وأداب حكمة تعزز على الحد وتفوت على العبد"(3)، "وحسن اختيار الألفاظ المناسبة في الحال المناسبة من غير أن يقرع الإسلام في كلمات له رنين، بل يبدع ويدخل على القلب في آناد ورفق فتنس في أساليب التعبير العذب، وينعم ثماً تناسق بين المعنى الكريم، واللفظ الجميل من غير إنسان للآفاق ولا إرهاق للاسماع"(4).

2- القدرة على سوى الدلائل والبراهين والشهادات:
لابد لرجل العلاقات العامة عند قيامه بجهوده عمله من سوى الدلائل، والشاهد الذي يزيد من القدرة على الإقناع، والتأثير في الملتقي، وهذا ما كان عليه ﷺ حيث المقومات الاتصالية الكبيرة التي كان يملكها، فكانت مصدراً للدلائل والاستشهاد تختلف"الطبيعة الجمهور المستهدف، فمصادر الاستشهاد في خطب الصفا شيء، وفي خطب حجة الوداع شيء آخر، في الأول كان الرسول ﷺ يخاطب مجتمعًا لا يقيم للوحي ونال، ولكن لم يستشهد بأية من كتب الله، إنما قام على الدلائل العقلية، وجعلهم إذا أعرضوا عن دعوته تناضوا مع ما يسلمون به عقلياً ومنطقياً في مجتمعهم الذي أجمع على ﷺ الصداق الأمين، والحكم العدل، أما خطب جمعة، وخطب الزعيم، وخطبة التفت، وخطبة حجة الوداع: فكان الجمهور الملتقي جماعة المسلمين، ولذا كان الرسول ﷺ يسوق الشواهد، والحجج من آيات الله، والوحي بشقى"(5).

(1) الطيب، عبد النبي عبد الله، مهارات الإتصال الفعال، أمواج للنشر والتوزيع، عمان، 2016م، ص 26.
(2) الفزاري، أبو زينب محمد بن زياد بن ماجدة (ت 821م)، ص 166.
(3) موسى بن نصير، مسند الإمام الشافعي، ج 2، ص 128.
(4) الطراز، أبو زينب محمد بن عثمان بن عبد الله، الطريقة لأسرار البلاغة، ج 2، ص 1432م.
(5) ألوف، أحمد بن علي بن أحمد الفزاري (ت 821م)، صحيح الأعلى في صناعة الإنشاء، ج 2، ص 359.
(6) ثابت، عبد الله، إجابة الإعداد في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، 1433هـ / 2011م.
3- مخاطبة العقل:
إن رجل العلاقات العامة ينبغي أن يكلم جمهوره على قدر فهمه، وعقله، فيجبه بما يحتمله حاليه، "إن بحوت الاتصال تؤكد أهمية مخاطبة عقل الإنسان في إطار السياق الذي يتم فيه الاتصال، على اعتبار أن الجمهور المتلقي عنصر رئيسي وفعال في عملية الاتصال، لأن الرسائل التي يستقبلها ليست سوى خبرات محملة بالمعلومات، تصب في الصورة العقلية، وتثر فيها، إذا لم يفهم الإنسان، ويدرك بعلقه تلك الرسالة، فإنه لا يحدث التغيير المقصود في الصورة الذاتية، وأما إذا أباح العقل الرسالة، وبلغته، واستوعبها، فإنه يحدث التغيير، ويتراوح بين إضافة معلومات جديدة تعز الصورة الذاتية، ومعلومة جديدة مراجعة فيها أو تغيرها، وبقدر ما تكون المعلومات حقيقية وصادقة، إذن ما يكون التغيير إلى الأفضل"(1)، قال علي: (2)
(حدثنا الناس بما يعترف أن يكون الله، ورسوله). (3)
وعندما استقر المقام به فلنتمكن في المدينة المنورة جمع أصحابه وخطب فيهم (فعن أبي سلمة بن عبد الرحمن بن عوف قال: كانت أول خطبة خطبها رسول الله ﷺ بالدمية أنه قام فيهم فضل الله وأثنى عليه بما هو أهله ثم قال: أما بعد أيا الناس فقدموا لأنفسكم، تعلموا أن الله ليصفق أحدكم، ثم ليدفع غمنه ليس لها راع ثم ليقول له ربه ليس له نرجمان ولا حاجب يحببه دونه: ألم يأتي رسول الله قبل ذلك، وات👀كي بالنأ، وأفضلت عليه، فلقد بتفسك فلينظرن بمنا وشمالاً فلا يرى شئًا، ثم ينظرن قدمه فلا يرى غير جهنم، فمن استطاوع أن يقي وجهه من النار ولو شق تمرة فيلغ، ومن لم يجد فيكلمة طيبة، فإن بها تجزي الحسنة عشر أمثالها إلى سبعمأنة ضعف، والسلام عليكم وعلى رسول الله ورحمة الله وبركاته(4)، حيث استخدم النبي ﷺ أسلوب الإقناع الفكري وعلاقي عن طريق مخاطبة عقل الإنسان، "وعلى هذا فإن الأسلوب الإقناعي للقائمين بالانسال يجب أن يكون قائماً على أساس الإقناع المجرد القائم على العقل والفكر، لا على مجرد الغرزة في التأثير، لأن التأثير القائم على الإقناع لا يكون مجرد تأثير مجرد عارض يزول بالسبب وإنما يكون تأثيراً أصيلاً يبقى إلى الأبد"(4).

4- الإنصات:

المملكة العربية السعودية، 1996م، ص 156.

1. ثابت، سعيد، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، ص 40.
2. البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، الجامع السنن الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسنة وعيا، ج 1، ص 37.
3. البيهقي، أبو بكر أحمد بن الحسين، داخل النبوة وعرفة أحوال صحابه، ج 2، ص 524، وكذلك أخرجها ابن كثير في السيرة النبوية، ج 2، ص 301، واي إنشاء في السيرة النبوية، ج 1، ص 500، وكذلك عدة روافد لهذه الخطة.
4. حجاب، محمد بن مرير، الإعلام الإسلامي المبادئ-النظرية-التطبيق، ص 74.
ويقصد به الاستماع باحترام وعدم المقاطعة، ومحاولة استيعاب الرسائل التي تصدر، فاصغر رجل العلاقات العامة لجمهوره يساعد في التعرف على رغباته واحتياجاته. "ويجب على رجل العلاقات العامة ألا يكتفي بمجرد أن يترك كلمات المتحدث تطرد آذناً ولكن يجب أن ينصس ويركز تاماً مع المتحدث ويوافقاً له أثناء تحديده ليفهم ما يريد أن يوصله المتحدث من معاي من خلال نواعي كلماته، ومن خلال قوتها، ومن خلال تركيزه على بعضها بإظهارها أو إضعافها أو تكرارها، أو من خلال إغرائه يبسطها بعدم إيرادها."(1)

وقد أكد النبي ﷺ على حسن الإنصات والاستماع للحديث، "فعن جبرير بن عبد الله قال: فقال النبي ﷺ في حجة الوداع: استنصنت الناس، ثم قال: لا تراجعوا بعدي كفازا يضرب بعض رماب بعض"(2).

5- التخطط:
إن من أهم الخصائص الاتصالية لرجل العلاقات العامة هو أسلوبه وطريقة في الكلام مع جمهوره، والتوجيهات النبوية في التخطيط تتنوع أساليبها ومهاراتها، مثل السؤال والإشارة وضرب المثال أو استخدام المنبهات المختلفة، ومن ذلك الأدبيّة التي ينبغي مراعاتها في حق المُخطط.

فمن ذلك حديث أبي هريرة "أن رسول الله ﷺ قال: أتدركون من المفسِّر، قالوا: المفسِّر فيه يا رسول الله ﷺ من لا درهم له ول amat، قال رسول الله ﷺ: المفسِّر من أمتي من يأتي يوم القيامة بصلاته وصيامه وزكاته، ويأتي قد شتم هذا ومجموع ضعف هذا، وأكل من هذا، وسُك تمام هذا، وضرب هذا فيجعت فيجعت هذا من حسناته، وهذا من حسناته، فإن شيدت حسناته قبل أن يقتضي ما عليه من خطايا أخذ من خطاياهم فطرح عليه ثم طرح في النار"(3).

6- حسن المظهر:
النبي ﷺ قدوتنا في كل شيء، ولقد كان عليه الصلاة والسلام يهتم بمظهره العام، حيث إن له هيئة يختارها، ويحرص عليها من أجل أن تصل الرسالة المطلوبة على

---

(1) عبد المجيد، يحيى محمد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي، مكتبة القرآن، القاهرة، 1999م، ص 54.
(2) القرشي، أبو الحسن مسلم بن الحجاج، المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن العدل عن رسول الله ﷺ، ج 1، ص 81.
(3) الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى بن سُنُّة (–279/92م)، الجمع الصحيح، تحقيق أحمد محمد شاكر، القاهرة، مطبعة مصطفى الباجي الحلي، 1382هـ/1962م، ج 4، ص 613.
ال نحو المراد، ولم نر يومًا تجاهلها على الصلاة والسلام، والناس تحكم على غيرها من خلال ما يبدو من لباس أو سلوك مرئي.

ووهنا ما ينبغي أن يكون عليه رجل العلاقات العامة أو حسن المظهر والسلوك، فاللباس له أثر كبير وظاهر على السلوك الخارجي، والتفاعل النفسي، حيث يمكن للداعي أن يتعامل مع الشخصيات المدعوة على أثر ذلك، وأن يجعل من مظهر اللباس دلالة على الشخصية، فيفتاح لها بما يلزم من معالمة، فاللباس يدل على نوعية الشخصية، مثله في ذلك مثل الشكل الخارجي للجسم، يدل على شخصية وفكر وُمَتٌقٌ صاحبه وسلوكه."(1)

ولقد جاء رجل إلى رسول الله ﷺ في ثوب ذُون فقال له: (ألا أتاك من المال؟ قال: قد أتاني الله من الإبل، والغنم، والخيل، والرقيق، قال: فإذا أتاك الله مالًا فأثير أثر نعمة الله عليك وكرامته)."(2)

7- النكراء:

"هذا لا يفهم الجمهور رسالة القائم بالعلاقات العامة لسبب ما أو قد يكون مشغولاً أو غير متفرغ. لذلك كان لا بد من النكراء وذلك لأن الرسالة الإعلامية يضاعف تأثيرها في حال التكرار، وتركيز الانتباه من قبل المنطقي لها"(3)، "فالمستمعون يجب أن يشعروا بأن هناك رسالة تصدر مباشرة من عقل المتكلم وقلبهم إلى عقولهم وقلوبهم"(4).


---

(1) الذادي، محمد نين، علم نفس الدعوة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1995م، ص 57.
(2) السِّجستاني، أبو داود سليمان بن الأشعث (755/6-889م)، كتاب السنن، تحقيق م. عبد الحميد، رزوت، المكتبة المصرية، 1995م، ج 4، ص 51.
(3) السِّجستاني، أبو داود سليمان بن الأشعث (755/6-889م)، كتاب السنن، تحقيق م. عبد الحميد، رزوت، المكتبة المصرية، 1995م، ج 4، ص 51.
(4) كارنيجي، ديل، التأثير في الجماهر عن طريق الخطابة: ترجمة رمزي بيسي وعزي نجيب صالح، القاهرة، دار الفكر العربي، 1984م، ص 92.
(5) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، الجامع الصحيح المختصر من آثار رسول الله ﷺ وسنة وأيامه، ج 3، ص 172.
قوله: "بأكر الكبائر ثلاثة"، "أما قاله قلالا ثلاث مرات على عادته في تكرير الشيء ثلاث مرات تأكيدا لينبه السامع على إحضار قلبه وفهمه للخبر الذي يذكره".(1)

8- التشبيه والمقارنة:

يعتمد رجل العلاقات العامة أثناء حديثه مع جمهوره على التشبيه والمقارنة لتصلidea إلى الجمهور بأبسط الكلام وأدله وأدقه.

فعن عبد الله، قال: اضطع النبي عليه السلام في جلده، فقال: "نعم، يا رسول الله لك أبتكさせて لا يملكنا، فقال رسول الله عليه السلام: ما أنا والدنيا، إنما أنا والدنيا كراحب مستظل تحت شجرة، ثم راح وتركها".(2)

فقوله: "ما أنا والدنيا إنما..." "أليس حالي معنا إلا كالراكون مستظل، قال الطبيب". وهذا تشبيه تمثيلي ووجه الشبه سرعة الرحيل وفقرة المكث ومن ثم خص الراكون، ومقصوده أن الدنيا زينت للعيون والنفس فأخذت بهما استحسانًا ومحبة ولو باشر القلب معرفة حقيقةها ومعنًّها لأبغضها، وألآثرها على الآجل الدائم".(3)

9- الحركة والإشارة:

إن لغة الحركة والأفعال للاهمية كبيرة لرجل العلاقات العامة، فهي تتضمن "جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معاني أو أحاسيس".(4)

"وهذا ما أطلق عليه العلماء بالاتصال الصامت، وهو يعني الحوار النفسي الذي يجري بين الأطراف المعنية والعناي المنتقلة بينهم، لا من خلال النطق، بل من خلال الصمت واللامع العامة للإنسان الصامت، كنوزات العيون، وتعبيرات الوجه، وحركات الجسم".(5)

---

(1) العسقلاني، أبو الفضل أحمد بن علي بن حجر (-852/1448م)، فتح الباري شرح صحيح البخاري، بيروت، دار المعارف، 1960، ج 10، ص 409.
(2) الفروعي، أبو عبد الله محمد بن يزيد بن ماجة (-273/686م)، سند ابن ماجة، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقى، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، 1372/1953م، ج 2، ص 1376.
(3) محمد عبد الروؤف الناهو -1031/1622م، فيض القدير شرح الجامع الصغير، القاهرة، الملكية الحربية الكبرى، 1938م، ج 5، ص 464.
(4) مهدي، محمد، "المدخل في علم تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي الإسكوبادى، المكتب العربي الحديث، م. ت. ص 70.
(5) عبد الله ، عودة، "اتصال الصامت وعفونته النافذة في الآخرين في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية"، في مجلة المسلمين المعاصر، 29(2004/112م)، ص 133، ص 105.
"حيث لا يقتصر نقل الأفكار والمعاني على استخدام الكلمات المقروءة أو المنطوقة، بل هناك وسائل يتم من خلالها الإتصال، وتشتهر أكثر من تلك التي تتبادلها من خلال الاتصال اللغوي، وفي الحقيقة فإننا دائماً ما ننقل رسائل غير لفظية، وتكون في الغالب من طابع المشاعر والأخلاق والأخلاق، بينما يكون الاتصال اللغوي في الغالب للتعبير عن الأفكار وتتبادل المعرفة".(1)
والرسول ﷺ كان أكثر من استخدام الاتصال غير اللفظي؛ وذلك لعلمه باهميته وقدرته على توصيل ما يريد إلى أصحابه ومجوعته.
فقد فهم كعب بن مالك(2) حركة رسول الله ﷺ بيده في وضع نصف الذين حيث (تقاضى ابن أبي حدرد ذيًا له عليه في عهد رسول الله ﷺ في المسجد، فارتفعت أصواتهما حتى سمعها رسول الله ﷺ وهو في بيته، فخرج إليها، فصرح إلى أن رسول الله ﷺ حتى كشف سجف حجرته، ونادي كعب بن مالك قال: يا كعب ﷺ لا تبتكر يا رسول الله ﷺ، فأشار بيد ربه أن ضعف الشرط من ذينك، قال كعب: قد فعلت يا رسول الله ﷺ، قال رسول الله ﷺ: قد فاقضته(3).

10 - استخدام الوسائط التوضيحية: قد يضطر القانوني على العقيدة العامة من إقامة المؤتمرات التوضيحية لشاركينهم وأعمالهم ويقدمون خلال هذه المؤتمرات الوسائط التوضيحية التي تعين على فهم المنتج وتضييقه بالشكل الصحيح، وقد استخدم الرسول ﷺ في أكثر من موقف الرسوم والوسائط التوضيحية لترسيخ المعنى في نفوس الجمهور.
فعن عبد الله رضي الله عنه، قال: خط النبي ﷺ خطًا مثيرًا، وخط خطأ في الوسط خارجًا منه، وخط خطأ صغيرًا إلى هذا الذي في الوسط، وقال: هذا الإنسان، وهذا ألوه، وهذا حرف ينويه، والناء الذي هو خارج أمله، وهذه الخطاط الصغير الأعراب، فإن أخطأ هذا نجده هكذا، وإن أخطأ هذا نجده هكذا(4).

---

(1) أبو عياش، نظرات الاتصال الإنساني من النظرية إلى التطبيق، فلسطين، كلية فلسطين التقنية، 2005م، ص 119.
(2) هو أبو عبد الله كعب بن مالك بن عمرو بن القرن، الآصاري الصندي، صحابي، من أهل المدينة، وكان في الإسلام من شعراء النبي ﷺ، وصاحب في شهود بدر، والصحب أنه لم يشهد أها تبوك، فخفف عنها لفظة الحزرة، وهو أحد الثلاثة الذين نبى عليهم، عمي في آخر عمره، وقيل سنة 50 للهجرة، اعتبر الإصابة في تعيين الصحابة لابن حجر العسقلاني، ج.5، ص 485. أسس الغابة لابن الأثير، ج.4، ص 641. الأعلام للزركلي، ج.5، ص 461.
(3) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، الجامع الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسنده وأيامه، ج.3، ص 188.
(4) البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، الجامع الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسنده وأيامه، ج.8، ص 89.
نتائج وتوصيات البحث:

النتائج:
1- استخدم النبي ﷺ العلاقات العامة كوسيلة للاتصال بالجمهور وذلك لتبلغ دعوة
الله ﷺ وجل.

2- العلاقات العامة عملية اتصالية لها أركانًا، لذا فإنها تحتاج إلى مجموعة من
الضوابط التي تتحكم فيها هذه العملية بمختلف مكوناتها.

3- القارئ لسنة الحبيب المصطفى ﷺ يرى أن أحاديثه عديدة في سيرته العطرة وسنته
الشويمة تستطع إسقطاتها على واقعنا الحديث في العلاقات العامة وبالتالي يمكن
تطبيق العلاقات العامة في مجتمعنا المعاصر.

4- إن كثيرًا من المبادئ والمفاهيم والنظرات الحديثة للعلاقات العامة يمكن
استنباطها من سنة النبي ﷺ.

5- من أكبر الصعوبات التي تواجه الدعوة الإسلامية هو إقامة علاقات حسنة مع
الجمهور، وفي الخصائص الاصطالية للنبي ﷺ تحقيق لأهداف الدعوة الإسلامية.

التوصيات:

1. التخصص في الدراسة المتممة لجوانب شخصية الرسول ﷺ.
2. إلغاء الضوء على شخصية النبي ﷺ الاصطالية التي بلغت من القدرة والعلم مبلغاً
جعلها أنموذجاً يحتذى به في العلاقات العامة.
3. ضرورة الجمع بين العلوم الشرعية والعلوم الإنسانية الأخرى عبر دراسات
وأبحاث تناسب العلمين.
4. تدريس مادة العلاقات العامة في الجامعات والمعاهد، مع التركيز على أن أعظم
رجل بالعلاقات عامة في التاريخ هو سيدنا محمد ﷺ.
5. الاهتمام برامج التدريبية في مجال العلاقات العامة لطلبة العلم والدعاة.

المصادر والمراجع:

- المصادر والمراجع العربية:
1. ابن الأثير، أبو الحسن علي بن أبي الكرم (630/1233هـ)، أسد الغابة في
عرفة الصحابة، تحقيق علي محمد معوض وعادل أحمد عبد الموجود،
بيروت، دار الكتب العلمية، 1415/1994م.
2. ابن حجر العسقلاني، أبو الفضل أحمد بن علي (852/1448هـ)، الإصابة
في تميز الصحابة، تحقيق عادل أحمد عبد الموجود وعلي محمد معوض،
بيروت، دار الكتب العلمية، 1415/1994م.
3. أبو زهرة، محمد، خاتم النبويين، دار الفكر العربي، القاهرة، د. ت.
4. أبو عياش، نصار، الاتصال الإنساني من النظرية إلى التطبيق، فلسطين، كلية
فلسطين التقنية، 2005م.
5. أبو قحف، عبد السلام، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مطبعة الإشاع، بيروت، 2003م.
6. أحمد، محمد مصطفى، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999م.
7. إسماعيل، محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية، 2003م.
8. البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (256/787م)، الجامع المسند
9. الصحيح المختصر من أورسول الله ﷺ وسنه وأيامه، تحقيق زهير الناصر، دمشق، دار طوق النجاة، 1422/2001م.
10. البيهقي، أبو بكر أحمد بن الحسين (458/1066م)، السنن الكبرى، تحقيق محمد عبد القادر عطا، بيروت، دار الكتب العلمية، ط1423/2003م.
11. البيهقي، أبو بكر أحمد بن الحسين(458/1066م)، دلال النبوة ومعرفة أحوال صحاب الشريعة، بيروت، دار الكتب العلمية، 1405/1985م.
12. الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى بن سؤرة (679/928م)، الجامع الصحيح، تحقيق أحمد محمد شاكر، القاهرة، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1382/1962م.
13. ثابت، سعيد، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية 1996م.
14. الحبوري، عبد الكريم راضي، العلاقات العامة فن وأداب في تطوير المؤسسة ونجاج الإدارة، دار البحار، دار التسبيبة، بيروت، 2001م.
15. جمعة، علي، المصطلح الأصولي ومشكلة المفاهيم، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، 1996م.
16. الحاكم، أبو عبد الله محمد بن عبد الله (–405/1014م)، المستدرك على الصحيحين، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، بيروت، دار الكتب العلمية، 1411/1990م.
17. حسن، محي محمود، منصور، سمير حسن، العلاقات العامة في الدول النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1985م.
18. خضر، جميل أحمد، العلاقات العامة، دار الميزة للنشر، عمان، 1998م.
19. الخطيب، محمد عجاج، السنة قبل التدوين، دار الفكر، بيروت، ط3، 1980م.
20. رشوان، حسين عبد الحميد أحمد، العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، ط4، 2003.


22. الزركلي، خير الدين (1396هـ/1949م)، الأعلام، بيروت، دار العلم للملايين، ط15، 1423هـ/2002م.

23. السنّساني، أبو داود سليمان بن الأشثث (275هـ/888م)، كتاب السنن، تحقيق محى الدين عبد الحميد، بيروت، المكتبة المصرية، د.ت.

24. سلام، عازمة محمد، مهارات الاتصال، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، القاهرة، 2007م.

25. الشريفين، محمد عيسى، مهارات الاتصال في الحديث النبوي الشريف، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد العشرون، العدد الخامس، 2005م.

26. الطيب، عبد النبي عبد الله، مهارات الاتصال الفعال، أمور للنشر والتوزيع، عمان، 2016م.

27. النهود، سلوى عمان، بدوي، هدنة حافظ، أبعاد العملية الاتصالية رؤية نظرية وعملية وواقعية، المكتبة الجامعية الحديث، الإسكندرية، 1999م.

28. الصريفي، محمد، العلاقات العامة في المنظور الإداري، مؤسسة حورية الدولية، الإسكندرية، 2005م.

30. العالم، صفوت محمد، فنون العلاقات العامة، د، م، 2002م.

31. عبد الله، عودة، "الاتصال الصامت وعمق التأثري في الآخرين في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية"، في مجلة المسلم المعاصر، 29(112/2004م)، ص103 – ص133.

32. سهاف، عبد المعطي محمد، صالح، محمد فتح، أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2004م.

33. عبد السلام، أبو الفضل أحمد بن علي بن حجر (852هـ/1448م)، فتح الباري، شرح صحيح البخاري، بيروت، دار المعرفة، 1960م.

34. عسكر، علي، وأخرون، مقدمة في البحث العلمي، مكتبة الفلاح، الكويت، 1992م.
36. عليان، ريحي مصطفى، الطوباسي، عدنان محمود، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005م.
37. العيني، أبو محمد محمود بن أحمد بدر الدين (855هـ/1451م)، عمدة القاري شرح صحيح البخاري، بيروت، دار إحياء التراث العربي، د.ت.
38. الغزالي، محمد (1416هـ/1995م)، فقه السيرة، دمشق، دار القلم، 1427م.
39. الغلاني، محمد موفق، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، جدة، 1985م.
40. الفزوري، أبو عبد الله محمد بن يزيد بن ماجة (273هـ/886م)، سنن ابن ماجة، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، 1372هـ/1953م.
41. الفزوري، أبو عبد الله محمد بن يزيد بن ماجة (273هـ/886م)، سنن ابن ماجة، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، 1372هـ/1953م.
42. الفقهشي، أحمد بن علي بن أحمد الفزاري (ت821هـ)، صبح الأعشى في صناعة الإنشاء، دار الكتب العلمية، بيروت.
43. كارنيجي، ديل، التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة، ترجمة رمزي بيسي وعزت نجيب صالح، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ت.
44. المباركفوري، صفوي الرحمن (1427هـ/2006م)، الرحيق المختوم، بيروت، دار الهلال، 2002م.
45. محمد عبد الروؤف المناوي (1031هـ/1622م)، فيض القدير شرح الجامع الصغير، القاهرة، المكتبة التجارية الكبرى، 1938م.
46. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ – النظرية-التطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م.
47. محمد، محمد عبد الفتاح، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، المكتب العلمي للكمبيوتر وللنشر والتوزيع، مصر، 1994م.
48. مسلم، أبو الحسنين مسلم بن الحاجج بن القشيري (261هـ/875م)، المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن رسول الله ﷺ، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1374هـ/1954م.
49. المصري، أحمد، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000م.
50. مصطفى، أحمد، محمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، مصر.
51. همدي، محمد، المدخل في علم تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، د.ت.
52. المؤيد بإله، يحيى بن حمزة، (ت 745 هـ)، الطراز لأسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز، المكتبة العصرية، بيروت، 1432 هـ.
53. الهادي، محمد زين، علم نفس الدعوة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1995م.

ب- المصادر الأجنبية: